

lányának, Violetának — tipikus színházi név! —, a másodéves, természetesen nagyon tehetséges színővendéknek mondja el — de csak képzeletben, az üres széksorok felett, amikor senki sem hallja, míg előadás után takarít a színházban.

És ha valamit kifogásolni kell, akkor az épp az alkalom eljátszása. Janja kezében vödörrel, felmosóval lép a színre, dolgozgat, emlékezik, s amikor rátalál egy-egy eldobott ruhára, jelmezre, akkor eljátssza a jelmezhez tartozó szerepet, majd visszavált takarítónőnek, s ilyenkor hiányzik a szükséges, meggyőző színpadi játék. Mintha nem lenne megrendezve az, ahogy Janja rátalál a különféle szerepekhez tartozó ruhákra. Ez a része kidolgozatlan az előadásnak, amely — ettől függetlenül — jól mutatja Kerekes Bevk Valéria igazi színészi lehetőségeit és értékét.

GEROLD László

## A KÖZÉRTHETŐSÉG SÜLLYESZTŐJÉBEN

— Gondolatok néhány FEST-film kapcsán —

Ranko Munitić, az egyik legjelesebb jugoszláv filmkritikus írja az idei belgrádi nemzetközi filmfesztivál kapcsán, hogy „szerencsére ma már egyetlen kritikus sem annyira naiv és tudatlan, hogy a FEST-re összegyűjtött filmek halmaza alapján végső következtetéseket vonjon le a világ múlt évi filmterméséről”. Az idei FEST-ről szóló beszámolók és kommentárok többnyire elmarasztalták a fesztivál műsorát, a szervezést, a vetítések módját. Kifogások érték a rendezvény koncepcióját, véletlenszerűségét. Ma már senki sem beszél a FEST kapcsán artikulált válogatásról vagy átgondolt, tervezett műsorpolitikáról, inkább csak afféle tarka-barka filmvásárról, olcsó koktélról szólnak a jelentések. A mezőben, kritikusban ma már csak bizonyos illúziók, sejtelmek alakulhatnak ki a hetedik művészet aktuális világfolyamatairól. Persze ez is több, mint a semmi — mondhatjuk. Hisz mit szóljanak azok a filmbarátok, akik el sem jutnak Belgrádba. Még szerényebb betekintést kap a filmtermésbe a FEST újdéki két különműsorán a látogató. A tartományi székváros legelőkelőbb mozijában, az Arénában főleg a közönségsikerre számító „szuperproduciókból” kaptak kivonatot az érdeklődők, míg a „művészműzi” hírében álló Ifjúsági Tribün vetítőtermében művészi szempontból valamivel igényesebb, egyszóval „érdektelenebb” alkotásokat láthattunk, különböző fesztiváldíjakkal megtámogatva. A filmművészet csendesebb, tartósabb hatásokra törekvő „remekei” közül Imamura *Narayamai balladáját*, Tar-

kovszkij *Nosztalgia*ját, a csehszlovák Juraj Jakubiszko *Ezeréves méhecskéjét*, mely B. Bertolucci *Huszádik századához* mérhető, valamint Godard *Neve: Karmen* c. alkotását nézhettük meg.

A teljes következetesség a dilettánsok és a nagy művészek privilégiuma. Andrej Tarkovszkij és Jean-Luc Godard minden kétséget kizáróan az utóbbiak közé tartozik. Napjainkban, amikor a mozi egyre inkább valamilyen vizuális diszkó szerepébe süllyed, igen tiszteletreméltó az az állhatatosság, amellyel a filmművészet nagyjai, függetlenül magukat a múló divattól és a látványos, közönségnek hajbókoló előadásoktól/vetítésektől, egyénileg választott csapásokon törnek előre, a képi kifejezés új, még főtáratlan lehetőségei felé. Godard és Tarkovszkij művészi pályája nagyszabású meditáció a film lehetőségeiről. Kettőjük között természetesen tátongó szakadék van, Godard „elsőként lép fel a filmtörténetben tudatosan romboló szándékkal” (S. Sontag), míg Tarkovszkij a borongós, méla ősködök és az ázalékos pocsolyák nagy poétája. Mindenesetre szerintem a *Nosztalgia* és a *Neve: Karmen* is egy lépéssel lemarad szerzőik korábbi művei mögött. Filmkészítési módszerükben sajátos stílusviláguk megmaradt a régi, de egyikük sem tudott lényegesen, elementárisan továbblépni. Godard *Karmen*je szaggatott, a jelenetek és a történet zagyvák, összefüggéstelenek, a hangsáv sem tökéletes, akár egy amatőrfilm. Nem véletlenül, hiszen Godard ezen filmjét a rövidfilmek emlékének szentelte (IN MEMORIAM SHORT MOWIES). *Karmen* és bandája bankot rabol, hogy dokumentumfilmet készítsenek egy bankrablásról. Egész idő alatt bonyolítják, szervezik filmjük ügyét, számolják a pénzkötegeket, és váltig meg vannak győződve küldetésük helyességéről, pedig egyetlen méter filmet sem „lőnek ki”, egyre csak azt hangoztatják, hogy ők bezzeg profik és itt mindennek mennie kell, mint a karikacsapás. Ezzel is rájátszva és kiszélesítve Godard azon dilemmáját, mely szerint „egyre inkább úgy érzem, a filmezésben a legnagyobb probléma eldönteni, hol és miért kell elkezdeni és befejezni egy felvételt”. Godard fiatalon megvetette egyéni stílusának alapjait, természetének és intellektusának nyughatatlansága arra ösztönzi, hogy kísérletező álláspontot foglaljon el a filmrendezéssel szemben, azaz úgy feleljen egy fölvetett, de meg nem oldott kérdésre, hogy újabb filmbe kezd.

Tarkovszkij művészetét a líraiság, a melankólia, az irracionális ősködök és a gondosan megszenkesztett egység jellemzi. Minimális anyagot mozgat meg, de azt maximálisan kiaknázza. Tarkovszkij *Nosztalgia*ja korábbi remekművéhez, a *Sztalker*hez viszonyítva nem jelent különösebb továbblépést. Majdnem ugyanazt a látványépítő ikonográfiai struktúrálást követhetjük nyomon, és ugyanazokra a gondolati, meditatív síkokra, szilánkokra asszociálunk. A történet ezúttal is lényegtelen, úgyszólván nincs is. Áll a cselekmény. Csak képek léteznek, tisztán, különösebb elbeszélő funkció nélkül. A film igazi üzenetét a kibomló látvány hordozza. A *Nosztalgia*ban, akárcsak a *Sztalker*ben, egyenrangú szereplő maga a kör-

nyezet, a természet, a tárgyak, a végletesen lepusztult, egyszerre kínosan naturalis és rurális világ. Tarkovszkij egységes és szuggesztív univerzumot teremtett filmjeiben. Korunk filmművészetében ez egyedülálló teljesítmény.

A filmművészet Godard és Tarkovszkij által képviselt csúcspontjai azonban egyre ritkábbak mozijaink rendes műsorán. A közönség inkább az olcsó szórakozást óhajtja. És ennek maradéktalanul eleget tesznek filmforgalmazóink; kiszolgálják a közízlést. Vessünk néhány pillantást korunk egyik „legbefolyásosabb művészetének”, a filmnek, a mozinak közönség- és tömegformáló aspektusaira.

A fejlett civilizáció, kultúra robbanásszerű gyorsasággal osztódik különböző réteg-, illetve szubdimenziókra, melyek lényegében kezdik elveszíteni kultúrjellegüket, azaz emberre vonatkozásukat. A dehumanizálási tendencia természetesen a rétegeknek a világról alkotott felfogásában, illetve a felfogást leképező műalkotásokban, filmekben is tükröződik.

A hetedik művészet olyan társadalomban született, ahol „a közönség szétszakadt a nem nyilvánosan okoskodó szakemberek kisebbségére és a nyilvánosan befogadó fogyasztók nagy többségére” — állapítja meg Habermas. A tömegtársadalom fogyasztói természetéről, a tömeges nyilvánosságról van szó, amelynek a tömegkommunikáció a természetes műfaja, hiszen az elidegenedett szabad idő a szórakozást, a fogyasztást, a kikapcsolódást szolgálja. A kultúrjavak százmillióstomegei nem okoskodnak, befogadóként sem vesznek részt a művészi alkotófolyamatokban, mert nem termelnek esztétikumot, még okoskodás formájában sem. Létezik az okoskodás, de az leginkább a szakértők berkeiben marad. A szakemberek véleménye, szakértelme nem törheti át saját szűk kereteit, a nem nyilvánosságot. Hogyan ellensúlyozhatja így a nem nyilvánosság a milliókkal mérhető fogyasztói nyilvánosságot? Ezért az okosodás, az esztétikum befogadása, elsajátítása belterjes csoportok fontoskodásának tűnhet. Ebből a nyilvánosság számára csak annyi szivárog ki és úgy, olyan formában, amennyi ahhoz szükséges, hogy a milliók előtt pellengérré állítsák az okoskodókat, miközben megvédik a közönséget, az egyszerű embereket az érthetetlen művészetől, de anélkül, hogy a közönség, akinek védelmében jót cselekednek, tudná, mire megy a játék. A játék pedig arra megy, hogy a filmet tömegkommunikációs, piaci terméként konzerválják, továbbra is jól jövedelmező üzletként. A tömegkommunikáció pedig azt a hitet sugallja, hogy abban a paradicsomi állapotban élünk, amelyben egyenlők és szabadok vagyunk, hiszen osztályra, rétegre, anyagi helyzetre, életszínvonalra, hatalomra való tekintet nélkül mindannyian ugyanazt értjük meg: a közérthetőt. Nincs különbség ember és ember között, egyenlők és szabadok vagyunk a közérthetőségben. A film ezt a képletet beteljesítette.

A film ugyanis nemcsak technikai-technológiai találmány, hanem egy új típusú társadalmi nyilvánosság, közönség teremtménye is, amely vissza-

hat teremtőire, megszervezi azt a nyilvánosságot, amit *Habermas* álnyilvánosságnak bélyegez, s úgy eredeztet, hogy miközben a klasszikus polgári nyilvánosság, „a korábbi korszakok kultúráján elméllkedő közönsége”, felbomlott és tömegméretűvé változott, egyúttal átalakult kultúrfogyasztóvá is. A fogyasztói álnyilvánosságtól elidegenedett az esztétikum teremtése. Ez a közönség új közönség, azért, mert a szabad idő csak nemrég vált általánossá a tömegek számára. A tudományos-technikai forradalommal bekövetkezett termékbőség nyomán tömegek kapcsolódhattak be fokozatosan a fogyasztásba, átalakítván a kultúráján elméllkedő közönséget kulturált fogyasztóvá, és megteremtve azokat a tömegtájékoztatási formákat (a bulvársajtót, a rádiót, a tévét), amelyek a kultúrfogyasztásnak és a tömeges nyilvánosságnak megfeleltek.

A mozi a státusváltás egyik látványos és kellemes tényezőjévé vált. A benne vetített film elsősorban a mobilitás eszközévé alakult át. Ha segíti a helyzetváltozást, akkor jó film, ha nem, akkor rossz. A felemelkedést anyagi tényezők mellett ideálok is kísérik, ha a mobilitást vezérlő uralkodó értékek tükröződnek a filmvásznon, akkor sikerre számíthat a produkció, ha nem, elveszti funkcióját, és művészfilmmé válik. Mozi-jainkban az éppen uralkodó közös nevező alapján készített filmeket vetítik szívesen. A filmet nem társadalmi-esztétikai értéke szerint ítélik meg, hanem aszerint, hogy mennyiben szolgálja a felemelkedést. A közös nevező mindig harmonizál az ügyeletes ideálokkal. Aki a közös nevező értékeit és ideáljait nem képes befogadni, nem érti, az olyan réteg tagja, amelyik még nem tudja kulturálisan igazolni státusváltását. Aki pedig elutasítja a közös nevezőt, az a társadalombírálat és az esztétikum jegyében tagadja a tömegkommunikáció értékeit.

Vajon kiknek az ideáljai, értékei azonosak a film világpiacának közös nevezőjével? A fogyasztók értékei és ideáljai. Elsősorban a nem fogyasztókat hagyhatja figyelmen kívül a filmipar, annál is inkább, mert nekik még (vagy már) ilyenfajta kulturális igazolásra nincs szükségük. A fogyasztást jellemezhetjük a szabad időre irányultsággal, az arra való összpontosítással is. A filmipar arra számíthat, akinek életmódjában van jelentős szerepe, egyrészt mert intézményesen elő van írva számunkra, másrészt mert munkájuk után a szirupfőzdébe menekülnek. Általában a középréteg ízlése, ideáljai, mobilitási sémái uralkodnak a moziban, rájuk szabja közös nevezőjét a filmipar. A filmbéli közös nevezőben nincs hely a középréteg saját hétköznapjainak, problémáinak, mert filmen nem szeretik viszontlátni magukat. Szabad idejük nem arra való, hanem kapcsolódásra, vagyis a mindennapok szürke, fásult lidércnyomásainak feloldására.

A középrétegek nem alkotnak egységes réteget. Egyetlen társadalmi tényezőben egyeznek meg: az átmenetiségben. Tagjai bármelyik osztályból és rétegből verbuválódhatnak. Legszembetűnőbb a felemelkedésbe vett hitük, törekvésük, amelynek életmódbeli jegye a szabad idő fetisizá-

lása. Pályájukat átmenetinek tekintik, egyáltalán nem látják befejezettnek, s ezért mobilitásra tartanak igényt. A moziban fogyasztói ideáljajukat akarnák viszonyítani, azokban az élethelyzetekben, amelyek után vágyódnak. Műfajuk a tömegkommunikációs jellegzetességgel bíró film, ezért a közös nevező rájuk szabott, ők tehát a közös nevező alanyai.

A tömeges álnyilvánosság értékei a középrétegek értékeivel azonosulnak. S mivel a tömegkommunikáció számára kifizetődő az üzlet, ezzel azonosul ő is, neki csak az a fontos, hogy nyereséggel adhatja el ideológiáját, a közérthetőséget, azt a hitet keltve, hogy a középrétegek értékei minden réteg életmódjára jellemzőek és ezért követendők.

A közös nevezőn kívül esők számára a kulturális öngazgatásnak, a mobilitásnak nem a mozi, hanem a filmművészet az egyik csatornája. Már akinek megvan erre a lehetősége. Egyes szociológiai vizsgálatások szerint az alsóbb gazdasági-társadalmi rétegek érdeklődése nagyobb az olyan aspektusok iránt, amelyek saját életmódjukhoz hasonlóak. Szívesebben néznek filmet, olyan műalkotást, amelyekből saját mindennapjaikra, problémáikra ismernek és nem a közös nevező ideáljainak mindennapjaira. Ez a réteg viszonylag keveset jár moziba, nekik mást jelent a film. Ezért lehetnek potenciálisan a filmművészet alanyai.

Legalább három nagy táborra szakadt a filmnéző közönség: a közös nevezőt birtoklóakra, a közösen *innen* és az azon *túl* levők táborára. A befogadás különbsége egyrészt természetes a rétegezett társadalmakban, ahol különböző kulturális szempontok, szubkultúrák, életmódok, értékek mintakövetési és szerepazonosulási sémák, lehetőségek, valóságfelfogások, előítéletek, szokások, erkölcsök, élmények, vizuális-agyak léteznek egymás mellett. A feszültségeket levezetni hivatott és szándékozó (kulturális ideológia azonban legtöbbször csak úgy tesz, mintha mindezt beismerné, értelmezné és megváltoztatni igyekezne, miközben a közérthetőség leple alatt, a fennálló állapotokból fakadó gyakorlatias ideológiával, a fennállót (a szóalkotást, a fogyasztást, a vizuális diszkrét) a lehető legjobbnak tartja, nem elméleti szinten, hanem a gyakorlatban.

FENYVESI Ottó