

BEJÁRÓ

A Szépirodalmi Figyelő idei évfolyamával útjára indult, a kortárs magyar szépirodalom háttérstruktúráival, sőt bizonyos értelemben az irodalommal mint társadalmi jelenséggel foglalkozó rovatunk eddigi írásai elsősorban elemző jelleggel, az érintetteket megszólaltatva mutattak be egy-egy figyelemre érdemes, újszerű vagy megújuló szellemi műhelyt. Bár a hazai irodalmi közélet vizsgálatának ezen metódusát továbbra is megőrizzük és a jövőben is alkalmazzuk, időnként általánosabb, ha tetszik, normatívabb megközelítéseknek is teret adunk. E közelítésmódot példázza rovatvezetőnknek a 2010. évi árkosi folyóirat-találkozó nyomán született, de a hazai irodalmi intézményrendszerre átfogóbb perspektívából reflektáló esszéje. Amennyiben a vitaindítónak szánt írás eléri célját, a szerkesztőségünkbe érkező reakcióknak a lap következő számában biztosítunk helyet.

Zsolnai György

ÁRKOK-BOKROK

Esszé a kortársakról

Idén szeptember 9–12. között a székelyföldi Árkoson került sor a Kárpát-medencei magyar irodalmi folyóiratok első találkozására. A találkozó rendhagyónak nevezhető, mert bár a meghívottak köre ténylegesen nem terjedt ki az összes irodalmi orgánusra, és még a közülük is távol maradtak néhányan, az elmondható, hogy így is olyan nagy számban képviseltették magukat a szerkesztők, amire korábban még nem volt példa. Jelen volt a Bárka, a Helikon, a Korunk, a Székelyföld, a Kortárs, a Magyar Napló, a Hitel, az Irodalmi Jelen, a Sikoly, az Új Könyvpiac és a Szépirodalmi Figyelő is, átlagosan két-két munkatársával. A tábor szellemi menüje igencsak sokszínű volt, és olyan szakmai kérdések megvitatására nyílt lehetőség, amelyekről eddig álmodni sem mert a kortárs irodalom helyzetét kicsit is ismerő irodalmár.

Mégis, a jelenlévőknek a jó, ám talán túlságosan családias hangulat ellenére is lehetett némi hiányérzetük (igaz, csak a magam nevében beszélhetek) a résztvevők lajstroma láttán. Biztos vagyok benne, hogy a magyarországi lapok részvételi arányán eleve rontott a saját horizontjukból kieső helyszínen. Bizonyára sokan azért mondták vissza a fellépést (még annak ellenére is, hogy korábban jelezték részvételi szándékukat), mert nem akartak vállalkozni a több mint fél napos utazásra. De naivítás lenne azt hinni, hogy a legtöbben emiatt maradtak távol. Egyesek legyintettek: megint egy irodalmi agapé, aminek semmi értelme sem lesz, mások egy laza mozdulattal kitörölték a meghívót e-mail fiókjukból, amikor meglátták, kik invitálják meg őket. Megint mások meg sem lettek hívva. Mi lehet mindennek az oka, milyen állapotokról árulkodik mindez? Ennek a hátterét igyekszem feltárni ebben az írásban, főként a vitaindítás szándékával. Itt szeretném jelezni, hogy az árkosi találkozó (majdani) eredményeiről nem e rovat keretein belül fogok értekezni, annál is inkább, mert azok jóval túlmutatnak a problémafelvetés szintjén, és biztos vagyok benne, hogy az ott megkezdett diskurzus és a megszólalásokból levont következtetések meg fogják határozni a közeljövő irodalmi közéletének alakulását. Nem foglalkozom ebben az írásban a találkozón alaposan megvitatott lapfinanszírozási kérdésekkel vagy az irodalom és az internet kapcsolatának bővebb elemzésével sem; ezek önmagukban megérnének egy újabb írást akár e rovat keretein belül is.

A jelenkori irodalmi közélet egyik lappangó, ám annál fontosabb problémája a megosztottsággal függ össze. Hány magyar irodalom van? Miért jut el az egyik irodalom könnyebben az olvasókhoz óriásplakátos hirdetések vagy jól megszervezett hype-olás révén, és miért fektetik el a másikat nagy könyvruházak raktáraiban, örök feledésre ítélve? Miért dolgoznak gyakran egymás ellen az irodalmárok, és miért alakítanak maguknak külön céheket? Ez rengeteg, egymással összefüggő kérdés, amelyek megválaszolására ehelyütt nem vállalkozhatok. Bár igencsak hasznos vállalkozás volna, ha valaki meg tudná rajzolni a kortárs irodalom szociometriáját, ennek az elméletieken túl (ki az irodalmár, mi az irodalom stb.) nyilvánvaló gyakorlati akadályai is vannak. Például az, hogy az irodalmár nem a legőszintébb fajta. Hogy milyen informális hálók működnek a hétköznapokban, az hosszas megfigyelés árán ugyan modellezhető lenne (ez egyébként igencsak utópisztikus körülményeket kívánna), de annak feltérképezése, hogy ki mit gondol valójában a másikról, vagy hogy mik a valódi

motivációi és éppen milyen közéleti manőverezésben van benne, végső soron lehetetlen. Az irodalmi közélet a titkok és a csapdák lápvidéke.

Azt persze mindenki tudja, hogy a szakma nem az esztétikumról vagy a stílusról alkotott, egymással versenyző felfogások miatt többszorosított; ehhez nincs szükség bizonyítékra, elég csak átlapozni több folyóirat aktuális számát, és összehasonlítani a bennük szereplő, szép-irodalminak szánt műveket vagy kritikákat. A szekértáborok szerinti gondolkodás mélyebb meggyőződéseken és sztereotípiákon alapul, mint amelyet egy esztétikai krédó jelenthet. Mélyebb, már-már zsigeri beidegződésre épül az az uralkodó nézet is, amely szerint minden kortárs irodalmár egyszerre tarthatja megalapozottnak és méltányosnak azt a gondolkodásmódot, amely szerint csak az az irodalom, amiben ő maga közlekedik, és az övétől eltérő stratégiáknak közük sincs a nagybetyű Irodalomhoz.

Mindenki úgy klasszifikálja a vele egy térben és időben létezőket, ahogyan akarja, és ez ellen nem is lehet semmit tenni, hiszen ez minden korban így volt. Nem kell olyanokkal barátkoznom, akikkel nem akarok jóban lenni, elvégre senki sem kényszerítheti rám, hogy olyanokkal vegyüljek, akik antipatikusak nekem. Ha valamit nem tartok művészetnek, ha valamit egész egyszerűen pocskéknak tartok, az irodalomból kilógónak, akkor miért kellene vele foglalkoznom? Csak annak a könyvről kell recenziót, kritikát írnom, vagy csak arról a szerzőről kell többnapos konferenciát szerveznem, akit arra méltónak találok. És így tovább. Ha nem látjuk az ezen mondatok legmélyén meghúzódó cinizmust, akkor valóban nincs fogalmunk arról, hol csúsztak el a dolgok.

Ennek a végletekig cinikus (és bizonyos szempontból autisztikus) alapállásnak tömegessé válása végső soron az irodalom önfelszámolásához fog elvezetni, amennyiben az minden más művészettől és szaktudománytól való eltérését abban fogja megjelölni, hogy értékítéletét nem magától az értéktől, hanem az értéket közvetítő informális hálótól teszi függővé. A cinizmus következő lépcsője az, hogy bármilyen furfangos és mélyre ható, az irodalmi közélet állapotáról tudakozódó kérdés is merül fel, a megosztottság problémáját tökéletesen lehet kezelni a retorika szintjén a „gyümölcsöző sokszínűség” és a „szükségszerű pluralizmus” frázisaival. Csakhogy a virágozzék minden virág félreértelmezett elve ott bukik meg, hogy bizonyos virágokat még a beporzás előtt letaposnak, másokat pedig az irodalmi emlékezet kapcsolós könyvébe préselnek le.

Még sosem volt ennyi ember, aki az irodalomra és a rátelepülő ún. „irodalmi közéletre” nem hivatásként, hanem saját megélhetését biztosító területként tekintett. Ennek közvetlen következménye az, hogy valóban politikai céllá duzzadt a „nem baráti pályatársak” tevékenységének ignorálása – üzletpolitikai céllá. Az információs társadalom elcsépzelt közhelye, miszerint „csak az létezik, ami látszik”, új értelmet nyer az irodalom menedzselése szempontjából, hiszen értékkel, *reklámértékkel* még ama bizonyos humánértelmiség körében is csak az a kulturális termék bírhat, ami egyáltalában véve eljut hozzá. Az, hogy hagyja magát és értékítéletét holmi informális hálózatoktól függeni, persze sokat elárul a rendszerváltoztatás utáni írástudó szellemi immunrendszeréről. A maga belterjes köreibben mozgó humánértelmiségi egyre inkább kezd arra a „tudatos vásárlóra” hasonlítani, aki a piac mindent előntő szennyezése elől menekülve a zöld világ *merchandisingj*ának ölelő karjaiban keres menedéket. Félreértés ne essék: a kulturális termék valóban termékként kezelését nem tartom bajnak; a probléma ott kezdődik, ha már az előállítás (korábban még megalkotásnak neveztük e folyamatot) során úgy tekint az ún. irodalmár a keze alól kikerülő valamire, mint kulturális termékre.

A „nem baráti pályatársak” ignorálása éppen azért kifizetődő, mert a piacorientált szemlélet szerint a nem potenciális versenytársakra időt szánni egyszerűen veszteséges. Az elmarasztaló, bíráló kritikák hiánya éppen erre vezethető vissza: miért kellene kritikát írnom olyasvalakiról, aki nekem nem tetszik és akivel nem is vagyok különösebb relációban, amikor megannyi barát vár még afirmatív szavakra? Ráadásul a kritikus kritikák leközlésére való hajlandóság sem nagy, mert maguk a szerkesztők sem tartják ezeket kifizetődőnek, ami persze érthető saját utilitárius eszközrendszerüket figyelembe véve, amely szerint hosszabb távon mindenképpen nagyobb hasznot hajt az, ha nem ugrál feleslegesen az ember, végtére is ki tudja, ki kerül hamarosan olyan pozícióba, ahol nekem és a lapomnak komolyabb gondot is okozhat. Egyszóval a túlélésre játszva senkinek sem éri meg a hangoskodás; akkor már jobb a minden oldalról jövő agyonhallgatás, hiszen „ami nem látszik, az nem is létezik”, hogy a korábban idézett axióma visszáját idézzem.

Amit azzal a szándékkal hozunk létre, hogy aztán bizonyos emberekhez eljuttassuk, azt nyilvánvalóan menedzselni kell, hogy el jusson a kívánt célig. Így menedzselni kell azokat az irodalmi műveket is, amelyeket nem az íróasztal fiókjának szánunk, és meg kell

tenni a szükséges lépéseket, hogy kellő mértékben hozzáférhető és figyelemfelkeltők legyenek. Ez egy olyan alapelv, amely ellen kár lenne ágálni: csak a saját arisztokratizmusuk miatt elvakultak hihetik azt, hogy remekművük beugrik a könyvesboltokban korzózó vásárlók kosarába anélkül, hogy megismertetnék velük, hogy *eladnák* nekik. Az is téves elképzelés, hogy egy magas nivójú alkotást valamiféle mély erkölcsi megfontolások miatt nem lehet óriásplakátokon vagy a metróaluljárókban reklámozni. Ebben egy csöppnyi etikum sincs, itt már szó szerint a lét a tét. Észre kellene végre venni, hogy a kultúra már nem tartozik a privilegizált területek közé, hogy az állam és a társadalom szemlélete is gyökeresen megváltozott az információs kor kialakulása előttiekhez képest, amikor a nemzeti-regionális szintű kultúrát még tudta használni a politika. Ma a politika számára a kultúra kötelező állami feladattá vált, és inkább nyűg a köznyakán, mintsem hogy értékként lenne elismerve. Ahhoz ugyanis, hogy értékként kezeljék, valóban mint értéket kellene felmutatni, és (a piaclogikát legalábbis időlegesen átvéve) a kereslet és kínálat nyelvén kellene világossá tenni, hogy milyen szerepet tölt be a teljes ember életében. De talán éppen ez az, aminek a meglépésétől a legjobban viszolyog az egész humánértelmiség.

A helyzet az, hogy a marketing és a remekmű ritkán találkozik, pedig érdekeik egyesíthetőek. Ám amíg a legjobb írók, költők még a gondolatától is irtóznak, hogy saját kötetük képmását viszontlássák az utcán járva-elve, és a „jó bornak nem kell cégér” preindusztriális elvét mantrázzák magukban, addig csak a kétes értékű, már jóval a megjelenésük előtt bestsellerekként reklámozott könyvek fogják elfoglalni az értékes felületet a valódi kultúra előtt, és az irodalmi teljesítményekről élő kép továbbra is olyan torz marad, mint amilyenné mostanában vált.

Az általam elővezetett megfontolásokkal a professzionálisan és a jelenkor lehetőségeiben gondolkodó alkotók bizonyos része már számot vetett, s a legkülönbélebb eszközöket alkalmazza annak érdekében, hogy érvényesüljön. A létezéshez, a jelenléthez, az olvasottsághoz meg kell keresni azokat az eszközöket, amelyekeken keresztül a célolvasók elérhetőek. Az internet mint marketingeszköz az irodalom számára a legkézenfekvőbb, és erre (miként arra már a 2010/1. illetve 2010/2. számban is utaltam) a kortárs irodalom fiataljai egészen jól rezonálnak. A tudatos eszközhasználatától azonban még így is messze van a kortárs irodalom egésze, egyszerűen azért, mert a döntéshozók

szükségképpen a netes generációkat megelőző idők szülőttei, és életüknek nem része olyan organikus módon a hálózatos gondolkodás (legfeljebb az informális hálózatokban való aktivitás), mint amennyire a felnövekvő nemzedékeknek lesz. Talán éppen ennek köszönhető, hogy a nagy hazai teoretikusok közül még senki sem vetett számot komolyabban az infokommunikációs fejleményekkel és az azokkal járó esztétikai következményekkel. A teoretikus megalapozás pedig egészen addig el is fog maradni, amíg az új generációk különös hiperkorrekciótól fűtve vetik bele magukat az irodalmi közéletbe, és a döntéshozóknak való megfelelni vágyás jegyében paternalistábbá válnak szellemi atyjaiknál.

De térjünk vissza a megosztottsághoz! Abban az esetben ugyanis, ha a piac szintjén végbemenő átrendeződés megreked félúton a totális színvonaltalanság és a kívánatosnak gondolt egyensúlyi állapot között, és a kontraszelekció nem a minőség, hanem az urambátyám viszony mentén kódolódik újra, akkor egy meglehetősen sajátos problémával kell számot vetnünk. Van egyfajta kirakatirodalom, amivel a magukat humánértelmiséginek tartók többsége találkozik, és van ennél a szubkultúránál „szubabb”, írószervezetekben, romkocsmákban, netes blogokon és saját szövegszerkesztők előtt bujkáló alkotók kultúrája – olyan alkotóké, akik nem feltétlenül azért nem érvényesülnek és maradnak ki a kirakatból, mert tehetségtelenek és inadekvátak, hanem azért, mert a kirakatba rakott bábuk, a nagy nevek már „branddé” váltak, és további menedzselésük (még sajnálatos haláluk esetén is) sokkal gazdaságosabb, mint új brandek kidolgozása. Pedig volt már több kísérlet is arra, hogy a semmiből feltűnő fiatal írók, novellisták hirtelen a fókuszba kerüljenek; egy időben lépten-nyomon az ő képükkel találkozhattunk, de a kirakatrendezők valamiért levették róluk a kezüket. Akárhogy is, jópáran letapogatták a humánértelmiség hiperintellektuális fogyasztói piacán tátongó úrt, és hamar felhúzták a saját, virtuális irodalmi plázájukat, ahol egymást követik a felolvasóestek, a kötetbemutatók, a dedikálások, a konferenciák, a kritikai beszélgetések; ahol bármikor fel lehet csusszanni a netre, hogy különféle kritikai portálokon arról olvashassunk, amit ők éppen fontosnak tartanak.

De nincs kétségem afelől, hogy végső soron csak idő kérdése, mikor húzzák fel azt a másik irodalmi plázát, ahol hasonló foglalatosságokra lelhet a humánértelmiség azon másik csoportja is, amely eddig ódzkodott attól, hogy az előbbi komplexumra akár csak a szemét

emelje, nehogy ki kelljen vájnia azt. Hamarosan meg fognak jelenni a másik oldalon is a profi szakemberek és menedzserek, és ezzel el fog indulni egy olyasféle verseny, amelyet a két országos kereskedelmi tévécsatorna folytatott egymással az utóbbi időben. Ezen a harcon ugyanis még nem vagyunk túl. Hogy ez megoldás lesz-e a fentebb vázolt problémákra, hogy egyesül-e végül a megosztott irodalom, arra nehéz választ adni. Annyi bizonyos, hogy a piaci logikát valódi értékek érvényre juttatása érdekében bevetni önmagában nem bűn, de hogy ne is váljék azzá, tökéletesen tudni kell, hogyan is működik. És a kérdésbe csakis ezen a ponton vegyülnek etikai tényezők.