

# A világ képekben

Geographia Kiadó  
– National Geographic, 2003

**S**zédületesen nagy a világ, amelyben élünk. Az Encyclopedia Britannica adatai szerint 2000-ben 6 048 469 000 ember élt a Földön és a számuk 2020-ra várhatóan 7 493 272 000-re növekszik. A világ bruttó nemzeti összterméke 1998-ban 28,108 Md USD volt. Az emberek ma közel 200 országban élnek, a kultúrájukat, gondolkodás- és viselkedési módjukat, szokásaikat és egyéb sajátosságaikat közelebbről meghatározó nemzetiségek, törzsek, régiók száma pedig szinte felmérhetetlen. Szédületesen változatos a világunk. A 21. század csúcstechnológiáira épülő, azokat elképesztő tempóban továbbfejlesztő és azokkal technikai vonatkozásokban tovább fejlődő nyugati civilizáció mellett található még mindig kőkorszaki viszonyok közepette élő törzseket, és láthatunk hagyományos afrikai kunyhókat bennük hűtőgéppel és televízióval. Van olyan apró ország, amely a csúcstechnológiák fejlesztésének egyik fellelvárára, és amelynek bizonyos részein sabbatkor az utcán megdobálják az arra járó autókat. A világ technikailag legfejlettebb országában vannak enklávék, amelyek népe szívósan ragaszkodik egy több

évszázaddal ezelőtti életformához, és elutasítja a fejlődés azóta létrehozott vívmányait. Másrészt viszont ma már az sem igazán lep meg, ha a tévében az ágyékken-dős vadász övén ott látjuk a mobil telefont is.

Döbbenetesén kicsinnyé vált a világ. A legjobb példa erre minden bizonnyal az internet és a világháló. Segítségével az egész világ egy hozzáférhető adat- és tudásbázissá, s úgyszintén egy össze-

különbözőbb hatások terjedésének erejét és sebességét. Különösen érvényes ez a kommunikáció révén terjedő hatásokra, terjedjenek akár a média, a szórakoztatóipar, vagy éppen a marketingkommunikáció hátán. Értékítéletet nem itt kell mondanunk róla, de tény, hogy néhány, fogyasztási cikket előállító multinacionális cég marketingkommunikációja révén világszerte generációknak sugallja, meglehetősen

***„A technika fejlődése rendkívül szorossá és közvetlené tette az összeköttetéseket, és velük a legkülönbözőbb hatások terjedésének erejét és sebességét. Különösen érvényes ez a kommunikáció révén terjedő hatásokra, terjedjenek akár a média, a szórakoztatóipar, vagy éppen a marketingkommunikáció hátán.”***

függő kommunikációs rendszerrel kapcsolódik össze, és ez korábban elképzelhetetlen lehetőségeket kínál információszerzésre, szellemi alkotásokhoz való hozzáférésre, és szintúgy az üzleti-, magán- és egyéb célú kapcsolatépítésre.

A technika fejlődése rendkívül szorossá és közvetlenné tette az összeköttetéseket, és velük a leg-

hatásosan, ugyanazt a szerepmódellet, életviteli mintát, és ugyanezt teszi minden nemzeti határon átnyúlva a szórakoztatóipar jelentős része is. Ma már szinte természetes – ismét ne értékeljük itt –, hogy egy kis európai ország televíziójában a reklámok nem csekély részét egy távoli ország halmozottan hátrányos helyzetű, kicsiny kisebbségének önkifejezés-

re létrehozott agresszív zajkeltése alapozza meg.

A hatások terjedésében ma már megkerülhetetlen és kivédhetetlen, hogy a világ valamely részének viszonyai között létrejön egy fenyegetés, legyen az bár vírus, vagy éppen terrorista szándékok, és csak a legnagyobb erőfeszítésekkel lehet megállítani a terjedését. És vészjóslóan nő az externáliák szerepe is. Más or-

tünk a dolgok lelkéhez is, a képi világ. Napjainkra a televíziók, és újabban az elektronikus média más eszközrendszerei is óriási bőségben ontják a képi információkat. A *demagogikon* – másként televízió – kevés kulturális jótéteményeinek egyike, hogy szebbnél szebb természetfilmeket láthatunk benne. Az ilyen tájékoztatásnak azonban lényeges gyenge pontja, hogy nem állítják meg a pillanatot,

***„A megismerés egyik útja, amelynek révén közelebb kerülhetünk a dolgok lelkéhez is, a képi világ. Napjainkra a televíziók, és újabban az elektronikus média más eszközrendszerei is óriási bőségben ontják a képi információkat.”***

szágban irtják az erdőt, és ezért bennünket önt el rendszeresen az árvíz, a Föld távoli részein pusztítják a növényzetet, és ezért nekünk is kevesebb oxigén jut, az egyik legerősebb példa pedig a globális felmelegedés, annak minden kedvezőtlen következményével.

Ha nem tudod legyőzni, állj az élére; ha ez sem megy, tanul meg elfogadni, de ne bújj el előle, mert a rossz úgy is megtalál, a jót viszont elmulaszthatod. Szép új világunk: számtalan okot ad arra, hogy szeressük, nem kevesebbet, hogy gyűlöljük, de mindenképpen meg kell értenünk, hogy minél többet élvezhessünk a jó oldalai-ból, lehetőségeiből. Amint az innováció atyjaként is számon tartott J. A. Schumpeter mondta: „a lehetőségekről jól végiggondolt közgazdasági megfontolások alapján mondjunk le, ne pedig azért, mert nem ismerjük őket”. (J. A. Schumpeter: A gazdasági fejlődés elmélete, KJK, 1980)

A megismerés egyik útja, amelynek révén közelebb kerülhe-

tebbnyire lehetőséget sem adnak erre, így nem teszik lehetővé, hogy egy-egy jelenetet hosszabban, elmélyülten szemlélhessünk. A fénykép ezt adja, és minden bizonnyal ez az egyik fő oka annak, hogy ma is versenyképes része az eszköztárunknak.

A National Geographic Society, a világ elsőszámú földrajzi ismeretterjesztője, és mára az egyik legnagyobb közhasznú tudományos és oktatási szervezete. 1888-ban alapította harminchárom férfi Washingtonban „a földrajzi ismeretek gyarapítására és terjesztésére”. Volt közöttük tanár, geológus, ügyvéd, térképész, bankár, katonatiszt, természetbúvár. A Társaság az expedíciók és tudományos kutatások támogatásában is fontos szerepet játszik. Első expedíciója 1890-ben Alaszka egyik feltérképezetlen területét vette célba, és azóta expedíciók százait indította a világ legkülönbözőbb tájai felé. Hétezer körül jár azoknak a tudósoknak és világjáróknak a száma is, akiknek a Tár-

ság ösztöndíjjal segítette kutatómunkáját, felfedező utazásait, és kilenc millió felett a tagjai táborra. Mindezzel a földrajzi ismeretek világszerte történő terjesztésének legismertebb, elsőszámú művelője, és az e téren legnépszerűbb, nagyon sokak számára kultusz tárgyat jelentő magazin, a National Geographic kiadója.

A National Geographic földrajzi ismeretterjesztő fényképezés műfajában is minden bizonnyal világszerte első. A Magazin mellett erről már több, magyarul a Geographia kiadásában megjelent album is tanúskodik (Marco Polo, A vadon képekben, Iszlám, Expedíciók könyve, Egyiptom a magasból, stb.). Ebben a kötetben az utóbbi tizenöt év fényképeiből mutatnak be ezerszínű, és a képek megjelenítésében valóban káprázatos szépségű válogatást – igaz, akár csak a mindennapokban, a lapokon nemegyszer szembesülnünk kell az élet sötét oldalával is. A felvételek tematikus összeállításaihoz tanulmányok, számos képhez pedig technikai, vagy háttér magyarázatok kapcsolódnak. Megismerkedhetünk a műfaj fejlődésének történetével, és számos kiemelkedő művészeivel is. Mindezzel betekintést kapunk a természet- és a riportfényképezés világába, művészetébe és műhelytitkaiba is. Ami pedig igazán fontosá teszi e kötetet, benne olyan képekben tárulnak elénk a földi élet, a természet és az ember világának különböző arcai és jelenetei, amelyek csaknem személyes ismerősünnké képesek tenni azokat.

Osman Péter