

Gárdonyi László

Egy felfedező eszközkészlete

McLuhan hot és cool fogalmaihoz

Marshall McLuhan médiaelméletének talán legkevésbé vizsgált része médiumtaxonómiája, a *hot* és *cool* fogalompárosa.¹

Miközben egyéb gondolatai a mai napig folyamatos viták keresztüztüében állnak, elég csak a könyv és az olvasás kortárs kultúrában betöltött helyét vizsgáló szövegekre vagy a médium és az üzenet viszonyát taglaló kérdésekre utalni, a *hot/cool/cold* fogalmai eltűntek az élő tudományos diskurzusból, és beleszáradtak a könyvbemutatók és összefoglalók kötelezően felmondandó fejezeteibe. Semmi sem szemlélteti jobban ezt a tendenciát, mint az a tény, hogy minden recenzió és elemzés pontosan ugyanazokat a példákat és egyszeri definíciót emeli paradigmává.

Példaértékű Maróti Lajos hozzáállása a problémához:

McLuhan megkísérli továbbá a „médiumok” osztályozását: vannak „hideg”², és vannak „forró” közegek, az előbbire példa a tévé, az utóbbira a rádió, ez az osztályozás azonban nem kapcsolódik saját definíciójához, s végül is komolytalan játszadozásnak hat – kritikusai nem is hagyják kihasználatlanul a felkínált lehetőséget, s alkatuktól függően füstölögnek vagy jókat humorizálnak e hideg-meleg közegek felett (Maróti 1967, idézi Halász 1985: 306–307).

A meg nem értés és az elutasítás hatja át az értelmezést, még az alapvető definíció is hiányzik, ami az olvasó számára érthetővé tenné, hogy Maróti McLuhan melyik szöveghelye szerint értelmezi a fogalompárt.

Taylor (1966) recenziójában egyetlen rövid bekezdésben mutatja be a fogalmakat, a rádiót és a fényképet emelve ki, mint a *hot* médium alapeseteit. Ezekkel szembeállítja a televí-

¹ McLuhan és az értelmezők/tanítványok szövegeiben a *cool* fogalmát néhol a *cold* helyettesíti. A digitális McLuhan-korpusz (McLuhan és Zingrone 1995) átvizsgálása után arra a következtetésre jutottam, hogy McLuhan a *cold* fogalmát a *cool* többes számaként használja, tehát előbbi a média, utóbbi egy meghatározott egyedi médium jelzője.

² Sajnos Maróti nem adja meg az eredeti kifejezést, így nem lehet tudni, hogy a *cold* vagy a *cool* fogalmát fordította hidegnek. Különösen érdekes, hogy a szövegben hirtelen megváltozik a forró fogalma, és meleg lesz belőle az utolsó mondatban.

ziót, mint a *cool* médiumok egyik reprezentánsát. Röviden összefoglalva a definíciót, a két típust mint felbontásproblémát tárgyalja, ahol az előbbi egyetlen érzékszerv nagy felbontású meghosszabbítása, míg az utóbbi hiányos információt továbbít, melyet a befogadónak kell saját magától kiegészítenie, így nagyobb részvételt igényel. A rövid bekezdés utolsó mondata szerint erre a problémára később vissza fog térni a recenzens, de a szövegben többet nem fordulnak elő a *hot/cool* fogalmak. Azonban ennél is árulkodóbb az, hogy a bekezdés első mondatában *hot* és *cold* médiumról beszél,³ míg a televízió esetében a *cool* fogalmát használja.⁴ A finom terminológiaváltás, mint Marótinál, teljes mértékben reflektálatlan marad.

Boulding (1965) a *hot/cool* ellentétében kizárólag a befogadói részvétel fogalmát tartja meghatározónak. Alapvető példája a rádió és a beszéd különbsége: ahogy az előbbinél a teljesen passzív befogadó folyamatos figyelemmel kell, hogy kövesse az elhangzó műsort, addig az utóbbinál lehetőség van a közbeszólásra, magyarázatra. Véleménye szerint az egydimenziós termodinamikai leírás szegényes, és legalább 3 dimenzióban kéne elhelyezni a médiumokat, melyből pusztán az egyik lenne az előbbi tengely, amelyet Boulding az adott médium követelőzségének⁵ minőségével jellemez, a második a médium hatóköre, míg a harmadik a sűrűsége. Kritikájában szorosan összekapcsolja a médiumok ezen jellemzőit a McLuhani médiatörténettel és annak fejlődési szakaszaival. Az adott történeti koroknak megfelelő médiumhasználat azonban kritikai élel jelenik meg, a társadalmi kontextus de-terminálhatja az adott médium követelőzségének jellegét. Boulding példái Mozart, szembeállítva Strindberggel,⁶ a reneszánsz festészet a modern festészettel, és végül a nyomtatott lap a képpel. Kritikája azonban célt téveszt: a reneszánsz festészet egyáltalán nem olyan magától értetődő fogalom, mint amilyennek láttatni akarja, hanem a művészettörténet és a múzeum mint intézmény absztrakciója, mely önmagában több problémát vet fel, mint amennyit megmagyarázna.

Boulding recenziója azonban nem csak ebben az értelemben használja a *hot/cool* fogalom párosát. A TV/rádió összehasonlításban személyek is előkerülnek⁷: Hitler és Roosevelt, mint a rádió médiumának megfelelő alakok, szembeállítva Kennedyyel, a televízió hőisével. Ugyanakkor ezek a történelmi alakok és jelenségek csak távolról egészítik ki a *hot/cool* fogalmait, mintha a médiatörténeti fejlődés egyes példái lennének egy másik bekezdésből, és nem a médium kvalitatív tulajdonságait leíró fogalomkészlet abszolút kiterjesztései.

Az *Understanding Media* fogalomhasználatából nyilvánvalóan következik, hogy a *hot/cool* nem csak médiumjellemzésre, hanem egyedi művek, individuálok jellemzésére is alkalmas. McLuhan Calvin Coolidge-t hozza fel példának, aki annyira titokban tartotta ma-

3 „Media may be described as either ‘hot’ or ‘cold’ according as they stimulate, respectively detachment or involvement” (Taylor 1966: 61).

4 „By contrast, television is a cool medium” (Taylor 1966: 61).

5 Az eredeti szövegben *demandingness*. Sándor Ágnes szakfordítása. A továbbiakban ezt az alakot használom, annak ellenére, hogy az eredetiben a megerőltettség is benne van, és a következő szembeállításoknál ez a fordítás jobban adja vissza az eredeti intenciót.

6 Itt mutatkozik meg tisztán, hogy Boulding a *demandingness* jelentéseinek árnyalataival játszik. Mozart zenéje ugyanis nem követelőzőbb, mint Strindbergé, hanem ez utóbbi műveinek a befogadása megerőltetőbb. Ugyanez a szembeállítás igaz a reneszánsz festészet és a modern festészet szembeállítására is.

7 A szöveg egy része megjelent magyarul is (Halász 1985). Az itt olvasható hivatkozás azonban nem az eredeti angol szövegre mutat (Boulding 1965, illetve Stearn 1967), hanem egy későbbi újrakiadására. A fejezetben a továbbiakban az eredeti angol nyelvű kiadást fogom használni.

gánéletét, hogy a média és a közönség folyamatosan szükségét érezte, hogy kitöltse a hiányzó részeket. Így ragadt rá még életében a cool jelző. Coolidge-nek éppen az ellentéte volt F. D. R., aki sajátos hot személyiségével a rádió és a nyomtatott sajtó rivalizálását fokozta (McLuhan 1964).

Nem csak a 60-as évekbeli értelmezők birkóztak meg nehezen a *hot/cool* fogalmaival. Dan Laughey 2007-es *Key Themes in Media Theory* (Laughey 2007) című összefoglaló, ismertető munkájában sem kerül pontos kifejtésre, csupán a már unalomig ismert definíciót ismerteti a felbontás és a részvétel problémáiról. Teszi ezt annak ellenére, hogy explicit módon az ő értelmezésében is a médium maga az üzenet, illetve a médiumok fejlődése, mint az emberiség története gondolatok tulajdonképpen ezen a taxonómián alapulnak.

A televíziót Laughey a *cool* médiumok közé sorolja, megemlítve, hogy a HDTV, habár vizuálisan minőségi javuláson ment keresztül a televízió korábbi technikai adottságaihoz képest, továbbra sem képes a filmszalag minőségének az elérésére, így továbbra is *cool* marad. Ez meglehetősen árnyalatlan összegzés annak fényében, hogy McLuhan legalábbis kérdésesen állt hozzá a technikai fejlődés problémájához a televízió esetében. A Bell Telephone Company 8000 vonalas tévéképeivel kapcsolatos kísérleteire adott reakciója jól szemlélteti álláspontját:

[V]an egy másik lehetőség is: tegyünk sok száz új vonalat a tévéképre, erősítsük fel a vizuális erejét egy új, érdekes szintig. Ezzel visszajára fordítható lenne a tévé egész hatása. Ez fényképszerűvé, fényessé tenné a tévéképet, mint a filmeket: forróvá és szenvtelené. [...] Senki sem hiszi, hogy e tényezőknek bármiféle hatásuk lenne emberi reakcióinkra. Ugyanúgy, mint régen, amikor az emberek játszadoztak a rádiummal, óraszámlokat festettek meg vele, majd ráfizettek. Nem hitték, hogy a rádium hathat az emberekre (McLuhan és Stearn 1967; Halász 1985: 356).

A nagy felbontású televíziózás McLuhan számára már nem televíziózás, hanem egy új médium:

Ha valakit megkérdeznének, vajon mindez megváltoztatná-e, ha a technológia a tévéképet a filmek adatszintjére emelné, arra csak ezzel a kérdéssel lehetne válaszolni: „megváltoztathatnánk egy karikatúrát oly módon, hogy perspektívával, fénnel és árnyékkal egészítenénk ki?” A felelet az, hogy „igen”, csakhogy akkor már nem lenne karikatúra. Ugyanígy a megjavított televízió már nem lenne televízió (McLuhan 1964; Halász 1985: 232).

Laughey a *hot/cool* különbségei közé beemeli a tanulást elősegítő, illetve hátráltató tulajdonságokat. Véleménye szerint a *hot* médiumok könnyen felejthető inkább szórakoztató értékekkel bírnak, ellentétben a *cool* médiumokkal, ahol a befogadó aktív közreműködése az érzékelésben és az állandó koncentráció elősegíti az anyag elsajátítását.

Ez a hozzáállás azonban alapjaiban megy szembe McLuhan elméletével. Nála ugyanis a tanulás klasszikus formája egyértelműen a nyomtatott oldal, amelynek linearitása és magas adattartalma az, ami tulajdonképpen teljes tudományos kultúránkat meghatározza. A televízió által megváltoztatott világnak is szüksége van tantermekre, akár falak nélkül, és az új metódusoknak számolniuk kell a megváltozott mediális környezettel, de McLuhan számára ez közel sem volt olyan magától értetődő, mint ahogy Laughey állítja. Egyetemi hallgatók négy csoportján végzett kísérletekre hivatkozva McLuhan azt állítja (McLuhan 1964; Halász 1985: 321), hogy a négy csoport közül (szóbeli előadás, írásos forma, rádió, televízió) az utób-

bi kettő, tehát az elektronizált média mutattak magasabb információátviteli arányt. A rádió azonban *hot*, a televízió pedig *cool* médium, így ebből a kísérletből semmilyen esetben sem lehet azt a következtetést levonni, hogy a *cool* valamilyen előnyt élvezne a *hottal* szemben. Különösen így van ez, ha figyelembe vesszük a kísérlet folytatását is, ahol az előadást anynyiban változtatták meg, hogy igyekeztek az adott médiumok minden lehetséges lehetőségét kihasználni az előadás-készítők. A rádió és a televízió számára dramatizálták az anyagot, a nyomtatott szövegben tipográfiai és tördelési módszerekkel kiemelték a fontos mondatokat, míg az előadás teljes mértékben kihasználta a tábla és a vita előnyeit. A magas intenzitás mellett továbbra is vezető helyen szerepelt mind a televízió, mind a rádió, de ez utóbbi még jobb eredményeket mutatott. McLuhan így foglalta össze a kísérlet eredményeit:

Hosszú időbe telt, amíg a nyilvánvaló ok megmutatkozott, nevezetesen, hogy a tévé hűvös, részt vevő médium. Ha dramatizációval és csípős megjegyzésekkel forrósítjuk fel a dolgot, kevésbé jól válik be, mert kevesebb lehetőség van a részvételre. A rádió forró médium. Ha növeljük az intenzitást, jobb a teljesítménye. Mert a rádió nem kíván hasonló részvételt a hallgatótól (McLuhan 1964; Halász 1985: 322).

A kísérletről és annak pontosabb körülményeiről McLuhan nem árul el semmit. Nem véletlenül mondja Kenner (Kenner 1968: 27), hogy az olvasó félrevezeti magát, ha tényeket keres McLuhan állításai mögött, ugyanis teljesen szabadon kezelte mind az idézés, mind az interpretáció alapvető szabályait, így az általa tényként hivatkozott jelenségek a legtöbb esetben feltételezésnek, ferdítésnek vagy félrefordításnak bizonyulnak.⁸ Ezek a szándékolt eltérések azonban csak tovább erősítik az értelmezés iránti igényt, hiszen erőteljesen mutatnak rá az esetleges intenciókra.

Janine Marchessault McLuhan monográfiájában (2005) a hagyományos definíció mellett a két fogalom eredetét is igyekszik bemutatni. A *hot/cool* eredetét a jazz-zenekarok világába helyezi vissza, ahol a 20-as évek bigbandjeit „Hot Baby”-nek, míg az 50-es évek kis, improvizációra építő zenekarait „cool man”-nek nevezték (Marchessault 2005: 177). Külön kiemeli, hogy McLuhan írásaiban a 60-as, 70-es években előtérbe kerülő technodeterminista pozitívizmus még nehezebbé teszi a fogalmak értelmezését. A televízió- és rádióadással beállított érzelmi hőmérséklet a fejlődő országokban kétségkívül nem könnyíti meg az értelmező feladatát (uo.). Kroker jogosan emeli ki, hogy a politikai közgazdaságtan McLuhan egyik vakfoltja, és fogalmai a közvetlen hatások kimutatására, illetve elérésére teljesen alkalmatlanok (Kroker 1984). Ez tulajdonképpen egybeesik Umberto Eco alapvető kritikájával, miszerint McLuhan nem tesz különbséget a csatorna, a kód és az üzenet szemiotikai fogalmai között, hiszen az előbb említett fejlődő országokban sugárzott televízió- vagy rádióadás sem önmagában, hanem sajátos üzenetein keresztül értelmeződhet, ami az egyéni és nemzeti identitást, sőt magát az igazságot is formálja.

Eco ezt a problémát a kannibál törzsfőnök nyakékével szemlélteti (Eco 1983: 138). Ami a törzs számára ékszer, vagy a hatalom jelképe, az tulajdonképpen egy óra, amit a nyugati kereskedőktől szereztek. Ez azonban ellentmond McLuhan elméletének, aki az órát az *Understanding Media* egy külön fejezetében elemzi, mint az időmérés és ezzel együtt a világról alkotott képünk egyik alapvető metaforáját. (Hiszen Newton az egész univerzumot egy

⁸ Érdemes Sparshott listáját végignézni McLuhan ógörög fordításainak a hibáiról és ferdítéseiről (Sparshott 1969: 144).

hatalmas óraműként képzelte el, és Isten képe is megváltozott a fogalmánál fogva megismerhetetlen teremtőből órásmesterré, tulajdonképpen a legtökéletesebb mérnökké változott.⁹⁾ Eco kritikájában azonban szándékosan összemossa a forma és a tartalom fogalmát, hiszen az órának a fogalma, és nem egy adott óra fizikai megjelenése okozta a világkép változását, ami nyilvánvalóan nem ment végbe a törzsfőnök és körének gondolkodásában. Másrészt csak a megváltozott környezetre való tudatos reflexiókat fogadja el hatásként, ami követhetetlené teszi azokat az esetleges externáliákat, amiket az óra megjelenése okozhatott a törzs életében.

Összefoglalva a felmerült problémákat: a *hot/cool* fogalompárosa, úgy tűnik, több kérdést vet fel, mint amennyit megválaszol. A pusztán elméleti szinten felvetett információsűrűségi distinkció elvont jellege folyamatosan összeütközésbe kerül az egyedi adott médium jellemzőinek a vizsgálatával (gondoljunk a korábban érintőlegesen említett televízió körül kialakult vitákra), a gyakorlati észrevételek pedig önmagukban hordoznak feloldhatatlan elmentmondásokat.

Ugyanakkor már nagyon hamar felmerült, hogy ezeknek a fogalmaknak kifejezetten gyakorlati hasznuk is lehet, többek között az angol nyelv és irodalom tanítása területén. Malcolm Griffith és Earl Seidman 1967-es recenziójukban az *Understanding Media* vonatkozó fejezeteit mint a tanítás reformjának az alapvetéseit értelmezik. Ennek megfelelően kerül előtérbe a nyomtatás médiuma, melyet az alábbi McLuhani tulajdonságokkal jellemeznek: *hot* médium, mely nem kíván folyamatos aktív részvételt a befogadótól, aki lassan passzívvá és közönyössé válik. A nyomtatásban az üzenet lineárisan, egy előre meghatározott sorrendben kerül csak a befogadóhoz. Az üzenet nem egyszerre, hanem kis egységekben (bitenként) kerül feldolgozásra. Ezeknek eredményeképpen a gutenbergi ember a lineáris fejlődés és a mechanikus, órák által pontosan szabályozott idő fogalmi szerint él. A nyomtatási kultúra erősen a látásra épül, és minden más érzékszervi benyomást elsorvaszt, ami végső soron a specializáció kinevelődéséhez vezet.

Ezeket az elveket követi a klasszikus tantermi elrendezés is, ahogy a tanár a diákok előtt áll, akik passzívan fogadják be az információt. A tanár ezen felül specialista is, a szerepe szerint egyetlen jól meghatározott tudományterület képviselője, előadását ebből az egy nézőpontból lehet értékelni. Griffith és Seidman hozzátesszik, hogy a tantermekben ülő diákok lineáris sorokba rendezése a nyomtatott szöveg struktúrájának a másolataként is értelmezhető.

Ebbe a sűrű, pontos elrendezettségbe robban bele a televízió abban a sajátos értelemben, hogy egyszerre mutat mindent (példaként említik a vietnami háborút és Salma utcáit), és egyszerre használja ki a látás és a hallás utáni információfeldolgozási képességeket. Mindezek a tulajdonságok a specializálódás ellenében hatnak: a televízió általános tudást ad át.

⁹ McLuhan még tovább viszi a gondolatot, amikor a newtoni világkép ellen fellépő romantikus költőket is beveszi elemzésébe. Blake és Yeats versei éppen azt az állapotot siratják, aminek mindörökké vége lett a mechanikus óra feltalálásával:

Locke sank into the swoon:
The garden died:
God took the spinning jenny
Out of his side.

A kert (egyszerre az édenkert és az angolkert) természetessége véget ért, amennyiben az új ember magát specialistaként, gépként látja. Különösen fontos lesz ez a felfogás a szexualitás és a nemek közötti viszonyban, ahol a nő mint a férfifilét speciális technológiai kiterjesztése jelenik meg (McLuhan 1995: 161, eredetileg McLuhan 1964).

McLuhan (és nyomában Griffith és Seidman) ennek tudják be a modern oktatás problémáját: az eltérő információfeldolgozási technikák miatt a diákok képtelenek követni a hagyományos oktatási módokat. Ez nem csak a közhelyesen *hot* médiumnak gondolt frontális előadások háttérbe szorulását és a szemináriumi csoportmunkák előtérbe kerülését jelenti, hanem az egész tananyag rendszerének a megváltozását. A cél nem lehet az egyszerű információátadás, hanem a hangsúlyt a feldolgozás mikéntjére kell helyezni, hiszen a diákok egyre több információt kapnak különböző médiumokon (televízió, film) keresztül. A cél, hogy ezeket megfelelően tudják használni, és ne legyenek nekik tökéletesen kiszolgáltatva.

Ez azonban mélyreható változásokat hoz az irodalom kánonrendszerében is. A különböző értelmezésekre nyitott művek előtérbe kerülnek, ahogy a nyomtatás előtti alkotások is, azon egyszerű oknál fogva, hogy világuk és előfeltevéseik könnyebben érthetőek a megváltozott mediális környezetben. Ez azonban magát az írást is megváltoztatja: hiszen a megváltozott egymás közötti kommunikációs szokások hatással vannak a bevett médiumokra is, a televízió általános hatása megreformálja az írást, nonlinearíssá, *cool*á teszi.

Az írás médiumának ezt a megváltozását bontotta ki Robert W. Blake a nyelv- és irodalomtanítás kritikájában (Blake 1971). A klasszikus grammatikai és értelmezési kérdések egyszerűen nem felelnek meg a megváltozott környezetnek. A könyvolvasás magányába zárkózott ember képe nem felel meg a társas viselkedés és együttélés új szabályainak, hiszen megakadályozza a folyamatos kommunikációt. Véleménye szerint ez pontosan ugyanaz a kényelmetlenség, mint amit a diákok egy frontális előadás alatt éreznek: hiszen mind a két esetben egyénileg, elszigetelten kell feldolgozni az információt. McLuhan terminológiájával a befogadó televízióhoz szokott hallgatók szó szerint kizártaknak érzik magukat az előadás alatt. A televízió ugyanis nem csak „buta szappanoperákból és vígjátékokból áll” (Blake 1971: 730), hanem a világról alkotott képünk állandó fenntartója és információforrása. Kennedy temetése volt a médiumtörténeti fordulópont, amennyiben az Egyesült Államok egész lakossága figyelemmel követhette és megélhette az eseményeket. A folyamatos megélés az alapesete az új generációnak, így a nyelvtanításnak is át kell gondolnia a következményeket. A grammatikai struktúra helyett előtérbe kell kerülni a nyelv interakciós szerepe, amennyiben az emberek ezen a médiumon keresztül képesek elsődlegesen kifejezni magukat, felfedezni a saját emberi mivoltukat. Ennek az önkifejezésnek és önmegélésnek a mikéntje válik elsődleges fontosságúvá, nem az adott tárgyi tartalom, amit a beszélő mond.

További fontos hatás, hogy az új *cool* tanítás a tanulási folyamatot nem egy absztrakt előre meghatározott sornak látja, hanem a tanuló folyamatos részvételével kialakuló szerves folyamatnak. Az előre megtanult adatok helyett egy induktív, kreatív folyamatot akar beindítani, mely az egyedi példák megismerésével képes a médiumspecifikus különbségek felismerésére. A tanárnak fel kell hagynia az örkutya vagy a cenzor szerepével, aki folyamatosan a hibákat keresi, inkább instruktorrá kell válnia, aki a diák folyamatos önelőadásának a segítője. Az irodalom élménnyé – a szó legszorosabb értelmében – kell, hogy változzon, ami az önmegélést segíti elő.

A harmadik hatása a világfalu polgárává válás. A tudatos nyelvhasználat és kommunikációs stratégia, a másik folyamatos érzékelése azok a tulajdonságok, amikre a jövő társadalmá hasznos tagjának szüksége van.¹⁰

¹⁰ Nem lehet véletlen, hogy McLuhan és az oktatás kapcsolatára először nem egy pedagógus, hanem Peter Drucker befektetési guru hívta fel a figyelmet (Drucker 1957). Drucker szerint a megváltozott társadalmi beren-

Ezek a tanítási alapelvek mára tulajdonképpen didaktikai közhelyekké váltak, annak ellenére, hogy McLuhan hatását a kortárs tanári kézikönyvek meg sem említik a frontális oktatás/csoportmunka paradigmaváltásában.¹¹ Számunkra azonban nem ez a folyamat az érdekes, hanem az a látszólag mellékes körülmény, hogy az egyedi médiumok állandó és megváltoztathatatlan tulajdonságának gondolt *hot-* vagy *cool*ságot megcáfolták. A televízió megváltoztatja az írás befogadását, és nem csak annyiban, hogy a televízión nevelkedett gyerekek közel tartják magukhoz a könyvet, mert bele akarnak bújni (McLuhan 1969, illetve 1995: 240), hanem abban is, hogy bizonyos műveknek nem a szigorú értelemben vett mediális tulajdonságuk az irányadó. A *Finnegan's Wake*, habár klasszikus könyvalakban hozzáférhető és egyenletesen elrendezett sorokban van megírva, mégsem tartozik ugyanazon kategóriák alá, mint mondjuk a *Tamás bátya kunyhója*. Korábban már idéztem McLuhan beszámolóját a televízió és a rádió tanítási használatáról. Érdeemes megfigyelni, hogy a televízió esetében, amikor a megismételt kísérletnél felhasználták a mediális lehetőségeket, McLuhan felforrósításról beszél. Ez a jellemzés azonban ellentétben kéne, hogy álljon a *cool* fogalommal. A probléma egyik lehetséges megoldása, amit oly sok kritikusa alkalmazott, hogy itt sincsen másról szó, mint egy egyszerű ellentmondásról, amitől úgyszemint hemzsegnék McLuhan szövegei, s mint ilyen, nem is kell neki különösebb figyelmet szentelni.

Ezzel ellentétben véleményem szerint nem McLuhan fogalmaival, hanem azok pontos megértésével van a probléma. Definíciói nem a klasszikus tudományos rendszert követik, hanem egy végtelen értelmező körben mozognak, ahol az új felfedezések folyamatosan felülírják a régieket. McLuhan saját magát mint felfedezőt definiálta, aki az ismeretlen terepen vág új ösvényeket, és mint ilyet, nem előre meghatározott tudományos metodológia hajtja, hanem a primer tudás- és tapasztalásvágy.

Sparshott úgy jellemzi ezt az attitűdöt, mint a saját magával szembeni folyamatos kétértelműség helyzetét (Sparshott 1969: 149). Sohasem védi vagy határozza meg pontosan a pozícióját, de nem is igazán hagyja el azt a – ha nem is definiálható, de megsejthető – keretet, amin keresztül beszél. Az ellentmondások nem egy folyamatosan fejlődő gondolatsor jellemzői, hanem mélyen a rendszerben vannak elhelyezve, ahol együttesen, akár egymással ellentétesen is hatnak. Még azt is kétségbe vonja, hogy McLuhan egyáltalán kutatna, hiszen a tényeket egyáltalán nem kezeli olyan megváltoztathatatlanok, mint amilyenek egy valódi kutatónak kéne. Azzal, hogy McLuhan elutasítja a nyomtatás által meghatározott lineáris logikát és érvelési technikát, végső soron a megértés fogalmát is elveti, hiszen amit sem tényekkel, sem logikai állításokkal nem lehet alátámasztani, arra a megértés fogalma sem használható.

A nyomtatott szöveggel kapcsolatát saját ellentétébe érő logikai kört írt le a televízióval kapcsolatban W. Terrence Gordon (Gordon 2010). Az *Understandign Media* egyik első ortodox és szabályvagyó (tulajdonságok, melyek nem is állhatnának távolabb McLuhan egész habitusától) elemzője, és önként ajánlkozó McLuhan-tanítvány, Jonathan Miller összesen négy különböző használatát mutatta ki a *hot* és *cool* fogalmainak a televízió technikai fejlődésének a példáján keresztül. Miller a képi fejlődést egyoldalúan és technokrata módon pusztán adatok halmozódásának tekintette, félreértve azt az eredeti intenciót, hogy bizonyos

dezkedés, melynek alapja a szabad verseny a nagyvállalatok között, egy új, az adaptációt előtérbe helyező oktatási modell igényel. Az adaptáció nem csak a folyamatos fejlesztésre, de a mindig változásban lévő piaci, és ezzel együtt munkakörülményekre is utal. Végső soron ez a Bauhaus szellemének egy speciális feltámasztásaként is értelmezhető (Cavell 2010: 15).

¹¹ A *Didaktika* tankönyv névmutatójában sem szerepel McLuhan neve (Falus 2007).

adatfajták különböző tulajdonságokkal rendelkeznek. A felbontás kétségkívül egy kvantitív probléma McLuhan számára, ellentétben a színekkel, amelyek, habár a képernyőn jelennek meg, mégsem a vizuális, hanem a taktilis médiumok közé sorolandók.

McLuhan szerint, ahogy a fehér szín nem más, mint minden színnek egy meghatározott szögben beállított prizmán keresztüli összegyűjtése, a tapintás az összes érzék megfelelő szögben való összegyűjtése. A fekete ebben az esetben tehát nem más, mint a tapintás utóképe, az érzéki ingerek hiánya.¹²

A televízió képe ugyanis nem fotószerű, mint a filmé. Habár a fénykép és a televízió képe is lehet kisméretű, a televízió képe az alacsony felbontások miatt szinte kizárólag közeli képekkel operál, ezzel ellentétben a fényképészet számára nem létezik ilyesfajta megkötés, vizuális intenzitásának és mediális felbontásának köszönhetően teljesen szabadon választhatja meg a tárgyát. A televízió ebben az értelemben ikon- vagy szoborszerű. Egyedi alakok bemutatására képes, ahogy nem ismerünk olyan ikont vagy szobrot, ami tárgyául tájképet (tehát magát az embert körülvevő természeti teret) választana.¹³ A film és a televízió közötti lényegi különbség, hogy az utóbbiban a fény nem a képre vetül, hanem azon keresztül érkezik a szembe, ami megakadályozza a részletgazdagságot. McLuhan kritikussai ezt a gyakran elhangzó érvet technicistaként, az adott médium egyszerű leírásaként olvasták. Sparshott egyenesen vízvázlatónak tekinti ezt a gondolatot, amennyiben, ha valaki képes elfogadni, akkor tud McLuhannel foglalkozni, ellenkező esetben azonban nem szabad erőltetnie, mert képtelen lesz követni a gondolatmeneteket (Sparshott 1969: 138).

A fogalom technikai leíró értelmezése abszolút domináns, annak ellenére, hogy az ikon-szerű¹⁴ kifejezés egy árnyalataként is értelmezhető.

Az ikonokon a fény egészen különleges szerepet játszik: az ortodox teológia szerint a dicsfény, ami a szenteket körülveszi, nem szimbólum vagy képi jel, hanem a megszentelt test látható sugárzásának a kifejezése. Az ikonokon a glória minden esetben ezt a látható sugárzást jelenti, és sohasem válik olyan absztrakt jelzéssé, mint az itáliai reneszánszra jellemző „aranytányérok”. A keleti egyházban a szentek nem a rájuk irányuló isteni dicsfénytől, hanem saját testükből fénylenek (Ruzsa 1981: 15; Lazarev 1979: 46; Uszpenszkij 2003: 364).

McLuhan másik metaforája a televízióra a kétdimenziós mozaik. Azért, mert nyelvileg *nézzük* a televíziót, folyamatosan elfelejtkezünk róla, hogy ez nem egy tisztán vizuális médium. Ehhez ugyanis egy olyan szabályrendszernek is társulnia kéne, ami egyértelműen és tisztán meghatározza a tévéképek egymásra következőségének a szabályait, ahogy az ábécé betűiből kifejlődött a lineáris írás és végső soron a könyv gyakorlata. A televízió képe folya-

12 A színek taktilis fogalmának magyarázatát lásd McLuhan (1968: 15). A televízió és a mozi fényhatásainak a különbsége ebben a kötetben Seurat és a pointillizmus kapcsán kerül előtérbe. A különálló festékpontok McLuhan szerint a televízió képi hatását keltik, mintha a festék maga lenne a fény forrása, ezzel tulajdonképpen rávetülnek a nézőre, ahogyan a televízió vagy a röntgensugár, így a befogadó maga válik a vászonná (elemzi Sparshott 1969: 137).

13 Természetesen léteznek *environmentek* és *assamblage*-ok, melyeknek lényege a tér, amelyet a befogadó köré az alkotó felépít. Ez azonban mindig egy zárt, körülhatárolt tér, tulajdonképpen egy inverz légnemű szobor. Talán a Land Art hatalmas területei lehetnének azok az alkotások, amelyeket leginkább kapcsolatba lehetne hozni a fenti problémával. Ez utóbbinál azonban jogosan merül fel a kérdés, mennyiben és hogyan is lehetne ezeket az alkotásokat szobroknak tekinteni, nem szűkíti-e túlzottan le ez a kifejezés a jelentésüket. Bővebben I. Walthert (2004).

14 Az angol eredetiben *iconic*, ami egyszerre jelenthet képit és ikonikusát, abban az értelemben, ahogy az ortodox szentképekre reflektál.

matos változásának az értékelésében a többi érzékszerv, leginkább a fül, is részt vesz. Ezt nevezi McLuhan ear-view mirrornak,¹⁵ a fül és a látás összjátékának.

A televízió mozaik, amennyiben az egységes teret mozaik jellegűre bontja. A nyomtatás előre szabályozott képisége ebben az értelemben megszűnik, és csak szegmentált részletek maradnak, amelyeket a nézőnek kell folyamatosan értelmeznie és összeraknia. A televízió képe nem csak abban az értelemben szegmentált, ahogy azt korábban Griffith és Seidman (1968) szövegében láttuk, hanem a közeli képek egyedi sorozatából fakadóan is. A médium speciális képtelensége az áttekintésre, az érthetővé tevő egész láttatására és a közeli képek favorizálása eredményezi ezt az új látásmódot, ami sajátos módon kapcsolódik össze a korábbi médiumok térszemléletével:

Mint Minden más mozaiktól, a tétvétől is idegen a harmadik dimenzió, de rá lehet vinni. A tétvében a harmadik dimenzió illúzióját a stúdióban felépített színhely szolgáltatja, de maga a tétvékép lapos, kétdimenziós mozaik. A háromdimenziós illúzió nagy része a filmek és a fényképek nézősekor kialakult szokások átvételén alapszik (McLuhan 1964; Halász 1985: 325).

Ez a szabályok nélküli szegmentáció, hiszen a nyomtatással szemben itt nincsenek olyan kialakult előírások, melyek meghatároznák és egyértelművé tennék az információegységek sorrendjét, azt, ami végletesen megváltoztatja az emberek nem csak a térhez, hanem egymáshoz fűződő viszonyát is:

McLuhan ugyanazt tette a térrel, amit Freud a szexszel: felmutatta mindent áthatóságát és az emberi viszonyokat strukturáló hatását (Gordon 2010: 6).

A tér ilyen felfogása pontosan az ellentéte a betűírásnak. Az utóbbi szeparálja az egyedi érzékeket, és egyetlen folyamatra összpontosít, míg az előbbi egyesíti őket a fizikai ingerek világában egy analitikus szeparációban.

Ebben az értelemben lesz fontossá a televízió taktilis tulajdonsága: a tárgyak megmutatása a felületükön keresztül megy végbe, aminek a hatását az újfajta érzékenység a kis terek iránt erősíti fel. Ez az érzék leginkább a kisebb belső terű európai autók elterjedésével jellemezhető: ezek belső terei szinte körülölelik az utast, mindent karnyújtásnyi távolságra helyezve el tőle (i. m. 9).

Az amerikai autó zárt tér volt, nem tapintható tér. A zárt tér pedig – mint azt a nyomtatásról szóló fejezetben láttuk – olyan, amelyben minden tértulajdonság vizuális fogalmakra redukálódik. Így az amerikai autóban, miként azt egy francia jegyezte meg egy évtizeddel ezelőtt, „az ember nem az úton van, az ember az autóban van”. Ezzel szemben az európai autó az embert valósággal végig akarja vonszolni az úton, s a kocsi alsó része tekintélyes rezgést szolgáltat. Újsághír lett belőle, hogy Brigitte Bardot mezítláb szeret vezetni, hogy maximálisan érezze a rezgést (McLuhan 1964; Halász 1985: 374).

Brigitte Bardot példájában szó szerint az autó tapintható tere kerül előtérbe. Azonban nem csak az autók kialakítása változott meg:

15 Szójáték: rear-view mirror: visszapillantó tükör, ear-view mirror: fül-látás tükör. Előbbi McLuhan egyik gyakran idézett fogalma, mely a médiumok és alapvetően a tudás hátratekintő jellegét mutatja. Minden médium tartalma valamilyen régebbi médium, amikor egy új médium megjelenik, elsődlegesen nem saját tulajdonságai alapján használják, hanem csak annyiban, amennyire a már megszokott médiumok funkcióit képes ellátni.

Új érzékenység jelent meg a tánc, a plasztikus művészetek, az építészet, a kis autók iránti igény, az olcsó fűzött könyvek, a szoborszerű frizurák és a mintás ruhák vonatkozásában (McLuhan 1964; Halász 1985: 327).

A mozaik jellegű tér és a taktilis fogalmainak jobb megértéséhez érdemes felidézni, hogy mindkettő egy-egy művészettörténeti fogalom távoli rokonaként is értelmezhető. Az előbbi határozottan az analitikus kubizmus megfelelője, ahogy a felületi érzékenység fogalma egybecseng a kollázs, mint művészi technika elterjedésével.¹⁶ Amy Dempsey így írja le a kubizmus kísérletező szakaszát:

A különböző szögekből – fentről, alulról, hátulról, előlről – szemlélt tárgyak összetett képe inkább azt közvetítette, amit tudunk a tárgyról, és nem azt, ami egy rögzített nézőpontból egy meghatározott pillanatban látható. Inkább érzékeltette a tárgyakat, mint leírta azokat. A nézőnek nem csak a látványból, hanem saját tapasztalataiból kellett felépítenie a kompozíciót. Az első pillanattól nyilvánvaló volt, hogy a kubista tárgy nem az impresszionizmus tovatűnő pillanatát ragadta meg, inkább egyfajta folyamatban lévő dologról szólt (Dempsey 2003: 85).

A taktilis fogalma Alois Riegl¹⁷ haptisch vagy taktisch fogalmának a rokona. Riegl számára ez a művészeti ágak első fázisa, amire az érzékelésben uralkodó tapintás dominanciája a jellemző. Az építészeti tér itt szigorúan meghatározott geometriai forma, a képzőművészetekben az ábrázolás zárt, elkülönített szobrászi tömegei a jellemzőek. A pontosan határolt, felületükkel jellemzett alakok körül nincs tér a szónak a mai jelentéssel teli értelmében, távolságuk mindig kéznyújtásnyi. Rálátásunk az egyes tárgyakra a normális nézőpontnak megfelelő látási távolság. Riegl fogalmai szerint a haptisch ellentéte az optisch, mely megközelítésben az egyedi adottságok a tárgyakat körülvevő térrel együtt kerülnek megjelenítésre, ami így elsimítja az előző állapotban közöttük fennálló abszolút különbséget (Marosi 1976: 93; Murray 2003: 212–216).

McLuhan híres maximája, miszerint a televízió a néző bőrére tetoválja a képet, ebben a két vonatkozásban válik elsődlegesen értelmezhetővé: a felület iránti érzék szükségszerűen jár együtt a szemlélt alapértelmezett távolságának a megváltozásával. A karnyújtásnyira lévő dolgok éppen azért vannak karnyújtásnyira, hogy a tapintás érzékével mint alapvető, primer megismerési móddal közeledhessünk feléjük. A tapintás médiumának azonban van egy speciális, pszichológiailag bizonyítható tulajdonsága, miszerint sohasem ad pontos térbeli képet: egy összetett forma pusztán tapintással való megismerése még a legkifinomultabb térbeli gondolkodással rendelkező személyek számára is lehetetlen: a részletgazdagságot felismeri, de az egészen a pontos feltérképezése nem lehetséges.

Az elfogulatlan szemlélőnek az tűnik fel, hogy a kizárólag tapintásra kényszerített művelt felnőttek kisgyerek módjára sorolják el az egyes jegyeket anélkül, hogy egészében ragadnák meg a tárgyakat. A pillanatnyilag nem tapintható részek mintha nem is léteznének. [...] A látási érzékletek hihetetlenül széles spektruma mögött a tapintás messze elmarad (Révész 1950; Halász 1985: 351).

¹⁶ Lásd Picasso *Csendélet nádszöveffel* című képét (1912), amelyen a művész az ecsettőlőről rongyának egy darabját rögzítette. Ennek folytatása volt a papírkivágásokból, újságdarabokból összeállított *papier collés* (Dempsey 2003: 85).

¹⁷ Bécsi művészettörténész, 1858–1905. A bécsi iskola és a stílustörténeti paradigma megalapítója.

A bőrre tetovált képnek azonban van egy másik értelmezési lehetősége is. A televízió azért képes tetoválni, tehát metaforikusan maradandó benyomást tenni, mert mint láttuk, nem rávetül, hanem rajta keresztül érkezik a fény, ezáltal elég ereje van akkor is hatni, ha a befogadó nem közvetlenül rá figyel. A bőrünkre tetovált kép mintha a televízió társas használatának, a háttér-televíziózásnak lenne a leírása, amikor a másik felé fordulva, beszélgetés közben nem a szemünkkel, hanem csak a bőrünkkel érezzük a képet. Csikszentmihályi és Kubey (1981) kutatásai egyértelműen bizonyították, hogy a televízió médiumának ilyen használata kifejezetten gyakori a megkérdezett amerikai családok körében, ahol vacsora közben, illetve az esti családi együttlétek alatt is folyamatosan ment a készülék. A televízió ebben az értelemben egy geográfiai hely, gyülekezőhely (Adams 1992), ahol az összetartozást erősítő aktusok végbemennek. A televízió fénye jelöli ki azt a szűk, karnyújtásnyi területet, ahol a befogadó az őt körülvevő világgal találkozik. Két különböző értelemben is: egyrészt a televízió műsorain keresztül a külső világgal, másrészt a szűk családi/baráti körrel, akikkel közösen dolgozzák fel a kapott külső információkat.

A bőrünkre tetovált képnek van egy másik jelentése is, ami olyannyira rejtett, hogy McLuhan külön megjegyzése nélkül szinte lehetetlen megérteni:

A televízióra vonatkozó megfigyeléseim csak tomisták számára érthetőek (Gordon 2010: 18).

Ahhoz, hogy ezt a magyarázó megjegyzést megértsük, Aquinói Szent Tamás érzékelésméletténe a pontos ismerete szükséges.

Tamás egész érzékelésmélettét Arisztotelészre építi, melynek központi alkotóelemei az érzékelés egyedi szervei és a *sensus communis*. Ez utóbbin azonban nem azt a mára elterjedt jelentést kell érteni, hogy ez a közösségi érzék, mely képessé teszi az embert a társas kapcsolatok, és ezen keresztül a teljes emberi társadalom fenntartására, hanem azt a belső szervet (szó szerint közös érzéket jelent a fogalom), amely a különböző érzékelő szervek egyedi ítéleteit képes megkülönböztetni egymástól. Arisztotelész szerint az egyedi ítéletek az érzékekben csak az adott érzék által érzékelhető dolgokra vonatkoznak, tehát a szem meg tudja különböztetni a világosat a sötétől, az ízlelés pedig a keserűt az édestől. De arra az ítéletre, hogy a keserű nem fehér, az egyedi szervek nem képesek, hiszen a másik érzék alá tartozó ítéleteket nem hozhatnak. Ezeknek a diszjunkt ítéleteknek az összehangolását végzi el a *sensus communis* (Summers 1987: 103).

Arisztotelész szerint a tapintás az emberi intelligencia kiemelkedő érzéke, hiszen ez az egyetlen, amiben egyetlen állat sem előzi le az emberi fajt, míg olyat, melynek jobb a látása, szaglása, hallása, könnyű mondani. A tapintás a legezektább érzék, írja Arisztotelész (*De Anima* 421a: 19–20), és hozzáteszi, hogy az ezen keresztül nyert gyönyör magasabb rendű a többinél. Arisztotelész szerint a tapintás kitüntetett helyzete látszik a bőrön is, amennyiben a buta embereknek vastag, csúnya bőrük van, a szép, finom bőr az intelligensek kiváltsága.

Aquinói Szent Tamás ezeken az alapokon építi fel saját rendszerét, mely szerint az érzékelés elsődlegesen az ellentétek elkülönítését szolgálja, mely folyamatban mind az öt érzék együttesen vesz részt, de mindegyik ugyanarra az alapra, a tapintásra megy vissza, hiszen ez az az érzék, mely az elsődleges különbségtételt, az élő hús és az élettelen anyag szétválasztását, képes végrehajtani. Ennek az érzéknek az ítéletei pontosabbak és árnyaltabbak a többinél, mert maga az érzékelő szerv abszolút és közvetlen kapcsolatban van azzal, amivel és amiről ítéel. Tamás ezenkívül közvetlen kapcsolatot tételez fel az emberi test komplexitása és a tapintás ítéletténe a komplexitása között, amit továbbvezet a korábban már ismertetett

arisztotelészi ember-állat megkülönböztetésre. A tapintás ilyen kitüntetett helye magyarázza, hogy miként lehet Aquinói Szent Tamás szerint a *sensus communis* kapcsolatba hozni a bőrrel és az érzékeléssel (Summers 1987: 103).

Négy különálló gondolati kört (a televízió fényének, mozaikhatásának, taktilitásának illetve mindezek érzékelésmódjának) igyekeztem megvizsgálni a televízió kapcsán, melyek egyesével mind a televízió *cool* tulajdonságait erősítik fel. Ez azonban együtt jár egy furcsa inverz korrelációval, a néző *hottá* válásával, hiszen ahogy a szeme és a füle együttműködik, hogy jelentést hozzon létre az egyedi pontok halmazából, hogy valamilyen módon teret konstruáljon az egyedi közelképekből, ő maga *hottá*, nagy felbontású információbefogadóvá változik (Gordon 2010: 8). Ugyanezt az inverz folyamatot láttuk korábban, amikor a nyomtatott könyv *hot* médiuma kapcsán a kánon megváltozásával előtérbe kerülő, az ottani médiummal ellentétes *cool* szövegek váltak fontossá.

Pontosan ugyanez a folyamat játszódott le McLuhan elemzésében Robert Theobald *The Rich and The Poor* című művében az ausztráliai őslakosok és a misszionáriusok történetében (McLuhan 1964). Az őslakosok által használt jellegzetes munkaeszköz a kőbalta volt, és amikor a nyugatiak olcsó fémbaltákkal látták el az egész törzset, tehát nem csak az addig kivételezettnek számító férfiakat, megbontották a teljes csoportszerveződést. A fémbalták *hot* médiuma felülírta és felrobbantotta a korábbi kötelékeket, olyan változást hozott az őslakók életébe, mint a pénz, a kerék vagy az írás. A fémbalták *hot* médiumként való értelmezése kulcsfontosságú. Hiszen itt nyilvánvalóan nem a használati módjában, hanem a hozzáférési lehetőségekben teremt változást. A korábban speciális, csak a férfiak számára elérhető rangjelző eszközből mindenki számára nyitott médiummá változott, ami csak inverz hatásában válik láthatóvá. Ennek pontosan az ellentéte játszódik le McLuhan szerint az elektromos áram (Európában a rádió, Amerikában a televízió) elterjedésével: ami visszaállította az intenzív részvétel törzsi állapotait.

A fogalmak által leírt jelenségek inverz hatása ismét előtérbe helyezi használatuk problematikáját. McLuhan szituacionista felfogása lehetetlenné teszi, hogy tudományos fogalomként kezeljük őket, inkább a helyzeteket, folyamatokat reflektáló metaforákként kell meghatározni, melyeknek adott jelentését nem tárgyuk, hanem az értelmező szövegvörse adja.

McLuhan maga is küszködik azzal a problémával, amikor az értelmezés elvileg lineáris rendszerét a valóság sokkal bonyolultabb, multidimenzionális interdependens struktúráira kell hangolnia. A problémát az Ó- és Újszövetséget kommentáló irodalomra vetíti vissza, ahol az Isten-ember, Isten-világ, ember-szomszédja viszonyok egyszerre hatnak egymásra és következnek egymásból. Ebből következik az a körkörös mozgás, mely egy koncentrikus spirálba viszi a gondolkodást, ahol az üzenet vagy az igazság akár az első mondatokból kihámozható lenne, ha az értelmező képes volna rá (McLuhan 1964).¹⁸

18 A magyar nyelvű szakirodalomnak további nehézségeket okoz, hogy az eredeti angol fogalmakra nincsenek megfelelő magyar fordítások. Habár a *cool* kétségkívül jelent hűvös is, az angol kifejezés jelentésbokra ennél sokkal tágabb. Egyaránt jelentheti azt, hogy: hűvös, friss, langyos, nyugodt, hidegvérű, közömbös, kimért, lagymatag, fesz-telen, szokimondó, szemtelen, flegma. A *hot* pontos visszaadása is hasonló problémákba ütközik, hiszen a jelentése lehet: forró, meleg, heves, féktelen, szilaj, hirtelen, indulatos, lelkes, tüzes, szenvedélyes, ádáz, bős, csípős, friss, új, élénk, ríktó.

McLuhan kifejezetten nyelvtudatos, szójátékokra, nyelvi leleményre épített szövegei esetében veszélyes vállalkozásnak tűnik, hogy két központi fogalmát ekkora egyszerűsítéssel kezeljük. Habár mindkét fogalomban tagadha-

Megan Mullen találóan jegyzi meg, hogy talán még magának McLuhannak is problémája lenne azzal, ha saját szövegeit kéne megértenie, már persze ha nem ő írta volna (Mullen 2006: 374). A szövegek mintha előre számítanának a lineáris gondolkodási rendszer megváltozására, ahogy az elektromos média rövid üzenetei átstrukturálják a teljes mentális rendszerünket. A kijelentései olyannyira direkt, határozottak és magabiztosak, hogy csak a végletes elutasítás vagy elfogadás mellett dönthet az olvasó, kreatív módon továbbvezetni a gondolatait lehetetlen (Meyrowitz 1985: 21).

A fejezet második bekezdésében olvasható a definíció: A hot médiumok egyetlen érzék nagy felbontású kiterjesztései. Ez a mondat alapvetően azt sugallja, mintha a definíció a hot médium fogalmából problémamentesen indukálná a hot fogalmának a használatát. Ennek azonban ellentmond a meghatározást megelőző bekezdés, amelyben McLuhan Curt Sachs *World History of Dance* című munkáját idézi a keringő elterjedéséről, melyet igazságának, egyszerűségének, természetközelségének köszönhetett. Ezt azonban már nagyon nehéz belátnunk a jazzkorszakból, ahonnan a megváltozott mediális környezet miatt nem látszik ez az eredetileg forró, bomlasztó kifejezőmód, amely áttörte a feudális határokat és az udvari normákat (McLuhan 1964). A hot ebben az esetben nem a táncra, mint önmagában vett médiumra, hanem annak csak egy speciális, történelmileg-társadalmilag pontosan meghatározható esetére vonatkozik.

A probléma még egyszer előjön a fejezet folyamán, a balett *hottá* válásának egy speciális eseteként, amikor a balerinák elkezdtek a lábujjukon táncolni. Ezzel a balett egy új spirituális szintet ért el, ugyanakkor kiszorultak a férfitáncosok. McLuhan szerint ez a folyamat tipikus hot mediális folyamat, hiszen egy hot médium mindig kevesebb részvételi lehetőséget ad, mint egy cool. A magas definíció által megkövetelt specializáció azonban az élet minden területén kifejti a hatását, ahogy a balerinaszerepet a nőkre szabta, úgy alakított ki egyéb rájuk illesztett munkalehetőségeket az egész társadalmon belül.¹⁹

A speciális táncfajták egyedi jellege miatt lehetséges, hogy a charlestont elfogadják a Szovjetunióban, míg a twist abszolút tiltás alá esik. Ez utóbbi cool abban az értelemben, hogy a táncosnak fel kell oldódnia a mozdulatokban, teljes mértékben részt kell benne vennie, tehát az egyéni szabadságnak a veszélyes kifejezése, míg a charleston mechanikus bábut imitáló lépései egy olyan avantgárd formának tűnnek, ami a szovjet uralom céljainak alapvetően megfelel (McLuhan 1964). Ez azonban egyáltalán nem jelenti azt, hogy a teljesen különböző mediális környezetet és klímát jelentő Nyugaton is ugyanilyen jelentéssel bírnak.

McLuhan számára a folyamatos hot mediális közeg olyan specializációs és intenzív befolyás alá kényszerítette a nyugati világot, ami az egyes egyének számára már elviselhetetlen, ezért a felettes én vagy a cenzor feladata, hogy *cool*llá, megélhetővé tegye a folyamatokat. E nélkül a folyamat nélkül csak pánikgombokat nyomogató rokkantak lennének, akik képtelenek megbirkózni a világ történéseivel. Ugyanakkor a cenzor néha túl erős, és szó szerint szellemi hullamerevséget kényszerít az egyes emberekre.

A hot és a cool azonban egyes emberek jelzője is lehet. Boulding recenziója (1967) kapcsán már érintőlegesen előkerült a televízió és a rádió médiumának megfelelő alakok prob-

atlanul benne van a termodinamikai jelentés, ez távolról sem jelenti azt, hogy megfelelő fordítás lenne a „television is cool” mondatrész „a televízió hűvös”-nek visszaadni.

Egyedülálló a magyar nyelvű McLuhan-irodalomban Hauser Arnold, aki 'hiányosnak' fordítja a cool fogalmát. Hauser [1974] 1982; Halász 1985: 349).

¹⁹ Vesd össze a korábban elemzett mechanikus világkép és emberi specializáció gondolatokkal.

lémája. A televízió cool közege nem ad megfelelő környezetet a pontosan definiált személyiségjegyeket felvonultató személyekhez:

Bárki, akinek a megjelenése erősen leleplezi az életben betöltött státusát és szerepét, rossz a tévében. Bárki, aki olyan, mintha tanító, orvos, üzletember vagy még egy tucat más lehetne egyszerre, jó a tévében. Ha a mutatott személy osztályozhatónk látszik, mint amilyenek Nixon látszott, a tévénező semmit sem tölthet bele. Kellemetlenül érzi magát az illető tévéképével. Kényelmetlenül jegyzi meg: „van valami a fickóban, ami nincs rendben” (McLuhan 1964; Halász 1985: 388).

A bemutatott példákon jól látszik, hogy sem a *hot*, sem a *cool* fogalmát nem lehet pontos, tudományos definícióba sűríteni. Használati területük és értelmezési keretük is túlzottan tág. Egyszerre mozgatják a termodinamikai tételek összes jelentését: a hőmérsékletváltást, mint primer jelentést, a nyomásváltozást, mint a jelek sűrűségének a jellemzését, és a rendszeren végzett munka, mint a befogadói hozzáállás bemutatását. A három definíció azonban mégsem alkot egységes egészet, mindig egy sajátos önértelmezés mentén kapcsolódik a kontextushoz.

A *hot/cool* ellentétpár ezért a hármas kiterjedés miatt nem alkot dialektikus egészet. Sparshott szerint a fogalompárok elrendezésének lehetséges módzatai közül (örök, megoldhatatlan konfliktusban állnak, a konfliktus megoldása maga a világtörténelem, az egyik oldal győzelme a másik felett stb.) McLuhan egész egyszerűen nem dönt, ami rendszernek önreflektálatlan jelleget kölcsönöz, ami azonban megőrzi valamit a gondolat eredeti komplexitásából (Sparshott 1969: 143).

A három dimenzió felismerése azonban megváltoztatja a helyzetet: hiszen a dialektikus párt szó szerint kinyitja egy új vegyértékkel, ami újabb értelmezéseket enged meg. Újabb köröket generál, amik a feltérképező gondolat előtt sose fognak rendszerré kristályosodni.

A *hot/cool* fogalmai abban az értelemben metaforák, ahogy Umberto Eco fogalmazta meg: a véges számosságú jelekből (jelen esetben tulajdonságot leíró szakszóból) végtelen jelentést előállítani képes beszélő eszközei:

A képzelet nem lenne képes a metafora kitalálására – vagy felismerésére –, ha a kultúra a globális szemantikai rendszer lehetséges struktúrájának formájában nem adná meg számára az önkényesen megállapított érintkezések felszín alatti hálóját. A képzelet egyébként olyan ítélőképesség, amely sietve járja be a szemantikai labirintus ösvényeit, s e sietség közben elveszti szilárd struktúrájának az irányát. A teremtő képzelet csak azért képes vakmerő mutatványokra, mert egy olyan „bordásfal tartja fenn, amely egymásra helyezett korlátainak hálózata segítségével kijelöli mozdulatait (Eco 1976: 340).

Eco metaforológiájában a bordásfal a nyelv. Azonban ha kicseréljük ezt a terminust a média fogalmára, McLuhan egyik legnagyobb ellenfele mintha éppen a torontói professzor elméletét jellemezné.

Hivatkozott irodalom

- Adams, Paul C. (1992): Television as a Gathering Place. *Annals of the Association of American Geographers* 82(1): 117–135.
- Blake, Robert W. (1971): Hot Stuff or Cool, Man, Cool? *The English Journal* 60(6): 728–734.
- Boulding, Kenneth E. (1967): The Medium and the Message. *The Canadian Journal of Economics and Political Science / Revue Canadienne d'Economique et de Science Politique* 31(2): 268–273.
- Cavell, Richard (2010): McLuhan and the Humanities. *ESC* 36(2–3): 14–18.
- Csikszentmihályi, Mihály és Robert Kubey (1981): Television and the Rest of Life: A systematic Comparison of Subjective Experience. *The Public Opinion Quarterly* 45(3): 317–328.
- Dempsey, Amy (2003): *A modern művészet története*. Budapest: Képzőművészeti Kiadó.
- Drucker, Peter (1957): *Landmarks of Tomorrow*. New York: Harper.
- Umberto Eco (1976): A metafora szemantikája. In uő. *A nyitott mű*. Budapest: Gondolat, 320–364.
- Eco, Umberto (1983): *Travels in Hyper Reality*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Falus Iván (szerk.) (2007): *Didaktika elméleti alapok a tanítás tanulásához*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Gordon, W. Terrence (2010): *McLuhan – A Guide for the Perplexed*. New York & London: Continuum.
- Griffith, Malcolm és Earl Seidman (1968): *Understanding Media: The Extensions of Man by Marshall McLuhan. College Composition and Communication* 19(1): 69–72.
- Halász László (szerk.) (1985): *Vége a Gutenberg-galaxisnak?* Budapest: Gondolat.
- Hauser Arnold ([1974] 1982): *A Művészet szociológiája*. Budapest: Gondolat.
- Kenner, Hugh (1968): *Understanding McLuhan*. In *McLuhan Pro and Con*. Rosenthal Raymond (szerk.). New York: Penguin.
- Kroker, Arthur (1984): *Technology and the Canadian Mind: Innis, McLuhan, Grant*. Montreal: New World Perspectives.
- Laughey, Dan (2007): *Key Themes in Media Theory*. London: Open University Press.
- Lazarev, Victor (1979): *Bizánci festészet*. Budapest: Magyar Helikon.
- Marchessault, Janine (2005): *Marshall McLuhan – Cosmic Media*. London: Thousand Oaks.
- Marosi Ernő (szerk.) (1976): *Emlék Márványból vagy homokkőből... Öt évszázad írásai a művészettörténet történetéből*. Budapest: Corvina.
- Maróti Lajos (1967): McLuhan médiái: egy új technika mítosz születése. In uő. *A múlt idő nyomában*. Budapest: Magvető.
- McLuhan, Eric és Frank Zingrone (1995): *Essential McLuhan*. London: Routledge.
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, Marshall (1968): *Through the Vanishing Point Space in Poetry and Painting*. New York: Harper and Row.
- McLuhan, Marshall (1969): Playboy Interview: Marshall McLuhan – A Candid Conversation with the High Priest of Popcult and Metaphysician of Media. *Playboy* 16(3).
- McLuhan, Marshall és Gerald E. Stearn (1967): A dialogue. In *McLuhan Hot and Cool*. Gerald E. Stearn (szerk.). New York: Dial Press.
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Mullen, Megan Gwyne (2006): Coming to terms with the Future He Foresaw: Marshall McLuhan's Understanding Media. *Technology and Culture* 47: 373–380.
- Murray, Chris (szerk.) (2003): *Key Writers on Art: from Antiquity to the Nineteenth Century*. London & New York: Routledge.
- Révész Géza (1950): *Psychology and the Art of the Blind*. London: Longmans Green.
- Ruzsa György (1981): *Ikonok Könyve*. Budapest: Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata.
- Sparshott, F. E. (1969): The Gutenberg Nebula. *Journal of Aesthetic Education* 3(3), Special Issue: Film, New Media, and Aesthetic Education, 135–155.
- Stearn, Gerald E. (szerk.) (1967): *McLuhan Hot and Cool*. New York: Dial Press.
- Summers, David (1987): *The Judgement of Sense Renaissance Naturalism and the Rise of Aesthetics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taylor, Stephen (1966): Understanding Media by Marshall McLuhan. *Film Quarterly* 19 (3): 58–64.
- Úszpenskij, Leonyid (2003): *Az ikon teológiája az ortodox egyházban*. Budapest: Kairosz – Paulus Hungarius.
- Walther, Ingo F. (2004): *Művészet a 20. században*. Budapest: Vince Kiadó.