

KÖNYV- ÉS FOLYÓIRATSZEMLE

Két tudós, akik nagyon megváltoztatták a XX. század alakulását

Jürgen Neffe: Albert Einstein igaz története. Typotex, 2011; ISBN: 9789632794266

Hargittai István: Teller. Akadémiai Kiadó, 2011; ISBN: 978 963 05 8924 6

Nagyon, ha munkásságuk legfontosabb hatását tekintve másként is. Albert Einstein a fizikában és az arra épülő gondolkodásban új világot nyitott meg. A fejlődés hatása, amelyet így lehetővé tett, nemcsak óriási, de folyamatosan növekszik, s újabb területekre is kiterjedve tágul. Neffe könyvéből kiragadott gyakorlati példaként, a ma már nagyon széles és bővülő körben használt GPS-rendszer sem működne az einsteini egyenletek nélkül.

Teller Ede nagyon sokat tett a tudományban és a tudományért, ám a világunkra tett hatásának legfontosabb eleme minden valószínűség szerint egy negatívumban ragadható meg: abban, hogy a második világháborút követően ugyan rengeteg nemzetközi feszültség és konfliktus volt, voltak gyilkos, ám végső soron földrajzilag csak kisebb kiterjedésű háborúk, azonban a legélesebb szembenállások idején sem tört ki újabb világháború. Nagyon valószínű, hogy ez azoknak a fegyvereknek, óriási pusztító erejüknek köszönhető, amelyek létrehozásában Tellernek kulcsszerepe volt. Lehet persze töprengeni, érvelni arról, hogy az újabb világháború elkerülése a politikusok bölcsességének, bölcs mértéktartásának vagy a fegyverek elrettentő hatásának köszönhető, de a reális szemlélet minden bizonnyal az utóbbit – és ezzel végső soron Teller hatását is – hozza ki győztesnek. Tellerét, akiről az Encyclopaedia róla szóló terjedelmes szócikke nemcsak azt mondja el, hogy „a hidrogénbomba atyjaként” lett ismert az Egyesült Államokban, hanem hogy kulcsszerepet játszott az USA második nukleáris fegyverlaboratóriumának, a kaliforniai Lawrence Livermore Laboratory-nak az 1952-es létrehozásában. Csaknem négy évtizeden át ez volt az USA fő termonukleáris fegyvergyára. Teller 1954-től 1958-ig, majd 1960-tól 1975-ig az igazgatóhelyettese volt, 1958 és 1960 között pedig az igazgatója.

Albert Einstein igaz története

„Csönget a postás, torkom szorul, / száz levél s újság rám borul. / Ha ily kín rág, mit tehetnék? Hagyjatok már végre békén!” (Einstein verse) „Örökre felfoghatatlan, hogy a világ felfogható.” / „Fiatalemberként mindössze annyit kívántam és vártam el az élettől, hogy legyen egy nyugodt sarok, ahová leülhetek, és végezhetem a munkámat anélkül, hogy tudomást vennék az emberekről.” / „A matematika az egyetlen módszer, amely tökéletesen alkalmas arra, hogy az ember önmagát a saját orránál fogva vezesse.” / „Életemben még közelítőleg sem kínlódtam ennyit, és igen nagy tisztelet alakult ki bennem a matematika iránt, míg végre eljutottam odáig, hogy árnyalt részleteiben képes legyek meglátni a tiszta szépséget.” /

„Felismertem, hogy a matematika számos speciális részterületre tagolódik, s azok mindegyike rövid életünk egészét igényelné. Így Buridán szamarának láttam magam, aki nem tud dönteni két szénabála között.” / „Korábban azt hittük, hogy ha a világegyetemből minden anyag eltűnne, akkor is megmaradna a tér és az idő; a relativitáselmélet szerint az anyaggal a tér és az idő is eltűnik.” / „Te a kockázó Istenben hiszel, én viszont valami objektív létező által meghatározott, teljes egészében törvényszerű világban. A kvantumelmélet nagy kezdeti sikerei ellenére sem tértem át a kockajátékosok hitére, bár jól tudom, hogy a fiatalabb kollégák ezt a meszesedés számlájára írják” (1944-ben Max Bornnak). „A hülyék uralmát legyőzni képtelenség, mert oly sokan vannak, és az ő szavazatuk épp annyit számít, mint a miénk. ... Isten országa egyre különösebb formát ölt. Mindenből, még a butaságból is tömegtermék lesz” (1954-ben az USA-ról). „Kedves Utókor! Ha nem leszték igazságosabbak, békésebbek és egyáltalán okosabbak, mint mi vagyunk, illetve voltunk, vigyen el benneteket az ördög. Minden nagybecsüléséssel mellett ezzel a jámbor kívánsággal maradok a ti (egykori) Albert Einsteinetek (1936) sk.” – idézetek a könyvből.

A könyv címe láttán az emberben megszólal a kisördög: vajon az Einstein-életrajzok garadában miért ez az ő igaz története, mivel érdemli ki ezt megkülönböztetésként Neffe műve? Annyi bizonyos, hogy ő maga szerényebb címet adott neki – legalábbis a könyv eredeti német címe: Einstein. Egy életrajz. Ám bizonyos az is, hogy ha az olvasók túlnyomó hányada megítélni nem is tudja, mennyivel igazabb ez a történet az Einsteinről szóló más műveknél, a kép, amelyet itt kap róla, az emberről és a tudósról, a való világ varázsainak mérnökéről, rendkívül sokrétű, alapos és lenyűgözően színes, s további kiemelkedő erénye, hogy nagyon sok tudással szolgáló tudománytörténeti háttérbe helyezi a munkásságát. Ez utóbbinak van egy különösen sokatmondó hozadéka: megmutatja, hogy Einstein zsenialitásának egyik fő vonása, kimagasló tudományos teljesítményének egyik fő forrása az a képessége volt, ahogy szintetizálni, extrapolálni és továbbfejleszteni tudta az előtte járók és szintúgy kortársai tudományos eredményeit. A mindig korrekt, megbízható Typotex ajánlója kiemeli: „Az Einstein legendának ez a nagy összefoglalása olyan sikernek örvend, hogy a Washington Post az 'Év legjobb könyvének' választotta. Egy amerikai napilap – egy németből fordított művet!” Ez igazán ékesen szól e könyv mellett.

Panaszunk csupán egy lehet, és az sem a szerzőre, hanem a Tervezőre, aki a világunk fizikáját megalkotta – bárki vagy bármi légyen is ő –, s aki/ami titkolózó vagy hanyag módon nem hozta összhangba nyelvünk kifejezőképességét a világ szerkezetével. Ha meg akarnánk érteni Einstein munkásságának, megállapításainak, felfedezéseinek lényegi részleteit vagy akár az azokhoz vezető magyarázatokat, hamar beleütközünk, hogy a nyelv ebben nemhogy összekötő lenne, hanem közénk áll, s a szavak nem képesek nekünk megjeleníteni ezeknek a természeti törvényeknek, összefüggéseknek a mibenlétét. Bánatosan ismerjük fel ezúttal is, hogy igaz lehet: a természet nyelve a magas matematika, amelynek világából viszont a legtöbbünket száműzött a neveletésünk. Neffe igazán sokat tesz azért, hogy e részletekbe is jó betekintést adjon, és kevés kivétellel igazán nem az ő hibája, ha olykor elveszítjük a fona-

lat. Így adódik, hogy a relativitáselméletre vonatkozó magyarázatai olykor zavarba ejtőek: első olvasatra világos, és újra átgondolva jövünk rá, hogy a lényegét mégsem értjük. Pl. azt az állítást, hogy semmi sem mozoghat gyorsabban a fénysebességnél, arra építi, hogy „az idő fénysebességgel mozog” (itt persze rögvest belegabalyodhatunk az idő mibenlétének problémájába is). Ezt egy tétel előzi meg, miszerint „az időt nem lehet megelőzni”, s Neffe ehhez azt a sajátos indoklást fűzi: „mert ha lehetne, akkor beletekinthetnénk a jövőbe, ez pedig ellentmond a józan észnek.” Hasonlóképpen zavarba ejtő tétel, hogy „a fény úgyszólván együtt terjed az idővel”, s ehhez egy sajátos magyarázat csatlakozik a téridőben való mozgásról, azzal a következtetéssel, hogy „mivel a fényrészecskék nem az időben, hanem az idővel mozognak, azt mondhatjuk, hogy nem öregszenek. 'Most' és 'örökké' ugyanazt jelenti a számukra. Örökre saját pillanatukat 'élik.'” Ha pedig erről Hamlet szavai jutnak eszünkbe – „Több dolgok vannak földön és egen...” – az nem arra vezet, hogy „kizökkent a világ”, csak hogy nem csupán a felfedezéséhez kell zseni, hanem a megértése is az adott témában magasan kiművelt emberfőt igényel. Lehet, hogy – Einstein gyakran idézett, híres mondásával – Isten nem kockázik a világegyetemmel, viszont nagyon úgy tűnik, hogy igen erősen rejtjelezte annak tervrajzát és tervezési know-how-ját.

Neffe idézi egy „időskori” nyilatkozatát: „Ha arról kérdeznék engem, hogyan lehetséges, hogy éppen én fedeztem fel a relativitáselméletet, számomra az alábbi körülmény tűnik fontosnak: a felnőttek nem gondolnak bele a téridőproblémába. (Annál is kevésbé, mert a legtöbbjük azt sem tudja, mi az – a szerző.) Mindazt, amit itt érdemes végiggondolni, véleményük szerint már gyermekkorukban megtették. Én azonban olyan lassan fejlődtem, hogy már felnőttem, amikor először rácsodálkoztam a térre és időre. Természetes, hogy ekkor mélyebben belelátam a problémába, mint egy közönséges gyerek.” S nehogy ezt elkönnyeljük egy karakteres einsteini nyelvöltögetésként. Neffe azzal folytatja, hogy Einstein Jean Piaget gyermekpszichológust (a szakterület egyik leghíresebb tudósát) is biztatta: kérdezzen meg gyermekeket, milyen intuitív elképzelésük van a sebességről, a térről és az időről. Ezzel az egyik leggyümölcsözőbb kutatási területet adta Piaget kezébe.

Kizökkent a világ? Szerfelett elgondolkodtató, milyen nagy érdeklődéssel fogadták az emberek a XX. század elején Einstein nagy felfedezésének hírét és részleteit. A sajtómegjelentésre 1919-ben a fény elhajlására vonatkozó tételének méréses igazolása adott okot. „Egész Anglia az Ön elméletéről beszél” – írta Sir Arthur Eddington, a napfogyatkozás-expedíció tudományos vezetője. A kvantummechanika kiemelkedő kutatója, Paul Ehrenfest Hollandiából írta: „Az újságok tele vannak a Times cikkének fordításával, amely a napfogyatkozásról és a te elméletedről szól.” Pár héttel később a Berliner Illustrierte Zeitung címlapján hozta Einstein képét: „A világtörténelem új nagysága” aláírással. S amint Neffe írja, rövid időn belül szinte nem volt ember, aki ne hallott volna Einsteinról és művéről. Egy korabeli leírást idéz: „Egyetlen nevet sem emlegettek annyit ebben az időben, mint azét az emberét. Az emberek többségét lebilincselő szokásos univerzális témák mintha eltűntek volna a színről. Széltében-hosszában kurzusok, mozgóegyetemek alakultak utazó docensekkel, akik az em-

bereket a mindennapi lét háromdimenziós nyomorából a négydimenziós világ barátságos tájaira röpítették. A relativitás közismert és megváltó szavá lett. Elképzelhetetlenül hosszú idő óta ez volt az első alkalom, hogy a tudomány hangja uralta a világot.” És mindez 1919 végének háborúvesztes, lepusztított, szegénységtől gyötört Németországában. Óhatatlanul is felmerül bennünk a kérdés, vajon ebben a mai világban mennyi hasonló figyelmet kapna egy ilyen, a közember számára végső soron nagyon is elvont felfedezés, vagy akár bármilyen valódi tudományos teljesítmény? Félünk a választól....

Einstein pedig megmutatta jellemének egy igen sajátos ellentmondását, tehetségének új elemét. Szemben az „anélkül, hogy tudomást vennék az emberekről” hajlamáról, hamar elkezdte mind szakszerűbben kiaknázni a népszerűségében rejlő lehetőségeket a maga márkáns humanitárius és politikai céljai érdekében. Neffét idézve: „Amint a média felkapta, fokozatosan megtanulta, hogyan állítsa a saját szolgálatába – kezdetben meglehetősen ügyetlenül, végül egyre ravaszabban. Bájos esetlensége eközben mindvégig megmaradt. Szavának súlya volt, kijelentései szalagcímbe kerültek, beszédei országos sugárzású rádiócsatornákon hangoztak el. Azáltal, hogy szuverén módon bánt az újságírókkal, a rádióriporterekkel és a filmekkel, olyasvalamit teremtett, amit a reklámstratégiák ma „márkajelnek” neveznének. Az Einstein márkában összekapcsolódott egymással a szórakozott professzor és a béke, az emberi jogok, a leszerelés és a világkormány rettenthetetlen harcosa, a konvencióknak és mindenféle előírásnak fittyet hányó bohém, valamint a kor látnoki elemzője.” Vegyük itt észre azonban: ellentétben a mai világgal, amelyben a közérdeklődés homlokterébe kerülők, kevés kivétellel, nem a saját intellektuális teljesítményük, hanem a mesteri tömegkommunikáció és -manipuláció termékei, s tudós hamarabb kerül címlapra egy botrányral, mint egy nagy felfedezéssel, az Einstein iránti figyelem alapját valódi tudományos nagysága adta. *Schöne alte Zeiten*, hogy stílszerűek legyünk....

A könyv beszámol arról is, hogy Einstein számos találmányt alkotott. Számára – a meggyőződéses pacifistának – talán a sors fricskája, hogy a harmincas években szinte valamennyi ország hajóhada a részben általa továbbfejlesztett pörgettyűs iránytű segítségével tájékozódott a tengereken.

1902 és 1909 között a berni szabadalmi hivatalban műszaki szakértőként dolgozott. Ebbe az időszakba tartozik az „aranyéve”, 1905 is. 1919-ben egyik legjobb barátjának írt levelében úgy emlékezett vissza e hivatalra, mint „világi kolostor, ahol a legszebb gondolatai szárba szökkenek.” Élete utolsó évében pedig újra hangsúlyozta: „a műszaki szabadalmak végleges formába öntése áldásos munka volt a számára”.

Nem volt igazán magányos harcos. Sokan segítettek: azelőtte járók a tudomány állását létrehozó eredményeikkel a múltból, amint arról a könyv kitérő tudománytörténeti leírásai részletesen is beszámolnak, valamint kortársai, barátai. Neffe ugyanakkor elmondja, hogy az általános relativitáselmélet felé Einstein magányosan vágott utat. Idézi Max Planck erre vonatkozó tanácsát, amely sokat elmond a tudományos körök akkori világáról is: „Mint

öreg barátja, tanácsolom, hogy hagyjon fel ezzel a próbálkozással. Egyfelől, mert nem fogja tudni végigvinni; másfelől, ha mégis végigvinné, senki sem fog hinni Önnek.”

Tudományos pályájának egyik különös, fényesnek éppen nem mondható eleme a barátnőjével, később első feleségével Mileva Marić-csal való szakmai együttműködés – nem is tudható, mennyi volt a kezdetben komoly tudományos ambíciókat ápoló Mileva hozzájárulása Einstein eredményeihez. Neffe erről is beszámol, akárcsak Einstein magánéletének a Milevához és a közös gyermekeikhez fűződő részéről. Személyiségének markáns vonása, hogy Milevával és közös gyermekeikkel mintaférj és -apa volt: az önmagát fenntartás nélkül védő és ezért végső soron következetesen kíméletlen férj és apa mintapéldánya. Végső soron azonban ennek olyan olvasata is kicsendül a sorokból, hogy Einstein számára mindennek-előtt és -felett való volt tudományos munkája, és nem tűrte, hogy annak bárki, bármi az útjába álljon, vagy azt magánéleti problémákkal megnehezítse.

Ahogy a könyv olvasásától nagyon nehéz elszakadni, ugyanúgy nehéz az ismertetéstől is. Ez utóbbi azonban elkerülhetetlen, ezért már csak a fejezetcímekből és alcímekből idézünk további kedvcsinálóként: Albertből így lett Einstein – Egy zseni pszichogramja / Egy kis tudománytörténet Einstein olvasatában / A fizikus és a nő / A fény kvadratúrája – Hogyan fedezte fel Einstein a relativitáselméletet / „Drága fiaim... Apátok” – A zseniális apa drámája / Egy felfedezés anatómiája – Hogyan jutott el Einstein a relativitáselmülethez? / Einstein, az „univerzum főmérnöke” / Amikor reng a téridő – Nagyító alatt a relativitáselmélet / Einstein, Németország és a politika / Nem vagyok tigris! – Einstein az ember / Az Einstein nevű zsidó – Egy elv volt az istene / A cél szentesíti a kételkedést – Einstein és a kvantumelmélet / A világképlet keresése / Barbáriából Dolláriába – Einstein Amerikája / „Az emberiség rossz találmány” – Einstein, az atombomba, McCarthy és a vég.

Teller

Kritikákból Hargittai könyvéről: „Kitűnő. A briliáns, de vitatott megítélésű tudós, Teller Ede életének és munkásságának érdekes, alapos és objektív bemutatása” – Charles Townes, Nobel-díjas, University of California / „... az első kiegyensúlyozott számadás ennek a különleges, háromszor számúzott tudósnak, a hidrogénbomba atyjának a jelleméről, és mindarról, amit elért” – Roald Hoffmann, Nobel-díjas, Cornell University / „Messze a legjobb és legkiegyensúlyozottabb munka erről az emberről, tevékenységéről és befolyásáról. Nagyszerű és megragadó mestermű – Hargittai mélyreható könyve nagy hatással lesz arra, hogyan ítélik meg a 20. század egyik legtehetségesebb, legbefolyásosabb, de gyakran negatívan megítélt tudósát. A szerző életre kelti Teller Edének mind az elbűvölő, mind pedig a sötét oldalát; mindezeket magam is megtapasztaltam a Los Alamosban töltött évek során” – Siegfried S. Hecker, kutatóprofesszor, Stanford University, a Los Alamos Nemzeti Laboratórium emeritus igazgatója / „Hargittai egyedülállóan érzékeny és a lényegyet megragadó, különleges perspektívájú, izgalmas portrét alkotott erről a talányos géniusról” – Marina

von Neumann Whitman, Neumann János lánya, a University of Michigan professzora / „Erősen ajánlott...” – Science and Technology Review / „... mindenkire számára nagyon érdekes, aki jobban meg akarja érteni a 20. századi fizika forradalmának, különösen pedig Teller Edének a hatását a történelemre, aki – Hargittai megfogalmazásában – „különlegesen tehetséges fizikus és tragikus ember volt” – Physics Today.

Ha választanunk kell egy nagy hírű tudóst, akinek kiemelkedő munkássága és közéleti szerepvállalása kiválóan jellemzi a tudomány ellentmondásos viszonyát a csodálatos és elátkozott XX. századhoz, kevés alkalmasabbat találhatunk erre Teller Edénél. Ez az a század, amelyben a tudomány meredeken gyorsuló ütemben olvadt össze nemcsak a gazdasággal – azt előbb is tette, ha nem is ekkora, világformáló intenzitással –, hanem úgyszintén a nagypolitikával, a század második felében pedig alapvető stratégiai fegyverré vált a geopolitikában is, és abban, amit technológiai gyarmatosításnak is nevezhetnénk. A század elején a fizikusok egy része a kutatásai nyomán a filozófia és Isten keresése felé fordult, annak derekán már nagyon is a földi hatalom legmagasabb szférái felé (persze más tudósokkal együtt). Új korszakokat nyitottak a technikai és – az arra támaszkodó – gazdasági haladásban, és addig nem is álmodott eszközöket adtak a hatalom kezébe. Hargittai – maga is akadémikus és nemzetközileg ismert kutatóprofesszor – e hatalmas ívű és (tudomány)történeti panorámájú művének méltán lehetne a mottója „Íme a tudós, az alkotó és meggyőződését követő, és íme a XX. század!”

A könyv eredetileg New Yorkban jelent meg 2010-ben, igen kifejező címmel: Edward Teller megítélése – Egy közelebbi pillantás a XX. század egyik legbefolyásosabb tudósára. Kiemelésre érdemes, hogy magyar kiadása a fordító, Gács János kitűnő munkáját is dicséri.

Pálinkás József, a Magyar Tudományos Akadémia elnöke írja a magyar kiadás elé: „Tudományos igényességgel megírt életrajz? Szemelvények a 20. század történelméből egy különleges tudós különleges életének bemutatásán keresztül? A tudomány, a tudósok és a hatalom viszonyának példákkal illusztrált bemutatása? Ilyen és hasonló kérdések fogalmazódtak meg bennem Hargittai István könyvét végigolvasva. Teller Edével magam is beszélgettem néhányszor. Hargittai István művében Teller életútjának bemutatása gazdag részletességgel, a leírt események és történetek pontos dokumentálásával, egy tudományos munka igényességével, számomra mégis lenyűgözően fordulatosan, érdekesen és olvasmányosan történik. Tellerről számos történet – kockáztassuk meg: legenda – kering a memoárirodalomban. A könyv szerzője igyekszik utánajárni ezeknek a történeteknek, felkutatva a még fellelhető forrásokat.”

S végül néhány sor a kiadó ajánlójából: „Hargittai István előítéletektől mentes, kiegyensúlyozott képet rajzol Tellerről, a sokoldalú és gyakran titokzatos tudósról, a 20. század viharos történéseivel a háttérben, amelyek nélkül nem lehetne megérteni Teller cselekedeteit és motivációit. Mindeközben sok korábbi tévedést, félreértést és félremagyarázást is helyesbít. Munkájában sok olyan forrásra támaszkodik, amelyek eddig ismeretlenek voltak, és amelyeket magyar, német és amerikai levéltári anyagokból tárt fel. Ezt egészítik ki azok az inter-

júk, amelyeket olyan, a Teller-életmű szempontjából kiemelkedően fontos személyiségekkel készített, mint Richard Garwin, Freeman Dyson, George A. Keyworth és Wendy Teller. A könyv áttekinti Teller életének legfontosabb vonatkozásait. Ezek között hangsúlyos szerepet kapnak a zsidó magyar gyökerek, a kényszerű emigráció, a kimagasló tudományos felfedezések és az Egyesült Államok védelmével való teljes azonosulás. Részletesen tárgyalja Teller tevékenységét a hidrogénbomba kifejlesztésében, könyörtelen machiavellizmusát, amellyel céljai felé tört, elszántságát az USA második fegyverfejlesztési laboratóriumának megteremtésében, valamint Robert Oppenheimer biztonsági meghallgatása során tett tanúvallomását, amelynek következtében tudóstársai hosszú évtizedekre kiközösítették.”

Dr. Osman Péter

* * *

*Bo Bergström: Bevezetés a vizuális kommunikációba. Scolar Kiadó, 2009;
ISBN 978-963-244-115-3*

Csapataink harcban állnak, s a túléléshez különösen fontos, lényegében nélkülözhetetlen tudást kínál ez a kitűnő szakkönyv. Címe túlzottan is visszafogott: ez messze nem bevezetés, hanem valódi mesterkurzus!

„Tükör által homályosan...” mind többen képernyők és / vagy monitorok által látják, hogy milyen is a világ, amelyben élnek, legyen szó bár nagypolitikáról, gazdasági életről, idézőjeles vagy valódi kultúráról, divatról, a számukra mértékadó emberek világról vagy éppen az áruvilágról, amelyből igényeiket és szükségleteiket kielégíthetik, netán ráérezhetnek, hogy éppen mit is akarnak az élettől. Képernyők, monitorok harsogják vagy éppen cselesen sugalmazzák, hogy miben milyen értékeket kövessünk – azokon pedig elsősorban a képi világ érvényesül és képes hatást gyakorolni.

Kísértet járja be a világot, a gondolat-távvezérlés kísértete. Mind többeknek mind hatékonyabban kommunikátorok mondják meg, hogyan igazodjanak el a világban, hogyan gondolkodjanak annak és saját életüknek a dolgairól, milyen értékrendet kövessenek, kikben, mikben higgyenek. A kommunikáció mindig is kiemelkedően fontos eszköz volt, s mára az lett a minden. Az írott szó a déd- és többé-kevésbé a nagyszüleink világának kommunikációs eszköze volt, bár már akkor is mindinkább hódított a képes reklám. Manapság az emberek nagy hányada egyre kevésbé olvas, szórakozását, tájékozódását, információi beszerzését multimédiás eszközök révén intézi, s hozzájuk azokban is leginkább a vizuális üzenetek jutnak el. Aki tehát hatékonyan szólni akar hozzájuk, annak nagyrészt ez utóbbiakhoz kell folyamodnia.

„Hiszem, ha látom!” – napjainkra új értelmet nyert a régi mondás. Olyat, amelynek drasztikusan növekvő súlya van egyebek közt a fogyasztók megnyeréséért folytatott – modern szakszóval B2C – kommunikációban. Az emberek nagy – félő, hogy erősen növekvő – hányada mind kevésbé szentel időt, energiát szöveges üzenetek kihüvelyezésére, hanem – legyünk finomak – szellemi kényelme okán inkább a képekbe sűrített üzenetekre vevő. (Napjaink jellemző, nem kevésbé cinikus, ám annál találóbb mondása egy-egy magvasabb könyvre, hogy „inkább megvárom a filmváltozatot!”)

Meghatározó súlyú tény, hogy az utóbbi évtizedek gyors műszaki- (üzem-) gazdasági fejlődése következtében rohamosan nő a piacok valamennyi, tömegtermelésre alapozott szektorában az árukínálat, messze túllépve a fizetőképes keresleten. E kínálat fontos hajtóereje a növekedés – valljuk meg – eszeveszett hajszolása vállalati szinten is. Ennek érdekében minden cég újabb és újabb vásárlásra igyekszik rávenni célközönségét. Ehhez egyik eszközként új keresletet igyekeznek támasztani – jobb esetben új igények támasztásával, illetve felszínre hozatalával –, másrészt küzdenek a versenytársak fogyasztóinak elhódításáért, és szintúgy azért, hogy „minőségi cserékre”, már meglévő eszközeik, termékeik, szolgáltatásaik lecserélésére bírják rá a maguk közönségét. Ez utóbbi harcot két fontos fronton folytatják: egyrészt olyan fejlesztésekkel, amelyek ténylegesen újabb, és/vagy a korábbiakhoz képest számottevően javított funkciókkal ruházzák fel újonnan piacra dobott árucikkeiket, másrészt olyan marketingeszközökkel, amelyek „minőségi” cserére igyekeznek rávenni a célközönséget, jóllehet az újonnan kínált mögött nem áll az előbbiekhöz hasonló valódi többlet. Tipikus példa (volt?) erre az a tendencia, amely presztízs kérdéssé tette a személyautók rendszeres lecserélését a legújabb modellekre, és ugyanígy rendszeres cserékre buzdítanak/kényszerítenek a változó divatirányzatok. Számos területen tehát a cégek jórészt azzal is igyekeznek elérni az új kereslet felkeltését, hogy extrém, nemritkán abszurd mértékben gyorsá erőtetik az erkölcsi avulást. (Az emberiség a fennmaradásért előbb-utóbb rákényszerül, hogy erőteljesen visszaszorítsa erőforrásainak mértéktelen pazarlását, vagy azok drasztikus fogyta jár majd ilyen hatással is. Egy így kijózanodott világban talán érvényes lesz, hogy ha nem tudsz mást, mint eldalolni, hogy „megújult, még jobb, több benne a *buxenzis hexenzis*”, nincs rád szüksége a világnak – azonban még messze nem tartunk itt.) Mindezekhez pedig a modern (marketing)kommunikáció szolgál a becserkészés és meggyőzés eszközeként. Igen jellemző, hogyan teszik ennek harcterévé a közösségi oldalakat, amelyek mind többek számára életvitelük egyre nélkülözhetetlenebb részévé válnak, valamint az olyan, rendkívül széles körben használt internetes szolgáltatásokat, mint a keresők és azok gyorsan gyarapodó, szélesedő kapcsolódó szolgáltatásai, így pl. a Google rendszere. És szerfelett jellemző a B2C kommunikáció átütő erejére, ahogy megteremtette és átütő hatalmú manipulációs eszközként tudja használni a celebek világát. A *celeb* – „neve, ha van, csak áruvédjegy, / mint akármely mosóporé...” (József Attila: Mondd, mit érlel...), száz százalékban a mesterien kivitelezett tömegkommunikáció terméke.

Mindezekért, mára – és már évtizedek, sőt voltaképpen a hatékony tömegkommunikáció térhódításának kezdete óta – *csapataink harcban állnak*. A kommunikátorok csapatai, mögöttük megbízóikkal mind keményebben, célratörőbben, gyakran cselesen, gyakran erőszakosan küzdenek a figyelmünkért, főként a nekik kívánatos reagálásunkért, a befolyásolásunkért. Velük szemben a célközönség jó része a háborítatlanságáért, a szellemi önállósága és a józan ítélőképessége megőrzéséért, a rá zúdított üzenetekben rejlő befolyásolás és manipulációk kizárásáért harcol az előbbieken ellenében, a talpon maradásért a kommunikációk áradatában. (Sok fontos tudnivaló közt igen érdekes összegzést ad e kötet a bennünk működő *védelmi szűrőkről*, amint arról is, hogy a hozzáértő kommunikátorok hogyan tudják azokon átjuttatni üzeneteiket.) Akik pedig adnak a maguk intellektuális színvonalára, azok között a kevésbé kifinomult kommunikációs üzenetek nyomán sokakban kialakul a „könyörgöm, ne nézzenek hülyének” reflexe, és mindinkább hajlamossá válnak elutasítani az egész műfajt. A cégeknek pedig ebben az örvénylő erőterben kell célba juttatniuk és érvényesülésre segíteniük marketingüzeneteiket. S amint Bergström is kiemeli, mindenfajta kommunikáció esetében a legfontosabb tényező, hogy az azzal elért eredményt végső soron nem az határozza meg, hogy az üzenet küldője – az ő szavával az adó – mit akar mondani, elfogadtatni, hanem hogy a célközönség tagjai – a *vevők* – a maguk gondolkodása szerint mit olvasnak ki az üzenetből, és hogyan értelmezik és értékelik azt.

Az ilyen üzeneteknél tehát döntő jelentőségű, hogy képesek legyenek megragadni a célközönséget, belopakodni azok tudatába, vagy „az alá”. Kiváló példa erre a mostanában látható autóreklám, amelyben a főszereplő *jól láthatóan* izgatottan nézeget egy elegáns autót, s miután több kérdésre is válaszol elmondja, miért nincs rá szüksége, a záró mondata „de kell nekem”, csattanósan utalva ezzel az autóból áradó ellenállhatatlan vonzerőre. Mindebben pedig az egész szöveget a jelenet juttatja érvényre.

A vizuális hordozókba öltöztetett, jól kialakított üzenetek a célközönséget az esetek nagy hányadában eredményesebben fogják meg, és olyan módon is tudnak befolyásolni, amire az írott szó kevésbé képes – nem is beszélve azokról, akiknek a világához nem igazán tartozik az olvasgatás. Végül is már a vizuális kommunikáció első nagy térhódítása, a csodálatos bizánci művészet is nagyrészt azt szolgálta, hogy beültesse az eszméket, a vallás tanításait, az egyház és nem utolsósorban a császár tiszteletét azok lelkébe és tudatába, akik nem tudtak olvasni. (A vallásos eszmék terjesztésében betöltött szerepét tökéletesen foglalják össze Sínai Szent Gergely szavai: „... az írástudatlanok a festményeket tanulmányozva megismerhessék azokat az emberi cselekedeteket, amelyek valóban Istent szolgálták” – és ki állítaná, hogy e technika kevésbé lenne alkalmas más eszmék terjesztésére. Nem Bizánc találta fel a személyi kultuszt, viszont minden addigitt messze felülmúló tőkélyre fejlesztette terjesztésének vizuális eszköztárát. S ha a megjelenítés technikája változott is, a későbbi korok császárai, diktátorai, a hatalom csúcán lévő egyéb főemberei, illetve az őket szolgáló művészek és PR-technikusok nagyon sokat felhasználtak annak koncepciójából.

A vizuális kommunikáció szerepét és jelentőségét növeli az is, hogy a kommunikációs üzenetek bevésésében és életben tartásában az ismétlés az eredmény anyja. A rövid idejű megjelenésekben pedig a látvány általában hatékonyabb, mint az írott vagy akár elmondott szavak.

Saját szakterületünket tekintve a vizuális kommunikáció hatalmas erejének igen karakteres példái az ábrás, valamint a háromdimenziós árjelzők. Döntő jelentőségű tény, hogy jóllehet az árjelzők egyik fő rendeltetése, hogy növeljék – vagy éppen megteremtsék – a velük megjelölt árucikk vonzerejét, ilyen vonzerőt maguk egyáltalán nem tudnak létrehozni. Csak arra képesek, hogy más módon kialakult vonzerőt – goodwillt – idézzenek fel, és azt kapcsolják hozzá a szóban forgó árucikkekhez. Ezért ahhoz, hogy a kívánt módon működjenek, ezt a jelentéstartalmukat fel kell építeni a célközönség tudatában (lehet ugyan ki is várni, amíg az a használat nyomán magától kialakul, azonban ez elfogadhatatlanul lassú lenne az azokat alkalmazó piaci szereplők számára). Miután viszont ez megtörtént, egy-egy ilyen markáns vizuális „jel” szinte felülmúlhatatlan hatékonysággal idézi fel az árjelzőhöz tapadt képzeteket, tapasztalatokat, véleményeket, goodwillt, presztízskategóriához tartozást. Így és ezért válik egy önmagában értéktelen – gyakran voltaképpen semmitmondó – ábráska vagy akár egy üvegpalack a marketing hathatós eszközévé, és ezzel vagyoni értékké.

A vizuális árjelzőknek szó szerint kiemelkedő szerepe lehet abban is, hogy magukra vonják a vásárló figyelmét, midőn az az egymás helyettesítésére alkalmas árucikkek hosszú sorával szembesülve igyekszik jól túlesni a vásárláson. A marketingszakértők szerint a bennünket érő hatások – reklámok, kommunikáció, saját tapasztalatok, mások véleménye – alapján kialakulnak bennünk az árúvilág szegmenseiről öt-tíz tételes *rövid listák*, ami azt jelenti, hogy ha azokból valamelyiket felismerjük a kínálatban, tovább már nem is nagyon keresgélünk. Az árucikkek piaci versenyében tehát meghatározó jelentőségű, hogy vásárláskor melyiküket ismerjük fel e sajátos *rövid listánk* alapján. Itt lép be az árjelzőknek, a sajátos megjelenésnek és az arculatnak az a funkciója, hogy segítenek a piaci szereplők és az árúvilág tengerében ráismerni arra, amely már elnyerte bizalmunkat, vagy felkerült rövid listánkra. Az árúnak, illetve „ruhájának” jól megtervezett megjelenése pontosan azt teszi, ami a rendeltetése: elkülöníti a szóban forgó árucikket az árúvilág hasonló tagjaitól, s kiemeli azt azok szemében, akik már ismerik, és megtanulták, hogy ez az árucikk megfelelően kielégíti igényeiket, s így irányfényként vonzza őket. Azoktól eltekintve, akik örömmel bóklásznak, tallóznak a széles kínálatban, a legtöbb embert a leggyorsabban egy ismerős látvány, ismerős vizuális árjelző vagy éppen a csomagolás ekként szolgáló összképe tudja megragadni, végső soron kimenteni az egyszerűbb lelkeket gyakran a bőség zavarával rémisztő sokaságból – persze csak akkor, ha az már felkerült a *rövid listájára*, vagy legalábbis megtanult bízni benne. Mindezekben természetesen ismét csak kritikus szerepe van a vizuális kommunikációnak. Az árjelzők, az akként szolgáló csomagolások stb. képét be kell vésní a célközönség tudatába, és persze ott hozzá kell kapcsolni mindazokat a pozitív képzeteket, asszociációkat, amelyeket fel kell idézniük.

Manapság az emberek mind nagyobb hányada multimédiás eszközök révén intézi információi beszerzését, s hozzájuk azokban is leginkább a vizuális üzenetek jutnak el. Ha szofisztikáltabb lelkekre nem is feltétlenül igaz, hogy „egy rózsaszál szebben beszél”, egy-egy mesteri vizuális kompozíció valóban jóval átütőbb lehet, mint az óhatatlanul is nyíltan agitálóan érződő szöveges üzenet. Ezeknek az üzeneteknek a hatásukat viszont csak a megalakításukban megtestesülő mesterségbeli tudás adhatja meg. Ezért kritikus jelentőségűek az ismeretek, amelyeket ez a kitűnő szakkönyv kínál.

A gazdag, példaértékű képanyagot felsorakoztató, átfogó tanulmány elemzi és magyarázza a médiában megjelenő üzenetek megfogalmazásának és megtervezésének alapvető kérdéseit, elsősorban a hírekre, hirdetésekre és arculati elemekre összpontosítva. Tárgyalja a vizuális kommunikáció célját, az üzenetek környezetét és az általuk kiváltott hatásokat, ideértve a társadalmi vonatkozásokat is. A különböző szak- és részterületeket egységben kezelve ad ismereteket az integrált kommunikáció hatékony megvalósításáról, és segíti a kommunikációs folyamat egészének megértését.

„A legtöbb ember tart a képektől, amelyek vagy kicsúsznak a kezünk közül, vagy ha túl közel kerülünk hozzájuk, elárulnak minket.” / „Egy kép elemzése gyakran többet árul el az elemzőről, mint a képről magáról, így az elemzési folyamat sokszor önarcképrajzolássá válik.” / „A sötét, manipulatív hatalmak, amelyek ott lapulnak mindenütt, a világosság segítségével kordában tarthatók. Ebből mindnyájan profitálunk. És ennek a könyvnek éppen ez a célja.” (E világosságnak az elménkben kell gyúlnia azáltal, hogy átlátjuk és értjük a vizuális kommunikáció működését, és így valós tartalmukra vezetjük vissza annak üzeneteit. Azoknak pedig, akik a vizuális kommunikációt eszközként használják, természetesen szintúgy létfontosságú, hogy tisztában legyenek annak tényleges működésével, a lehetőségeivel és korlátaival, s azzal, hogy mindez valójában hogyan hat a célközönségre) / „Csak a botrány a hír.” / „A vevőnek (ami itt a kommunikáció célközönsége tagját jelenti – a szerző) éreznie kell, hogy fontos, releváns okunk van arra, hogy – például egy feltűnő képpel – megragadtuk a figyelmét.” / „A gyakorlott történetmesélő (azaz a történetként megfogalmazott üzenet megalkotója – a szerző) úgy tudja variálni a történet különféle elemeit, ahogy egy zeneszerző a hangszereket egy nagyzenekari műben.” / „A verseny kiélezett, ezért a cégek folyamatosan új, lappangó szükségleteket próbálnak feléleszteni vagy megteremteni. Ez nem olyan egyszerű, mivel igényeink mélyen bennünk gyökereznek, de kétségtelen, hogy egy új termék képes vágyakat ébreszteni, még akkor is, ha ezek a vágyak nem kifejezetten szükségleteink kielégítésére irányulnak. Végére is emberek vagyunk: kívánságaink listája végtelen.” / „Az érvek olyan fejtegetések, gondolatmenetek, állítások, amelyeket egy személy mások meggyőzésére használ. Ha az adó nem jár sikerrel, a megoldás az érv tökéletesítése, nem pedig – ahogyan sokan gondolják – a hang felemelése.” / „Probléma nélkül nincs történet. Ki akar arról olvasni, hogy egy repülőgép rendben felszállt, majd leszállt? Senki. Az emberek csak akkor kapják fel a fejüket, ha valami drámai történik.” (Azt pedig a mai eszközökkel képpen sokkal hatásosabban lehet előadni, netán megkonstruálni!) / „A televízió a

tábortűz modern változata, amely körül összegyűlik a család történeteket hallgatni. Tölcsér, amelyen keresztül a reklámok egyenesen a nappaliba ömlenek.” (Az internet pedig őserdő, ahol minden fa, bokor mögött egy manipulátor les ránk.) / „Az üzenetet olyan hatásossá kell formálni, hogy még suttogva is átjusson a hangzavar.” – Idézetek a könyvből.

Az előszóból idézve: „A könyv mindenekelőtt a vizuális kommunikáció célját szeretné világossá tenni – bemutatja az üzenetek környezetét és az általuk kiváltott hatásokat, ideértve a társadalmi vonatkozásait is. Eközben könnyedén lépi át a különféle területek és szakmák határait, mivel a mű szerkezete alapvetően azon a meggyőződésen alapul, hogy a végeredmény szempontjából a kommunikációs folyamat egészének ismerete fontos és hasznos. Így a folyamatban résztvevők könnyebben átlátják a saját szerepüket, és a feladataikkal szemben megfogalmazott követelmények, illetve a tevékenységük következményei is világosabbá válnak. Ily módon egyesülhet a stratégiai gondolkodás és a kreatív alkotás, hogy az üzenet létrehozásában résztvevők azt az egyre növekvő igényt, amely az integrált kommunikáció hatékony megoldásai iránt mutatkozik, ki tudják elégíteni.” (Ebben tökéletesen igaza is van. Minden kommunikációban csak az számít igazán, hogy a célközönség mit olvas ki a maga számára az üzenetből, hiszen ennek megfelelően reagál arra. Ezért abszolút mindegy, hogy a forrástól a hatás kiváltásáig hol és mitől, miben bicsaklik meg az üzenet, ha megbicsaklik, a küldője mindenképpen kudarcot vall. Abból tehát, hogy itt csak a végeredmény számít, törvényszerűen következik, hogy a kommunikáció folyamatát, egész megvalósítását a könyv e szemléletével megegyezően, integrált módon kell kezelni. Ezt pedig nem is csak a folyamat résztvevőinek kell tökéletesen átlátniuk, hanem azoknak is, akik a kommunikációt eszközként használják.)

Bergström így modellezi a vizuális kommunikáció relevanciáját:

„Egy erőteljes kép, amely felkelti a figyelmet, de nem releváns, kevésbé hat: $1 \times 0 = 0$.”

Egy kontextusba illő, de jelentéktelen kép szintén nem befolyásolja nagyon a nézőt: $0 \times 1 = 0$.

Ha azonban a kép erőteljes, és a néző úgy érzi, hogy releváns kontextusba van helyezve, az üzenet eléri a célját: $1 \times 1 = 1$.”

Igen szellemesen ekként foglalja össze a reklámüzenet lényegét: „valaki azt akarja, hogy egy másik személy gondoljon valamit (a védjegy kívánt üzenete: „ez kell nekem!” – a szerző), tudjon valamiről, és a végén cselekedjen valamit” (persze azt, amit az üzenő el akar érni – a szerző). Amint írja, az üzenet megalkotásához az üzenőnek előbb tisztáznia kell: Milyen problémát oldanak meg a termékeink? / Milyen érzéseket keltenek a termékeink? / Milyen igényeket elégítenek ki a szolgáltatásaink? / Milyen álmokat tudnak valóra váltani? / Hogyan tudjuk bemutatni a tulajdonságaikat: drámai hatással, félelemkeltéssel, szenvedélyek vagy lelkesedés ábrázolásával? Észérvekkel vagy érzelmi hatással? / Mit fogunk ígérni a célcsoportnak? / Meg tudjuk tartani ígéreteinket? Hogyan? (Mindenesetre azoknak, akiket az utóbbi kérdésekre felmerülő nemleges válasz visszafog a reklámozásban! És számolnunk kell azzal is, hogy akiket ez visszafog, azok igen komoly hátrányba kerülnek a piacon, ahol

az üzleti tisztesség gyakorta csak pár lépéssel előbb nyeri el méltó jutalmát, mint ahol a párhuzamosok végre találkoznak.)

A hatalmas és sokrétű, a magyarázó ábraszövegekkel önmagában is kiváló oktatóanyagként szolgáló képanyagot felsorakoztató, átfogó tanulmány elemzi és magyarázza a médiában megjelenő üzenetek megfogalmazásának és megtervezésének alapvető kérdéseit, elsősorban a hírekre, hirdetésekre és arculati elemekre összpontosítva. Olyan, a világ különböző tájairól származó, naprakész példák sorát vonultatja fel, amelyek már bizonyították működőképességüket, és amelyek jól illusztrálják az elmélet gyakorlati megvalósításának lehetőségeit. Kitűnő összefoglaló mindazok számára, akik képi és szöveges üzenetek célba juttatásával foglalkoznak, és a vizuális kommunikáció tágabb összefüggéseit is meg szeretnék érteni (és módfelett hasznos mindenkinek, aki érteni akarja, mit és hogyan művelnek velünk e kommunikátorok). Fő fejezetei: Rémisztő látvány / Történetmesélés / Munka / Stratégia / Üzenet / Befolyásolás / Kreativitás / Tipográfia / Szöveg / Kép / Design / Papír / Szín / Arculat / Hang / Összjáték.

Dr. Osman Péter

* * *

*Cholnoky Jenő: Magyarország földrajza. Kráter Műhely Egyesület, 2010;
ISBN: 978-963-298-030-0*

Az értékmentés egyik legnemesebb, minden elismerést megérdemlő fajtája az előttünk járt tudósok, kutatók, alkotók szellemi örökségének megőrzése, mai megismertetése, és széles körű hozzáférhetővé tétele az érdeklődők számára. Ezt teszi a Kráter Műhely Egyesület is, amely ezúttal a magyar földrajztudomány egyik legnagyobb tudósának klasszikus alapművét jelentette meg igen elegáns reprint kiadásban. Eredeti kiadását a nagynevű Franklin Társulat adta közre 1929-ben, amint a belső címlapon szerepel „300 képpel és térképpel”. A Kráter idén egy másik, hasonlóan értékes földrajzi munka reprintjét is megjelentette, a Magyar Történelmi Társulat szerkesztésében eredetileg 1940-ben megjelent, Erdély c. nagyívű monográfiát.

A Magyar Elektronikus Könyvtárban található Magyar Életrajzi Lexikon róla szóló címszavából (<http://mek.niif.hu/00300/00355/html/index.html>) idézve: Cholnoky Jenő (Veszprém, 1870. júl. 23. – Bp., 1950. júl. 5.): földrajztudós, egyetemi tanár, az MTA levelező tagja (1920–49). Egyetemi tanulmányait a Budapesti Műegyetemen végezte. Előbb a műegyetemi vízépítési tanszéken, majd a Budapesti Tudományegyetemen Lóczy Lajos (a honi geográfia egyik legkiemelkedőbb, világhírű tudósa) mellett volt tanársegéd; közben megszerezte a filozófiai doktorátust. 1896–98-ban tanulmányúton Kínában és Mandzsúriában hidrográfiai és geográfiai kutatásokat folytatott. Hazatérése után a Földtani Társulatnál, majd a Földrajzi

Társaságnál töltött be különböző tisztségeket; ideiglenesen a budapesti Erzsébet Nőiskola tanáraként is működött. 1903-ban a budapesti Tudományegyetemen magántanár, 1905-től a kolozsvári Tudományegyetemen, 1921-től a budapesti Tudományegyetemen a természeti földrajz nyilvános rendes tanára, a Földrajzi Intézet vezetője. 1940-ben nyugdíjba ment. A Földrajzi Társaság, a Magyar Turista Egyesület, a Természetvédelmi Tanács elnöke volt. Sokoldalú tudományos munkássága során kelet-ázsiai tanulmányútján főleg a hegységek szerkezetét, a folyók természetét vizsgálta. Részt vett a Balaton tudományos tanulmányozásában. Jelentősek morfológiai eredményei, továbbá a folyók szakaszjellegéről, a futóhomok mozgástörvényeiről, az európai monszun jelenségről szóló tanulmányai. Eredményesen foglalkozott emberföldrajzzal és az öntözések jelentőségével az emberi kultúra fejlődése szempontjából. Népszerű tudományos műveivel nagy tömegek érdeklődését keltette fel a földrajz és általában a természettudományok iránt. (Utazásom Amerikában Teleki Pál gróffal c. műve például a nagyon fiatal olvasók számára is tökéletesen érthető, rengeteg ismerettel igen érdekesen szolgáló, élvezetes, kitűnő könyv volt.)

Az e kötetben található rövid életrajza azt is elmondja, hogy Kolozsváron a földrajzi tanészék vezetőjeként magasra emelte az egyetemi oktatás színvonalát, s közben tanulmányozta és leírta Erdély természeti viszonyait. A Kráter Műhely ajánlójából továbbá megtudjuk, hogy tudományos kutatásainak területe tág határok között mozgott, a geográfian kívül maradványt alkotott a hidrológiában és a klimatológiában is. A természeti földrajzon belül elsősorban a felszínalaktant (geomorfológiát) művelte. Azt a nézetet tette magáévá és honosította meg hazánkban, miszerint a domborzati formák szakaszosan változó (ciklikus) lepusztulási folyamatok eredményeképpen jönnek létre. Ennek szemléltetésére nagyszerű tömbszelvényeket készített, amelyek a fél évszázaddal későbbi tankönyvekben is helyet kaptak. Utolérhetetlen sikereket ért el a földrajzi ismeretterjesztésben. Mintegy 50 könyvet adott ki, továbbá 700 különféle tudományos dolgozata és népszerű cikke jelent meg. Lebilincselő előadó volt, egyetemi előadásain a tantermek zsúfolásig megteltek. Szerte az országban több ezer népszerű földrajzi előadást tartott. Ő vetített először színes diaképeket Magyarországon, amelyeket maga állított elő fekete-fehér diapozitívok átfestésével. A mérnöki pontosságú szakmai rajzokon kívül mesteri grafikákat készített és művészi tájképeket festett.

Cholnoky így beszél e művéről annak előszavában: „Ez a könyv arra való, hogy megmutassa hazánk igazi képét. A magyar életnek ez az otthona, ez a lakása! Ennek minden szobáját, minden kamráját meg kell ismerni. Mindenhova be kell kukkantanunk, s minden látottnak az *okát* is meg kell ismernünk. Mert csak az az *okos* ember, aki lehetőleg mindennek az *okát* is megkeresi és megérti. Csak hazánk alapos megismerése teszi érthetővé a történelmi eseményeket is, meg a gazdasági élet fordulatait is.” S ha le is bontunk erről minden érzelmi kötődést az országhoz, az „otthon”-hoz, a tétel, hogy a lehető legalaposabban ismerni kell az országot, amelyben élünk és munkálkodunk, pusztán ésszerűségi alapon is tökéletesen megáll. Ismét Cholnoky előszavából idézve, „Minden magyar embernek jól kell ismernie a hazáját. Mint ahogyan az a földbirtokos, aki helyesen és jól akarja kezelni a birtokát, az is

kénytelen először a birtokot alaposan megismerni. Az a „magyar nábob”, aki nem is tudja, mi je van s nem tudja, hogy hol, mit, hogyan termelhet, az tönkre megy, birtoka ebek harmincadjára kerül.”

Az 1929-ben megjelent könyvben nagyon is természetesen ott munkál a hit, amely arra készíti, hogy művének tárgyát, hatókörét ne Magyarország aktuális politikai határai, hanem a történelmi Magyarország területe szerint értelmezze. Így például a vármegyék rövid ismertetésében azok száma 67-et tesz ki, és az ország „felszínének” tagozódását is így adja meg: Alföld / Dunántúl / Erdélyi-medence / Kelet-magyar-Szigethegység / Északnyugati-Felvidék / Északkeleti-Felvidék / Keleti Kárpátok / Dél-Erdélyi-Felvidék / Dinári-Alpok vidéke. Számunkra ma ez új értelmet is nyer, hiszen a mostani (geo)politikai viszonyok között már az országhatárokon túli területek is sokban a környezetünkhöz tartoznak, tehát érdemes alaposan megismerni azokat, ha nem is a „gazda”, de a potenciális haszonélvező érdeklődésével.

S nehogy félreértse, szűken értelmezze bárki is a *földrajz* jelentését a címben: egy-egy alapos fejezet szól Magyarországról, Magyarországról és városairól, az Alföld településeiről, az Alföld fejlődéséről az újabb időkben (1929-ből nézve), a Dunántúl településeiről, Budapestről, az Északnyugati- és az Északkeleti-felvidék életéről, Erdély életéről.

Ne kérjük rajta számon, ha olykor kicsúszik abból, amit a „politikai korrektség” megkövetelne, ha az elvesztett területekkel kapcsolatban keserűség vagy a magyarsággal szemben némi elfogultság bukkan a felszínre. Ne feledjük: könyve mindössze tíz évvel Trianon után jelent meg. Értékeljük viszont írói hitvallását: „Írom egymás után a könyveket, igyekezve azokat mindig úgy írni, hogy minden művelt ember megérthesse és kedvet kapjon meg is tanulni, mert hisz nincs szebb tudomány, mint a földrajz, mert minden más tudománynak az eredményeit felhasználja, hogy a Földről hű, jó és megmagyarázott képet tudjon festeni.”

Dr. Osman Péter