

# Zagyvai Sári

ORCID: 0009-0005-3063-1000

**MATE KC Rippl-Rónai Művészeti Intézet**

[zagyvai.sara@uni-mate.hu](mailto:zagyvai.sara@uni-mate.hu)

Artcadia, ú.f. 2 (2), 23–34. (2023)

DOI: [10.57021/artcadia.4989](https://doi.org/10.57021/artcadia.4989)



A cikkre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik: CC-BY-NC-ND-4.0.

## A horizont vágyképei

A magazinokban, a számítógépes játékokban, a filmekben vagy a mindennapi netes barangolásaink során látott vidékek olyan víziókat keltenek a távoli helyekről, amelyek elfedik a valóságos tájakat. A digitális és nyomtatott képáradat uniformizált elképzeléseket vált ki a befogadóban. A sematikus és idealisztikus tájképek nem csupán pótlékértékű szimulációk, hanem kilépnek másodlagos szerepükből, és befolyásolják a tapasztalatokat a valós szituációkban. Más szóval az előképeink is alakítják a valós találkozást a természettel. Ebben az írásban különböző médiumok asszociatív példáin keresztül mutatom be, hogy a tájképek nem egyszerűen a valóságot tükrözik, hanem a természet képén túl az alkotó és a szemlélő belső lelkiállapotát és vágyait jelenítik meg.

**kulcsszavak:** videójáték, virtuális táj, idealizált táj, vágykép, médium

## The horizon of desires

The landscapes we see in magazines, computer games or in our everyday online explorations embody the aspirations of the horizon, while dream-like visions increasingly obscure the actual landscape. These standardized scenes are not mere simulations serving to substitute: they abandon their secondary function – they affect experiences in real situations; these preset images shape the true encounter with nature. In this paper I illustrate with associative examples from different media that landscapes do not merely reflect reality. I intended to get closer to understanding how the objective, external scene relates to the subjective, private image.

**keywords:** videogame, virtual space, idealistic landscape, dream-like vision, medium

„Vágyképek és álomtájak uralják képzeletünket az év minden egyes munkával töltött hetében. Információgyűjtés, tervezetés, más élményeinek meghallgatása és a saját élményeink felidézése alapvető szerepet játszik abban, hogy kimozduljunk megszokott környezetünkől.”<sup>1</sup>

## A National Geographic magazin

A fényképek dokumentarista műfajához sorolható képek is elrugaszkodhatnak a valóságtól, és abban a formában nem létező világot mutathatnak be. A *National Geographic* képi világa jól példázza, hogy a fikció és valóság között húzódó mezsgye a fotográfiák esetében sem egyértelmű. Az antropológusi szemüvegen, de mégis egy megszépített képi világon keresztül ábrázolt vidék hozzájárul ahhoz, ahogyan megismerjük és létrehozuk az ismeretlen térségekről sajátunk megélt elképzeléseinket.

Ebben a magazinban a tájakat a nyugati megfigyelő szemszögéből, a felfedező tekintetén keresztül látjuk. Ez a tekintet – írja John Urry – egy szisztematikus és analizálható módja a nézésnek.<sup>2</sup> Az utazó az olyan szempontokat értékeli, amelyek nem szokványosak. Keresi a változatosságot, a tájnak azon tulajdonságaira figyel, amelyek a mindennapokban a megszokottól eltérő tapasztalatokat és élményeket nyújtanak,<sup>3</sup> orientalizálva a távoli tájakat és népeit. Ennek a hozzáállásnak a következtében egy olyan alkotást tár a néző elé, amely sokkal inkább szól egy ideális, másik Európáról, mintsem a valós helyszínekről, emberekről, tájakról.<sup>4</sup>

Az élmények, amelyeket a magazin képei közvetítenek, hatással vannak az utazó és az olvasó vágyaira és a világról vagy a népekről alkotott nézeteire. De pontosan milyen fényképeket is jelenítenek meg a *National Geographic*-ban, és mit is akarnak nekünk elmondani? Mit üzennek ezek a képek, és milyen elképzeléseket váltanak ki a szemlélőjükből? Ilyen típusú kérdések érdekelték azt a két antropológust, akik úgy döntöttek, hogy elemzik a *National Geographic* magazin képi világát. Ezekből az elemzésekből készült Catherine A. Lutz és Jane L. Collins *Reading National Geographic* című könyve.<sup>5</sup> A fényképek megfigyelése során kiderült, hogy a képek közös jellemzőket mutatnak. Az egzotikusként beállított ember és távoli vidék egy olyan édeni világ részei, ahol ember és természet harmóniában él együtt.

A vidékek és emberek egy olyan vonzónak beállított világhoz tartoznak, amely a sajátunk (a civilizált) ellenpólusaként jelenhet meg. A fényképek olyan, stressztől, szorongástól és depressziótól mentes világ képét festik le, amely nagyon csábító, ám egyúttal idealizált. A mindennapi valóságtól eltérő és romantikussá retusált világ a civilizáció betegségeinek ellenpárjaként jelenik meg. Habár úgy tűnik, hogy ez a nézőpont a kulturális különbségeken keresztül mutatja be a különféle kultúrákat, mégis orientalizált megjelenést kölcsönöz a harmadik világnak.

A *National Geographic* ikonikus képei a „helyi egzotikumot” varázslatosnak ábrázolják. Ennek az idealizálásnak az egyik jó példája, hogy a magazin a természeti népeket nagyon egészségesnek mutatja be. Napbarnított felsőttesteket, fedetlen melleket láthatunk, mindeközben a betegségek,

1 Bódi Jenő – Pusztai Bertalan, szerk.: „A turizmus (média) reprezentációi a globális áramlatok terében,” in *Replika* [Médiaturizmus] 96–97. szám (2016/1-2.), 7. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)

2 John Urry, „A turistatekintet,” in Bódi Jenő – Pusztai Bertalan (szerk.), *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái* (Budapest-Pécs-Szeged: Gondolat, 2012), 41–61.

3 John Urry, *Consuming Places* (London: Routledge, 1995), 211–229.

4 Edward W. Said, *Orientalism* (New York: First Vintage Books Edition, 1979)

5 Catherine A. Lutz and Jane L. Collins, *Reading National Geographic* (Chicago: University of Chicago Press, 1993)

az éhezés és a nyomor kívül marad a fotós objektívjén. A szövegben megjelenik a nélkülözés és a nyomor bemutatása, de a képeken egyáltalán nem.

A harmadik világ korábbi, különböző vizuális megjelenítéseihez képest, amelyek inkább tragikusak vagy abszurdak voltak, a *National Geographic* magazinban megjelenő fényképek pozitív érzelmeket váltanak ki. Az újság megpróbálja eljelentékteleníteni a kulturális különbségeket is. Inkább festőien erotikusnak ábrázolja az embereket, mintsem valóságos és realiztikus képet mutat az ott élőkéről. A fényképek szereplői mosolyognak vagy barátságosan fordulnak a kamera felé. Catherine A. Lutz és Jane L. Collins *Reading National Geographic* című könyve felhívja rá a figyelmet, hogy az újság az ázsiai, latin-amerikai, közel-keleti, észak-afrikai embereket a kulturális különbségek ellenére alapvetően ugyanazoknak vagy ugyanolyanoknak ábrázolja. Számos kép fókuszál valamilyen rituális viselkedésre, és ennek az ábrázolására bejáratott, ideáltipikus módokat választ. A magazin idealizált képi világa jól tükrözi a fejlett világ hátrányaival szembesülő ember ambivalens viszonyát, egyúttal nagyban hozzájárul a sematikus asszociációk elterjedéséhez. A *National Geographic* indirekt módon hat a turizmusra, miközben távoli tájak és az ott élő népek életének megismertetését ígéri, az idealizált képi világ vágyakat ébreszt az olvasókban, hogy saját szemükkel láthassák azokat a helyeket, amelyeket az egyre olcsóbbá váló repülőjegyek a tömegturizmus célpontjaivá változtatnak.

## Filmturizmus

A turizmus egy másik gerjesztője a filmipar, amely oly mértéket ölt, hogy saját terminust is kapott. A filmturizmus az utazás olyan formája, ahol a turista olyan helyeket keres fel, amelyek filmforgatási helyszínek voltak. Mint azt Radnóti Sándor: *Simmel és a táj* című írásában olvashatjuk, „*gyakran nem is mi alkotjuk meg a tájat, hanem turistajelzések vezetnek ahhoz az előre kijelölt kilátási ponthoz, ahonnan belemerülhetünk a táj szépségébe.*”<sup>6</sup> A filmek a táblákhoz és magazinokhoz hasonlóan hatással vannak a turizmusra. Irimiás Anna *Filmturizmus*<sup>7</sup> című könyve tárgyalja, hogyan ösztönzik a filmekben bemutatott helyszínek, hogy minél többen felkeressék őket, és foglalkozik a jelenetek vágykeltő hatásaival. A sztárok vonzerején túl belső motivációk lehetnek az önmegvalósítás, a státusznövelés, a fantáziálásra való hajlam, az elvágódás és új élmények keresése. Példaként tekinthetünk Petra sziklás romvárosára, amely az *Indiana Jones and the Last Crusade* (Steven Spielberg, 1989) című kalandfilmben jelenik meg. A híres film ahhoz is hozzájárul, hogy az utazók a célpontnak kiválasztott tájat már ismerősként üdvözölgék. Amikor végre tényleg eljutnak a vágyott, távoli helyszínre, élményeiket a filmvászon látottakhoz igazítják. Szeretnék, ha arra hasonlítanának, keresik az egyezéseket. A fényképeken pedig sok esetben, de nem kizárólagosan, a mozivászon látott, kanonizált látványt szeretnék reprodukálni. Irimiás Anna Urry (2012) gondolatára hivatkozik, miszerint:

6 Radnóti Sándor, „Simmel és a táj,” in *Replika [Alogútban]* 112. szám (2019/3) 11.

7 Dr. Irimiás Anna, *Filmturizmus* (Budapest: Akadémiai Kiadó, 2015)



„a turisták a tájnak egy idealizált képét próbálják meg fellelni az utazásaik során, hiszen már van egy kialakult elképzelésük a helyszínről, amelyet a képeslapok, az útikönyvek, televíziós programok, az internet, valamint a filmek hoztak létre és tápláltak.”<sup>8</sup>

8 Irimiás, *Filmturizmus*, 121.

A televízióban és a mozivásznon megjelenő tartalmak potenciálisan hatással vannak a néző személyiségének különböző szintjeire. Ekképpen a vásznon megjelenő egzotikus tájak a távoli utáni vágyakozást táplálhatják.

„Az Egyesült Államok óceántól óceánig nyúló változatos tájai, ámulatba ejtő természeti örökségei előtt lehet-e egyszerűbb és nagyszerűbb módon tisztelni, mint amit Forrest (Tom Hanks) több mint három évig tartó, Amerikát átszelő futása során kapunk a filmben? Nem véletlen, hogy a Monument Valley-nál fejeződik be a nagy futás. Forrest sok követőjével együtt a 163-as úton Utah és Arizona határánál rőtta az utat, amikor hirtelen úgy érezte, hogy elég, elfáradt, haza akar menni. A kamera Forrest háta mögül (mint Caspar D. Friedrich festményein) mutatja a jelenetet, és a háttérben teljes pompájában kirajzolódnak a Monument Valley westernfilmekből ismerős sziklái.”<sup>9</sup>

9 Irimiás, *Filmturizmus*, 22.

Az utazó csalódhat, mivel elvárásai nem feltétlenül egyeznek mindig az átélt élménnyel. Akár meg is bánhatja az utazást, hogyha a tapasztalatai nem hasonlítanak a mozivásznon látottakhoz. Lehetséges, hogy odazarándokolva más napszakban vagy évszakban látja a tájat, még gyakoribb, hogy az időjárási viszonyok teljesen eltérőek, és nem biztos, hogy tudja kontrollálni a körülményeket. Neulinger tanulmányaiban olvashatjuk, hogy az utazás ugyan a fogyasztás egy fajtája, de a turista nem feltétlenül tud előre tájékozódni megfelelően a megvásárolt termékkel (élménnyel) kapcsolatban. A moziban látott képkockák nem csupán pozitív üzeneteket közvetíthetnek, hanem hozzájárulhatnak ahhoz is, hogy a nézők leértékeljenek helyszíneket. Míg a természetet általában hivatónak ábrázolják, addig a nagyvárosok képei nyomasztó, zsúfolt helyszíneként jelennek meg a filmvásznon.

A különféle filmekben szereplő tájak hatással lehetnek egy adott térség turisztikai bevételeire és gazdaságára. Filmnézés közben a néző átadja magát az élménynek, magukkal ragadják őt az események. Az érzelmi töltés és impulzusok – izgalom, kaland, romantikus élmények átélése – arra motiválják, hogy útra keljen.<sup>10</sup> *A part* című film hatására

10 Bódi Jenő, „A tévéző turista. A médiaturizmus helyeinek kulturális geográfiaja,” in *Replika*, 96–97. szám (2016/1-2), 59–74. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)

Thaiföldön a Ko Phi Phi sziget nagyon népszerű lett. A látogatók előzönlötték a türkizkék tengert és az öböl partját. Viszont a turistatömegek néhány év alatt nagymértékű környezeti károkat okoztak. Így a hatóságoknak lépniük kellett, és lezárták a szigetet az odalátogatók elől. A turizmuskutató vizsgálati módszerei igazak a filmturizmusra is, transzdiszciplináris területről lévén szó, érinti az antropológia, pszichológia, szociológia, marketing és közgazdaságtan területeit. Francesco Jodice olasz kortárs fotóművész **What we want** című könyvében a tájat az emberek vágyait reprezentáló helyként jelöli meg és képzelettel el. A **Phi phi don** című képén a női alak megidézi a tengerparti környezetben pózoló celebek, színésznők, modellek testtartását.<sup>11</sup>

11 Francesco Jodice, *What we want* (Milan: Skira, 2004), 4–5.

## Sci-fi filmek/ Idegen bolygók tájképei

„A térhajós hajóra száll, a filmek nézője megváltja hajójegyét a téridőutazáshoz. A hordozórakétát gépi rendszerek indítják útjára, a mozigép elindításával útnak indul az audio-vizuális világnézet-gépezet. Ráadásul mindkét utazó el van zárva attól a világtól, ahová útnak indult: a néző nem léphet át a filmek világába, a térhajós nem léphet ki berendezési zárványából az idegen világterek halálos hidegére. Az ismeretlen feltörekvő hódítóinak útja ezért eleve kudarcra van ítélve: sohasem érkeznek meg oda, ahová indulnak.”<sup>12</sup>

12 Tillmann József A., *Szigetek és szemhatárok* (Budapest: Holnap Kiadó, 1992), 14.

Több világűrben játszódó sci-fi-ből ismerjük azt a dramaturgiát, amikor az ember eltölpül az őt körülvevő végtelen, csillagokkal pettyezett térben, majd a vászonra beúszik egy hatalmas technikai objektum, kiszorítva a galaktikus teret. Minden sci-fi, hasonlóképpen a vadnyugaton játszódó filmekhez, a táj vagy a tér (űr) szempontjából a végességet igyekszik meghaladni. Mindkét esetben a film meglebegteti a fejlődés utópisztikus voltát. A vadnyugaton a térben való haladás a végtelen tájhoz kapcsolódik, az univerzumban a világűr átutazása jelent hasonló kihívást. A beutazható téren túl a vágyódás tárgya az ismeretlen vidék, a „terra incognita”, az idegen kontinens vagy a csillagközi térben az idegen bolygók.

„A világűr átszelése olyan vágyott utópisztikus technikai fejlettséget igényel, melyet csupán trükkfelvételekkel tudunk szemléltetni, és élvezni a mozivásznon. Trumbull trükkfelvételeire sem a feltétlen ünneplés, sem a vészjósló ítékezés nem jellemző. Scott Bukatman a következőképpen vélekedik: Trumbull trükkjei ugyanúgy az új technikákhoz fűződő kétértelmű viszonyból táplálkoznak, mint az elmúlt kétszáz év panorámái és egyéb szórakoztató látványos furcsaságai, és hatásmechanizmusuk is ugyanúgy az új technikákra épül.”<sup>13</sup>

A filmekben ábrázolt világűr tere nagyon sokban hasonlít a kiberterekhez: ezek a mesterséges környezetek metaforikus

13 Scott Bukatman, „A mesterséges végtelen,” *Metropolis*, 2003/2, 10–26.



Georges Méliès: Utazás a Holdba (1902)

átmérőjű. A *Csillagok háborúja* (George Lucas, 1977) című filmben megjelenő Endor bolygó elképzelt tájának vizualizálásához a kaliforniai Redwood Nemzeti Park képén túl Steven Sallibanks díszletfestményei segítik a képzeletbeli bolygó megjelenítését. A díszletfestők emlékeiket a természeti tájakról, a tájban készített fényképeiket és az interneten fellelhető tájképeket használják fel az idegen bolygók tájainak megalkotásához.

Az *Avatar* (James Cameron, 2009) című film nem manuális, hanem számítógépes technikát alkalmaz a távoli tájak ábrázolásához, ekképpen a létrejövő fiktív táj már-már összetéveszthető egy számítógépes játék látványvilágával. A filmben a képzeletbeli idegen bolygót képzeletbeli természeti táj borítja. A fluoreszkáló növények és állatok olyan fenséges éjszakai tájat vetítenek a néző elé, amely vágyat ébreszt a galaktikus utazások és felfedezések iránt.

Jörg Hienger *The Uncanny and Science Fiction*<sup>15</sup> című írásában az otthonatlan, ugyanakkor otthonos és mégis különös (németül Unheimlich) fogalmát kapcsolja össze a tudományos-fantasztikus filmekkel. Amellett érvel, hogy az ebbe a műfajba tartozó filmek a lehetetlen lehetségeségének elképzelésére alapoznak. Ez az ellentmondás feszültséget hordoz, ami a film egészét különössé teszi.

Az ismerős elemek az *Avatar* képi világában is nagyon fontosak. Az éjszakai tájban minden fluoreszkál. A Földön található fényt kibocsátó halak, növények és rovarok a filmbéli tájhoz képest ritkán és kis számban, de előfordulnak. A merész túlzások azonban káprázatosabbá teszik az *Avatar* éjszakai tájképét. A nézők rajonganak a sci-fikben megismert

15 Hienger, Jörg: „The Uncanny and Science Fiction,” trans. Elsa Schieder, in Jörg Heider, *Literarische Zukunftsphantastik: Eine Studie über Science Fiction* (Göttingen: Vandenhoech & Ruprecht, 1972), 219–30.

terek, ahol az áthaladás jelenti a kihívást. A valós életben is ismerünk hasonló tereket, ilyenek a bevásárlóközpontok, repülőterek, amelyeket Marc Augé nem-helyekként definiált,<sup>14</sup> és amiknek a jellegzetessége, hogy a személy elveszíti identitását, és a tömegben, az egyformaságban oldódik fel.

A díszlet fontos szerepet játszik ezekben a filmekben. A hátterek kézzel festett képe sok esetben 10–20 méter

14 Marc Augé, *Nem-helyek, Bevezetés a szürmodernitás antropológiájába*, ford. Fáber Ágoston (Budapest: Műcsarnok, 2012)



Steven Sallybanks:  
Pinewood studios,  
Titanic, (1997)

Steven Sallybanks:  
Pinewood studios, Solo:  
Egy Star Wars-történet (2017)



fantáziavilágokért, és így azok visszahatnak a mindennapi vágyaikra. Az *Avatar* látványvilága köré például fluoreszkáló növényekből álló termékportfoliót is építettek, amelyekkel a földöntúli élmény meghosszabbítható, a rajongók akár az otthonukban teremthetnek a filmbélire emlékeztető környezetet.

A sivatagok sokáig nem számítottak tipikus turistacélpontnak, ám a filmek hatására felkerültek a bakancslistákra, és vágyott helyszíné léptek elő. A tudományos-fantasztikus filmek idegen bolygókat ábrázoló képkockái megváltoztatták a sivatagokról bevésődött esztétikai tapasztalatot, és kíváncsiságba fordították a zord körülmények keltette félelmeket. Jó néhány tudományos-fantasztikus filmbeli bolygó táját ihlették a földi sivatagok. Ezek a tájak és manipulált képeik a mozivásznokról ismerőssé váltak. Látogatottságukat serkentik az olyan filmek, mint például a *Csillagok háborúja* vagy a *Mentőexpedíció* (Ridley Scott, 2015) – utóbbi a jordániai sivatag manipulált képeit használta fel, hogy a marsi tájat bemutassa.

A természet vadsága és végtelensége nem minden korban keltett csodálatot, például az első amerikai telepesek akadályként és fenyegetésként gondoltak a sivatagokra és kanyonokra vagy magas hegyekre. Yuriko Saito az *Everyday Aesthetics*<sup>16</sup> című könyvének *Significance of Everyday Aesthetics* című fejezetében kitér az USA tájképeinek esztétikájára, és arról értekezik, hogy a néző szemében a történelem megszépít olyan tájakat, amelyeket korábban kevésbé látott szépnek. Az ő érvelése szerint is az első utazók a megműveletlen természetet negatívan látták. Ennek oka a pusztaság túlélésre való törekvésén túl az az Európából hozott látásmód, amely a műveletlen, nyers természetet meghódítandó, kiaknázandó, értéktelen területnek véli. A szántóföldek és gyümölcsültetvények letisztult geometriáját sokkal szebbnek tartották, mint a rendetlen, kaotikus vadont. Ez a haszonelvű, európai nézőpont jellemző volt egészen addig, amíg a festészet és az irodalom át nem formálta a szemléletmódot a XVIII. század során.

Úgy gondolom, az űr és az idegen bolygók a mai ember számára elrettentőek lennének, és negatívan gondolnánk

16 Yuriko Saito, *Everyday Aesthetics* (Oxford: Oxford University Press, 2008)

rájuk a sci-fik nélkül. Például az egyik első, Georges Méliès rendezte ősfilm, *Az Utazás a Holdba* (1902) című alkotás nélkül és az utána következő számos sci-fi, többek között a 2013-ban Alfonso Cuarón rendezésében, Sandra Bullock és George Clooney főszereplésével bemutatott *Gravitáció* című film nélkül. Ezek az alkotások az amerikai tájképfestőkhöz és indiános vadnyugati regényekhez hasonlóan benépesítik az idegen vidéket, és olyan tájakat elevenítenek meg, amelyek nemcsak félelmet, hanem vágyat is keltenek a nézőben.

## Virtuális utazások

A World Wide Web korai tervezői az 1990-es években úgy gondolták, az internet fejlődése során elérheti majd a háromdimenziós perceptuális téri megjelenítést. A valós és számítógépes terek közötti hatalmas különbség abban érhető tetten, hogy az utóbbi halmazszerű, hiszen nem összefüggő, hanem különálló objektumok összessége.

A számítógépes játékok, az animációs filmek vagy a világháló térélményt nyújtanak, de a háromdimenziós megjelenítés illúzióra épít. Ugyanakkor a virtuális teret minden esetben beutazásra szánják. Gondoljunk a számítógépes játékokban az avatár haladására, ahogyan a játékost a felfedezés és barangolás hajtja és juttatja pontokhoz. Ebben az esetben is lineáris az elrendezés, ennek oka, hogy a digitális világ az analóggal ellentétben szaggatott jelekre épül, így szükségképpen síkok összessége adja ki a mímelte teret. A téri elrendezésnek szimbolikus értéke van, a lent, a fent, a szemmagasság, az aranymetszés a megjelenített elemek fontosságát, statikus vagy éppen harmonikus állapotát befolyásolják. Ez kihat arra, hogy az

információkat könnyebben vagyunk képesek megérteni, ha téri elrendezésben vizualizálva látjuk. A Web három dimenzióban való megjelenítésére való törekvés oka talán a virtuális tér beutazásának igényében, és a síkok, illetve multimediális szegmensek narratívaként összefonódó olvasatában keresendő. Ebből a szempontból lényegi különbség nincs az animációs filmek, a számítógépes játékok vagy a világháló tere között. Bár jó néhány virtuális térbe és 3D modellezőprogramba be van építve a karteziánus koordináta-rendszer, és úgy tűnhet, egy meglévő térben alkot a tervező, de ez a tér inkább vákuumhoz hasonlít. A megjelenő dolgok, hátterek és objektumok csupán imitálják a valós teret. A világhálón szörföző felhasználó sokkal inkább egyik hivatkozásra a másikra ugrál az oldalak között, mintsem a virtuális térben siklik. Ennek oka, hogy nincs folyamatos kapcsolat az adatok között, hanem egymáshoz kapcsolódó szigetek összessége a virtuális világ.

Úgy gondolom, a valódi tér és a virtuális világ összekeveredése jelentheti az egyik új változást. A számítógépes világ talán térré fog egyszer formálódni, igazolva az eredeti tervezői vágyakat és elképzeléseket. A számítógépes világok izotrópok, nincs jelentősége a gravitációnak, sem az ember számára meghatározó vízszintes és függőleges irányoknak. Bár Lev Manovich médiateoretikus megállapítása szerint a valós térből származó axiómák ugyanúgy befolyásolják az új médiát: **„a számítógépes tér egyúttal a benne letelepedő ember tere is, olyasmi, amit használ és bejár a felhasználó, aki magával hozza a saját horizontális-vertikális antropológiai szerkezetét.”**<sup>17</sup>

17 Manovich, Lev, „Beutazható tér,” *Metro-polis* [Film és tér], 2008/1, 84. <https://metropolis.org.hu/beutazhato-ter-1> (megtekintés: 2023.10.17)





A virtuális és a valós tér összehozása izgalmas, a tervezőket foglalkoztató, bonyolult feladat. Olyan kísérletek folynak, ahol a kontinuitás alapját a fizikai tér képezi, míg a jelentéssel bíró objektumok a virtuális világok anyagtalán tulajdonságaival bírnak. Erre példa az újonnan megjelent népszerű Nintendo-fejlesztés, melynek elődje az *Ingress*, ez a játék 2013-ban jelent meg. Az *Ingress* szintén félig a valóságban játszódik, de nem hódította meg a világot úgy, mint a *Pokemon Go*.

Amikor immobilis helyzetben, a képernyő előtt ülve távoli tájak képeire keresünk rá, és így szörfözgetve az egzotikus és idegen vidékekkel ismerkedünk, akkor bizonyos értelemben virtuális utazáson veszünk részt a kibertérben. Ez a

kirándulás sokszor nagyon sematikus képi világra épül, és uniformizált tapasztalatokat nyújt a távoli vidékekről. Ennek egyik oka, hogy a legtöbbször ugyanazok a részletek hasonló szögben és hasonló fényviszonyok között jelennek meg a képeken. Másik oka, hogy a fényképek nem közvetítik a vizuális érzékszerven túli, más érzékszervekhez köthető ingereket.

Valamiképpen minden hegy képe a lenyűgöző hatást keltő hegyek képéhez „igyekszik” hasonlítani. Ugyanígy a legtöbb vízesés képe a grandiózus és legszélesebb Viktória, vagy a csodálatos Niagara és a brazil Iguazú látványát mímeli. Így válnak a tájképek uniformizált, ugyanakkor idealisztikus ábrázolássá. Az ekképpen szerzett élmények és impulzusok a mindennapi barangolások során alátámasztják a szemlélő

Zagyvai Sári:  
*Óceán, a Termelt természet című sorozatból (2014)*

uniformizált elképzeléseit. Létrejön a hegyeket ábrázoló képek repertoárja ebben a gyorsan bővülő archívumban. A napjainkban berobbanó mesterséges intelligencia ezt a készletet használva hoz létre újabb és újabb ábrázolásokat, rapid tempóban bővítve az internetes képek archívumát.

„[...] ahogy a kommunikáció, média mcluhani világfaluja egyre nagyobb és bonyolultabb lesz, a turizmus passzív funkciói (pl. látás) otthon is jobban elvégezhetőek videóval, könyvekkel, hangfelvételekkel, tévével". Vagyis a média mintegy helyettesítheti a turizmust, s a kor – ahogy fogalmaz Feifer – „antiturstója” otthoni környezetében a képzelete és távoli kultúrák elérhető tárgyai segítségével szimulálhatja az utazást.”<sup>18</sup>

18 Manovich,  
„Beutazható tér,” 73–74.

A számítógépes játékokra jellemző a fragmentált látványvilág, hiszen rétegek halmaza hozza létre a mímelt teret. A számítógépes játékok azonban szimulációk. A szimulációban az élményeket a játékos tevékenysége, cselekedetei jelentik, vagy éppen a haladása a térben. A cselekmény kevésbé fűzhető fel egy narratívára vagy forgatókönyvre. A játéktervezők, ellentétben az írókkal és forgatókönyvírókkal, nem történetet mesélnek. Tevékenységük ilyenképpen jobban hasonlít az építészekéhez. A valós terek helyett illuzórikus vagy mímelt terekbe terveznek. Nagyon sok játékban az avatar célja ennek a nem létező térnek a bebarangolása, felfedezése és meghódítása, és ez jelenti

egyben a játékosnak a kihívást és a győzelmet.<sup>19</sup> Ahogyan Dunai Tamás fogalmaz a *Videójáték és virtuális turizmus* című tanulmányában:

„A technikai fejlődésnek köszönhetően a videojátékok virtuális világi vizuálisan és összetettségüket tekintve is egyre közelebb kerülnek a valósághoz. Mivel ezekben – az interaktivitás révén – a játékos különböző, számára kezdetben ismeretlen virtuális tereket járhat be, az általa tapasztaltak sok szempontból hasonlítanak a turisták élményeihez.”<sup>20</sup>

Vilém Flusser *Nomádok* című esszéjében felveti, miszerint az elektronikus technológia és a rendelkezésre álló kutyák tárháza lehetővé teszi, hogy az ember újra visszatérjen egy szabadabb, nem letelepedett, hanem inkább vándorló életmódhoz.<sup>21</sup> A modern társadalom tér iránti elfogultságára mutat rá Bódi Jenő is *A tévénező turista* című tanulmányában, amelyben a helybeliség jelentőségének csökkenésére hívja fel a figyelmet: „A kulturális globalizáció folyamatában a televíziózás társa ebben éppen a turizmus lehet: közös jellemzőjük a helytapasztalat felszámolása, szimulált környezettel való helyettesítése.”<sup>22</sup>

Daniel Levi és Sara Kocher tanulmánya, amelynek címe *Virtual Nature: The Future Effects of Information Technology on Our Relationship to Nature*,<sup>23</sup> a virtuális természeti környezetek elérhetőségével foglalkozik, és az ezekkel járó veszélyekre hívja fel a figyelmet. A közeljövő

19 Jenkins, Henry, „A játéktervezés mint narratív építészet,” in Fenyvesi Kristóf, Kiss Miklós, Thomka Beáta (szerk), *Narratívák 7 - Elbeszélés, játék és szimuláció a digitális médiában* (Budapest: Kijárat, 2008), 175–192.

20 Dunai Tamás, „Videójáték és virtuális turizmus. A videojáték mint a virtuális turizmus terepe,” in *Replika* [Médiaturizmus] 96–97. szám (2016/1-2.), 163. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)

21 Flusser, Vilém, „Nomádok,” in *2000* [irodalmi folyóirat], 1991/ 9., 26–28.

22 Bódi Jenő, „A tévénező turista. A médiaturizmus helyeinek kulturális geográfiája,” 59–74.

23 Levi, Daniel – Kocher, Sara, *Virtual Nature: The Future Effects of Information Technology on Our Relationship to Nature, Environment and Behavior* (New York: SAGE Publications Ltd, 1999)



*Star Fox,  
Nintendo fejlesztés (1993)*

könnyen elképzelhető úgy, hogy bár nem kizárólagosan, de megtapasztalhatjuk a VR-szemüvegeken keresztül is a természetet. Az ilyen típusú szimulált természeti környezetek egyfelől csábítóak, mert mentesek a kényelmetlenségektől. Az erős szél, a hideg vagy éppen az égő forróság nem zavarja az élményt, hasonlóképpen az undor érzése teljesen elkerülhető.

A virtuális természeti környezetek steril és sok szempontból a látványvilágra épülő, kontrollált élményekkel kecsegtetnek. Az ingerek egy csoportjának – kellemetlenségeket okozó fizikai hatások – mellőzésével ellenőrzött és egyhangú élményt nyújtanak. Más nézőpontból vizsgálva izgalmasabb képet közvetítenek, hiszen a teleobjektívek közelebb hozzák az állatokat, mint ahogy a szem azt látni tudja, a vágások kihagyják az unalmas jeleneteket és eseménydúsan mutatják be a természeti tájakat.

Az emberek éppen ezért a virtuális természeti környezetekben szerzett impulzusokat követően unalmasabbnak tarthatják és leértékelhetik a valós természeti tapasztalatokat. A *Virtual Nature* tanulmány arra hívja fel a figyelmet, hogy a kutatások szerint a virtuális természeti környezetekben szerzett élményeket követően főként a helyi természeti környezetekhez kapcsolódó érzelmi tapasztalatokat értékeljük le. Mindemellett továbbra is értékesnek véljük a nemzeti parkokat és grandiózus turisztikai látványosságokat.

A pszichére – hasonlóan a természetes környezetekhez – a virtuális természeti környezetek is pozitív hatással vannak. A virtuális természeti környezetekkel való találkozások jó közérzetet és fizikai jólétet eredményeznek. A szimulált környezetek biztonságos és nem csupán vizuális, hanem audiovizuális környezetek, amelyekben a taktilitásnak is szerep juthat, és így pozitív érzelmeknek ad teret.

## Összegzés

A tájaknak a mindennapokban megjelenő digitális képi ábrázolásai végeredményben nem árnyalják a távoli vidékekről elképzeléseinket. A hasonlóságok és ismétlések nem elmélyítik a kapcsolatot az ábrázolt vidékek és a néző között, hanem ez a képi áradat felületes és kanonikus képet közvetít. A standardizált digitális képkultúra részeként ezek a képek alapanyagává válnak a mesterséges intelligencia generálta tájaknak. Így tovább bővül az archívum és egyre nő a távolság tájkép és ábrázolt vidék között.

## Bibliográfia:

- Augé, Marc. *Nem-helyek, Bevezetés a szürmodernitás antropológiájába*. Ford. Főber Ágoston. Budapest: Múcsarnok, 2012.
- Bódi Jenő – Pusztai Bertalan (szerk.). „A turizmus (média)reprezentációi a globális áramlatok terében.” In *Replika* [Médiaturizmus] 96–97. szám (2016/1-2.), 7–9. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)
- Bódi Jenő. „A tévénéző turista. A médiaturizmus helyeinek kulturális geográfiája.” In *Replika* [Médiaturizmus] 96–97. szám (2016/1-2.), 59–74. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)
- Bukatman, Scott. „A mesterséges végtelen.” In *Metropolis*, 2003/2. 10–26. <https://metropolis.org.hu/a-mesterseges-vegtelen> (megtekintés: 2023.10.17.)
- Dunai Tamás. „Videójáték és virtuális turizmus. A videójáték mint a virtuális turizmus terepe.” In *Replika* [Médiaturizmus] 96–97. szám (2016/1-2.), 163–170. [http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109\\_replika\\_96-97.pdf](http://real-j.mtak.hu/16744/1/EPA03109_replika_96-97.pdf) (megtekintés: 2023.10.17.)
- Flusser, Vilém. „Nomádok.” In *2000* [irodalmi folyóirat], 1991/ 9., 26–28.
- Hienger, Jörg. „The Uncanny and Science Fiction.” Translated by Elsa Schieder. In Jörg Hienger. *Literarische Zukunftsphantastik*. Göttingen: Vandenhoech & Ruprecht, 1972.
- Irimiás Anna. *Filmturizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2015.
- Jenkins, Henry. A játéktervezés mint narratív építészet. In Fenyvesi Kristóf – Kiss Miklós – Thomka Beáta (szerk.). *Narratívák 7. - Elbeszélés, játék és szimuláció a digitális médiában*. Budapest: Kijárat, 2008, 175–192.
- Jodice, Francesco. *What we want*. Milan: Skira, 2004.
- Levi, Daniel – Kocher, Sara. *Virtual Nature: The Future Effects of Information Technology on Our Relationship to Nature, Environment and Behavior*. New York: SAGE Publications Ltd, 1999. <https://doi.org/10.1177/00139169921972065>
- Lutz, Catherine A. – Collins, Jane L. *Reading National Geographic*. Chicago: University of Chicago Press, 1993.
- Manovich, Lev. „Beutazható tér.” In *Metropolis* [Film és tér], 2008/1, 72–98. <https://metropolis.org.hu/beutazhato-ter-1> (megtekintés: 2023.10.17.)
- Radnóti Sándor. „Simmel és a táj.” In *Replika* [Alagútban] 112. szám (2019/3) 11. <https://replika.hu/replika/112-02> (megtekintés: 2023.10.17.) <https://doi.org/10.32564/112.2>
- Said, Edward W. *Orientalism*. New York: First Vintage Books Edition, 1979.
- Saito, Yuriko. *Everyday Aesthetics*. (Oxford: Oxford University Press, 2008). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199278350.003.0003>
- Tillmann József A. *Szigetek és szemhatárok*. Budapest: Holnap Kiadó, 1992.
- Urry, John. „A turistatekintet.” In Bódi Jenő – Pusztai Bertalan (szerk.): *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest-Pécs-Szeged: Gondolat, 2012, 41–61.
- Urry, John. *Consuming Places*. London: Routledge, 1995.