

MEDIALITÁS ÉS GYEREKIRODALOM



SZERKESZTETTE:
HERMANN ZOLTÁN
LOVÁSZ ANDREA
MÉSZÁROS MÁRTON
PATAKI VIKTOR
VINCZE FERENC

Károli Gáspár Református Egyetem • L'Harmattan Kiadó
Budapest, 2020

Felelős kiadó:

Gyenes Ádám, a L'Harmattan Kiadó igazgatója és Horváth Géza, a KRE BTK dékánja

Károli Gáspár Református Egyetem

1091 Budapest, Kálvin tér 9.

Telefon: 455-9060

Fax: 455-9062

© Károli Gáspár Református Egyetem, 2020

© L'Harmattan Kiadó, 2020

© Szerkesztők, 2020

pályázati

ISBN 978-963-414-337-6

ISSN 2062-9850

Kiadja a Károli Gáspár Református Egyetem és a L'Harmattan Kiadó.
A kiadó kötetei megrendelhetők, illetve kedvezménnyel megvásárolhatók:

L'Harmattan Könyvesbolt

1053 Budapest, Kossuth L. u. 14–16.

Tel.: +36-1-267-5979

harmattan@harmattan.hu

www.harmattan.hu • webshop.harmattan.hu

TARTALOM



Előszó	7
NAGY GABRIELLA ÁGNES: Az állatmese mint médium. Az állat humanizálásától az ember antropomorfizálódott állattá válásáig	9
VINCZE FERENC: Rögzítés és ismeretterjesztés: druidák és írнокok. A szóbeliség és írásbeliség reprezentációja az Asterixben.	47
KÉRCHY ANNA: Humor, horror, hiátus. A groteszk gyerekest mint szövegmotor Kócos Petitől Pacasrácig.	63
VOJNICS-ROGICS RÉKA: „No, Gyurica, kell-e még a szabadság?” A Pesti Napló gyermekrovatának funkciói (1893–1910)	77
HANSÁGI ÁGNES: Gyerekirodalom és gyermekolvasó a 19. századi magyar tömegmédiumokban.	107
SÁGHY MIKLÓS: Nyilas Misi a filmvásznon. Móricz Zsigmond <i>Légy jó mindhalálig</i> című regényének filmadaptációiról	119
HERMANN ZOLTÁN: A gyerekirodalom mint a politikai ideológiák médiuma. Buday Géza: A krasznabecsi háború / Bogáti Péter: Az ágasvári csata	153
KUCSERKA ZSÓFIA: Gyerekirodalom: mi az, és kié?	173
LOVÁSZ ANDREA: A gyerekirodalmi intézményrendszer medialitása	187

TARTALOM

MÉSZÁROS MÁRTON: A gyerekvers médiumai	199
PATAKI VIKTOR: A gyereklíra medialitásáról és olvashatóságáról. Oravecz Imre: <i>Máshogy mindenki más</i>	213
MÉSZÁROS MÁRTON: A slam poetry mint műfaj és/vagy médium	233
Bibliográfia.	247
Szerzők.	261

GYEREKIRODALOM ÉS GYERMEKOLVASÓ A 19. SZÁZADI MAGYAR TÖMEGMÉDIUMOKBAN¹



HANSÁGI ÁGNES

A magyar nyelvű nyomtatott tömegmédiумok története a *Pesti Napló* 1850-es elindulásával vette kezdetét. A lap európai összehasonlításban is korszerű szerkezete és az originális magyar tárcaregény gyors beilleszkedése a műfajok rendszerébe azonban nem a differenciált, olvasói igények szerint tagolódo sajtó-kínálatnak volt köszönhető, hanem éppenséggel annak, hogy a *Pesti Napló*, és azután 1863-tól *A Hon* sem rendelkezett igazán olcsó, a szélesebb olvasóközön-séget populáris tartalmakkal megszólító vetélytárssal. Az olcsó lapok hiányá-ból eredő piaci rés kitöltését először az 1879. január 1-jén induló, üzleti alapú, konzervatív *Pesti Hirlap* kísérelte meg. Felhasználóbarát, kisméretű, ún. berlini formátumban jelent meg, jóval alacsonyabb áron, mint a többi napilap, ráadásul lényegesen nagyobb terjedelemben. A nyugat-európaihoz hasonlóan tagolt sajtó-piac itthon csak a századfordulóra jött létre. A tagoltság ebben az esetben nem csak az árra, tehát a különféle fizetőképességű csoportokat megcélzó orgánумok differenciált kínálatára vonatkozik. A sajtópiac tulajdonképpen tagoltságát az jelenti, ha az egyes árkategóriákon belül a tartalomszolgáltatásban is kialakul valamilyen munkamegosztás.

Hogy az egyes laptípusok miként reagáltak a gyerekolvasó megjelenésére, meny-nyiben voltak ők maguk azok, akik a *gyerekolvasót* előállították, illetve miként és mennyiben vettek tudomást a közönség és a könyvpiac átalakulásának erről a sa-játos, generációs alapú differenciálódásáról, több tényező függvénye. A kifejezetten gyermekeket megcélzó heti- és havilapok története az 1840-es évekig nyúlik vissza: a kolozsvári *Magyar Gyermekbarát* 1843-as megindulása² az irodalmi divatlapok

¹ A tanulmány az OTKA K 132124 „Történetek az irodalom médiatörténetéből” kutatási projek-tum keretében készült.

² A magyar gyereklapok történetének korai szakaszáról lásd Kocsy Anikó: Forgó bácsi, Benedek apó meg a többiek. A gyermek- és ifjúsági lapokról röviden, *Könyv, könyvtár, könyvtáros*, 2002/3, 11–20. Szilágyi Sándor programjáról vö. Vojnics-Rogács Réka: A „Gyermekszoba” rejtelvei: A Pesti Napló gyermekirodalmi rovata (1893–1900), *Tempevölgy*, 2019/2, 79.

első nagy korszakára esik, és jól illeszkedik abba az irodalmi, művelődési programba, amelyet az irodalmi divatlapok hirdetnek meg a negyvenes években. Fáy András a *Magyar Életképek* első számához írt előszóban az irodalmi divatlap célközönségéről szólva nem egyszerűen a nőolvasókról beszél. Mindenekelőtt a *fiatal* olvasókat szeretné a lap megnyerni magának.

A' magyar életképek szép feladata: hazai életből vett olvasmányok által, nemzetiséget terjesztteni, 's a' fiatal gyöngye sziveket és kedélyeket, nemzetiség és erkölcs tiszta érzelmei által képezni.

[...]

Illy olvasmányokra, 's ezek mellett olyakra van nekünk nőnemünk képzésére szükségünk, mellyek könnyü de gondos hazai nyelven hazai életet fessenek, hont, annak embereit ismertessenek, hazai érzelmeket buzdítsanak [...]. De illy olvasmányoknak még más műveltebb literaturák sincsenek bőviben, mi pedig magyarok alig mutathatunk fel e' nemből valamit!³

Fáy programjának célja tehát nem csupán a nőolvasók megnyerése, ahogyan ezt általában számon szokás tartani. Mindenekelőtt a fiatal és a fiatal nőolvasóké, hiszen csak ennek nyomán válhat valósággá a „képzett szívü és kedélyü polgárnő”⁴ eszménye. A korszak legjelentősebb és legszínvonalasabb irodalmi divatlapjával összefüggésben azért lehet ez a látszólag apró kitétel roppant beszédes, mert rávilágít arra, hogy a célközönség meghatározásánál a nemi mellett már ekkor jelen van a generációs szempont is. És ennek nem csak az lehet a magyarázata, hogy az irodalmi program a negyvenes években nem függetleníthető a társadalmi felelősségvállás általános követelményétől.

A negyvenes évek legjobb novelláit, fikciós elbeszéléseit közreadó irodalmi divatlap tudatosan szólítja meg a fiatal és nőolvasókat, de világosan kell látnunk, hogy ebben az esetben nem egy új, még nem olvasó réteg megnyerésére tesz kísérletet Fáy. Éppen ellenkezőleg: az új lap azért szólítja meg ezt a közönségréteget, mert ők azok, akik olvasnak, tőlük remélheti, hogy figyelmük életben tartja majd a lapot. Az *Életképek* olvasószámainak alakulását tekintve nem számoltak rosszul. Az alapító laptulajdonos Frankenburg Adolf olyan piaci szegmensre épített, amelyet előzetesen jól mért fel. Ebből a történeti perspektívából az is világosan látszik, hogy azok a már gyakorlottan olvasni tudó és önállóan olvasó fiatalok, akiket ma az ifjúsági irodalom célközönségének tekintenek a kiadók, a 19. század negyvenes éveiben mindenesetre az irodalmi nyilvánosság részét

³ Fáy András: Előszó, *Magyar Életképek*, 1843/1, I, VI.

⁴ Uo., II.

képezték. Az ifjúsági irodalom mibenlétére irányuló kérdést innen is érdemes újragondolni, különösen azért, mert a gyakorlott, rendszeresen olvasó gimnazistáknál ez ma sincsen másképpen, ugyanabból az irodalmi korpuszból válogatnak, mint a fizető, kereső felnőttek.

Jürgen Habermas *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltásában* az olvasás, az újságok és a politika szerepének megváltozásával is összefüggésbe hozta azt a folyamatot, amelynek eredményeképpen a politikai és az irodalmi nyilvánosság összeolvadásával a modern társadalmakra jellemző kifejlett polgári nyilvánosság létrejött. A kifejlett polgári nyilvánosság Habermas szerint a publikummá, közönséggé egybegyűlt magánemberek fiktív identitásán alapul.⁵ A politikai és az irodalmi nyilvánosságot egyaránt magánemberek közössége alkotja: míg azonban az előbbi a tulajdonnal rendelkező férfiak jellemzően maskulin nyilvánossága, addig Habermas az irodalmi nyilvánosság részeseinek tekinti nemcsak a nőket, a munkabérből élőket, hanem a gyerekeket is. Habermas irodalmi nyilvánosságon nem a mindenkori avantgarde magasirodalom, a szépirodalom alkotói nyilvánosságát érti, és semmiképpen sem az irodalmi életet, amely az irodalmi intézményrendszer bizonyos szinterein a professzionális írók és olvasók, valamint a laikus „csak” olvasók találkozásainak a koordinációjával, szervezésével az irodalmipiac-dinamizmusaihoz tartozik. Amikor irodalmi nyilvánosságról beszél, amelynek a tulajdonnal nem rendelkezők, a nők és a gyermekkorúak is a részesei lehetnek, arra a belletrisztikára gondol, amely a szórakoztató olvasmányok, regények, a narratív fikció különféle változatai révén a szabadidő strukturálásával és az olvasás pszichotechnikáinak megnyitásával az olvasás évszázadában megteremtette az olvasás szenvedéllyé válásának feltételeit.

Az olvasás helyiértékét mindig az adott kulturális környezet határozza meg, vagyis mint kommunikatív cselekvés Aleida Assmann szerint különféle történeti variációkban létezik.⁶ A 18. századi Európában az olvasás és a könyvkereskedelem folyamatos növekedése egyúttal a kommercializálódásnak, az irodalmi-piaci szempontok előtérbe kerülésének is az időszaka. A könyvkereskedő egyre inkább beleszól a nyomdai-kiadói tevékenységbe. Az olvasás másfelől ekkor válik olyan individuális eseménnyé, olyan belső beszélgetéssé, amely az igazság megismerése mellett az önmegfigyelés és a belső szféra kidolgozásának a lehetőségét is

⁵ Jürgen Habermas: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltása*, ford. Endreffy Zoltán, Budapest, Gondolat, 1971, 114. (A német szövegben: Jürgen Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1995³, 120–121.)

⁶ Vö. Aleida Assmann: Die Domestikation des Lesens. Drei historische Beispiele, *LiLi: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 15., 1985, Heft 57/58 (*Lesen – historisch*), 95–110.

felkínálja.⁷ Ez pedig óhatatlanul vezetett el ahhoz, hogy a civil olvasás a fiatalabb generációk számára különösen attraktív, vonzó szabadidős tevékenységgé váljon. A felvilágosodás olvasásfüggőségről (Lesesucht) szóló vitái, azok az elképzelések, amelyek szerint az olvasás szenvedélybetegséggé válhat, vagyis addikcióhoz vezethet – annak ellenére, hogy az új nyomtatott médiumok a lakosság egészéhez képest még viszonylagosan szűk kört értek el –, annak a bizonyítékát jelentik, hogy már ekkoriban elindult a nyilvánosság átalakulása, az a struktúraváltás, amellyel a popularitás története is kezdetét veszi.⁸

A populáris nyilvánosság keletkezése és kiépülésének folyamata Rudolf Helmstetter szerint elválaszthatatlan, és ezért párhuzamosan zajlik a funkcionálisan differenciált rétegtársadalmak feloldódásával vagy struktúraváltásával, a nyilvánosság ekként létrejövő piacának dinamikáját pedig az ideológiai és kereskedelmi konkurenciaharcok összefonódása határozza meg.⁹ Helmstetter sokat idézett tézismondata, miszerint „csak az lehet populáris, ami nyilvános,”¹⁰ már előrevetíti azt is, hogy a popularitás a hordozó médium hatótávolságának függvényeként értelmezhető.¹¹ Helmstetter a printmédiumok, elsősorban a könyv 18. századi, illetve a napilapok 19. századi elterjedésétől számítja azt a folyamatot, amely végül a huszadik században az elektronikus médiumok elterjedésével jutott el a populáris kommunikáció radikális áttöréséig. Ebben a folyamatban a minőségi ugrást a 19. század vezető médiuma, a napilap jelenti, az első tömegmédium, amelynek működését már a populáris kommunikáció, a popularizáció irányítja, miközben a társadalom teljes lefedettségének vonatkozásában még messze nem éri el a huszadik század audiovizuális médiumait.

Populáris csak akkor jöhet létre, ha a *populációk* egészként – és egyúttal az individuumok mint egyesek – megszólíthatókká válhatnak, és azután permanensen címzettek is lesznek, vagy pontosabban és történetileg folytatva az érvelést: a populáris csak túl a törzsi, lokális, rendi és territoriális határokon létezhet, a társadalom egészét átfogó nyilvánosságok intézményesülésével és intézményesülése óta, amelyek a társadalom (és a lakosság) megszólíthatóságát és elérhetőségét maguk után vonják.¹²

⁷ Assmann írásának harmadik része tárgyalja a „civil olvasás” sajátosságait.

⁸ Rudolf Helmstetter: *Der Geschmack der Gesellschaft: Die Massenmedien als Apriori des Populären*, in Christian Huck – Carsten Zorn (Hg.): *Das Populäre der Gesellschaft: Systemtheorie und Populärkultur*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007, 45. skk.

⁹ Vö. uo.

¹⁰ Uo.

¹¹ Vö. uo., 50.

¹² Uo., 44. (Kiemelés tőlem – H. Á.)

A populáris kommunikáció legfontosabb sajátága, hogy tömegmédiákon keresztül mehet csak végbe, vagyis megszólítottja mindig az általános „Te”, a karakterizálhatatlan tömegként felfogott publikum.

A tömegmédiám különös, a korábbi nyomtatott médiumokkal, periodikákkal össze nem vethető hatása és tematizációs képessége éppen erre vezethető vissza: arra a populáris kommunikációra való törekvésre, amely a társadalom, a populáció egészét kívánja megszólítani. A 19. század nyomtatott tömegmédiámai ezt a célt három programsáv – a hír, a szórakoztatás és a reklám – összekapcsolásával érték el,¹³ a hirdetési bevételek tették lehetővé a lapok árának a csökkentését. Amíg a hírek – Habermas terminológiájához folyamodva – a korábbi politikai nyilvánosság, addig a szórakoztató programsáv, és ebben kitüntetetten a napi folytatásokban közölt tárcaregény, a korábbi irodalmi nyilvánosság köreit szólította meg. A nyomtatott tömegmédiám olvasója ez az általános „Te”, az a kzávi random olvasó, aki a véletlenszerű kiosztás elve alapján akkor is találkozik bizonyos tartalmakkal, ha ez előzetesen nem állt szándékában. Az irodalmi divatlapok, majd a későbbi évtizedek irodalmi heti- és havilapjai, akárcsak a heti vagy havi gyereklapok eredendően ebben különböznek a leginkább a tömegmédiámtól. A gyereklapok tartalmát, ahogyan az irodalmi lapokét is, az olvasó tudatosan, *tartalmi* alapon választja. Vagyis csak az lesz az olvasója, aki az adott tartalmat kifejezetten keresi, és ezért a tartalomért hajlandó is fizetni. Ebben a tekintetben a gyereklapok, akárcsak az irodalmi lapok, egyértelműen a könyvekre hasonlítanak. Azt is mondhatjuk, közelebb állnak a könyvekhez, mint a napilapokhoz, mert mind a könyvek, mind a gyereklapok esetében kizárt a szöveg és az olvasó véletlenszerű találkozása. A tömegmédiaként működő napilapok esetében éppen a véletlenszerű találkozások lehetősége teremti meg az olvasók számának radikális megnövekedését, hiszen az is olvasója lesz (például) egy elbeszélésnek, aki elsősorban hírolvasóként értelmezi önmagát. Ugyanerre vezethető vissza az is, hogy a tömegmédiában megjelenő gyerekirodalom, ellentétben a heti és havilapokkal, a lokális, „törzsi”, kisközösségi értékrendeken túl is képes alakítani, formálni a felnőtt, tehát döntéshozó társadalom gyerek- és gyerekirodalom-képzetit.

Amennyiben azt feltételezzük, hogy a belletrisztika közönsége magában foglalta a már jól olvasni tudó és olvasni vágyó kamaszokat is, akkor nyilvánvaló, hogy a napilapok tárcarovatának regény- és novellakínálatát nem képzelhetjük el olyan olvasmányanyagként, amelyen a tizennyolcas karika szerepelt. Vagyis abból kell kiindulnunk, hogy a tárcaregényeket az olvasni akaró és gyakorlottan

¹³ Niklas Luhmann: *A tömegmédiá valósága*, ford. Berényi Gábor, Budapest, Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet – Gondolat, 2008, 9.

olvasó kisgimnazisták és annál idősebb fiatalok is olvasták. Ez egyrészt azt jelenti, hogy a 19. század második felében, amikor a terjedő olvasási szenvedélyt a tárcarovatok egyre szélesebb olvasói kör számára teszik a napi sorozatokkal szinte valódi addikcióvá, sem az olvasmányok, sem a közönség nem generációs alapon tagolódik. Az ifjúsági kategória megjelenése és elterjedése a századfordulóhoz közeledve válik igazán látványossá, egyértelmű válaszreakcióként az olvasóközönség számbeli gyarapodására. Miközben a tárcarovatok regény- és novellakínálata, napi sorozatai az ifjúsági olvasmányokat hosszú ideig kiváltották, a 10-12 év alatti gyerekeknek a tömegmédiák semmifajta olvasnivalót nem kínáltak meglehetősen sokáig.

Az első magyar tömegmédiák, amelyik gyerekirodalmi rovatot indított, és ezzel megszólította a gyerekeket és a gyerekeket nevelő szülőket, a *Pesti Napló* volt. A rovat 1893-ban, vagyis a század utolsó évtizedében indult. A rovat indulásának körülményeiről, történetéről és tartalmáról Vojnics-Rogics Réka kutatásainak köszönhetően ma már átfogó ismeretekkel rendelkezünk.¹⁴ A *Pesti Napló* megszűnéséig a legjelentősebb magyar napilap, a nyomtatott tömegmédiák hegemoniájának korában, lényegében a rádiózás megindulásáig a legfontosabb magyar, magyar nyelvű véleményformáló tömegmédiák. A rovat jelentősége önmagában ennek a ténynek köszönhetően is beláthatatlan, hiszen ellentétben a speciális gyerekklapokkal, nem egy korlátozott, részleges nyilvánosságot ért el, hanem a populáris kommunikációnak köszönhetően (elviékben) a populáció egészét célozta meg. A gyerekrovat megjelenése a populáris kommunikációt megcélzó tömegmédiákban azt is jelzi, hogy a *gyerek*, vagyis a *nem felnőtt* populáció reprezentációja, megjelenítése, nevesítése a populáris kommunikáció programját teljesítette ki. Ez viszont annak az emancipációs folyamatnak egy fontos állomása, amelyben a *populáció* fogalma is átalakult: a *nem felnőtt*, a gyerekpopuláció a társadalom generációs, életkori alapon jól körülhatárolható csoportjaként tűnik fel, a gyerekkorú pedig olyan individuum, magánszemély, aki ezt a társadalmi csoportot alkotja, és akit ebbéli minőségében meg kell és meg lehet szólítani. Az is meggondolkodtató azonban, hogy a napilapok többsége nem követte a *Pesti Napló* példáját, vagyis a századfordulón és később sem vált általánossá a gyerekrovat a nyomtatott tömegmédiákban.

Az olcsóbb és ezért többeket elérő *Pesti Hirlap* például csupán a reklám programsávjában szorított helyet a gyerek- és az ekkoriban (1880 után) már elkülönülő ifjúsági irodalomnak. A *Pesti Napló* gyerekrovata is közöl olyan szövegeket, amelyek a már olvasni tudó gyerekkorúakat célozzák meg, bár kétségtelen, hogy

¹⁴ Vö. Vojnics-Rogics Réka: A „Gyermekszoba” rejtelmek.

nem a kamaszok jelentik a rovat elsődleges célközönségét.¹⁵ Az azonban, hogy a napilapok reklámjai között a kamaszoknak szóló ifjúsági kategória megjelenik, mindenképpen azt jelzi, hogy megváltozóban van az a korábbi társadalmi gyakorlat, amely az olvasni jól tudó és az olvasásra vágyó kamaszokat automatikusan a belletrisztika potenciális közönségéhez sorolta. A belletrisztikán belül a kamaszoknak szóló ifjúsági olvasmányok kikülönülése az olvasni tudás és az olvasás általános gyakorlattá válásával hozható összefüggésbe. Amíg a kamaszolvásó a generáció egészéhez viszonyítva minoritás, addig az olvasás családi vagy magánügy, legfeljebb is annak a kisközösségnek (iskola, egyházközség, lokális kisközösség, klán) az ügye, amelyhez a kamaszkorú és családja tartozik. Akkor azonban, amikor a még nem felnőttkorúak, még nem tulajdonosok generációinak már statisztikai szempontból látható hányada jelenik meg potenciális olvasóként a piacon, az olvasási gyakorlat olyan társadalmi kérdéssé válik, amelyet a társadalmi nyilvánosság, a nevelésben érintett állami és egyházi intézményrendszer egyaránt kontroll alá szeretne vonni. Az ifjúsági irodalom kikülönítése a belletrisztikából tehát nem egyszerűen az irodalmi piac reakciója – a századforduló környékén a korábbiakhoz képest lényegesen olcsóbb könyv megjelenésére. Az igaz, hogy az olcsó könyv teszi lehetővé a századfordulón az olvasás újabb, már a mai fogalmaink szerint is tömegesedését. De az ifjúsági korpusz elkülönítése inkább arra a szelekciós kényszerre és társadalmi kontrollra reagál, amely a generációs olvasás társadalmi kérdéssé válásának a következménye.

A nyomtatott tömegműediumok tárcarovatainak, a tárcaregényeknek kezdettől fogva fontos funkciója volt, hogy összekapcsolják a könyvek és a napilapok hálózatait. A tárcaregény, a napi tárcaközlés maga is reklám, hiszen a gyakran 100–200, vagy annál is több epizód egyúttal azt jelentette, hogy az újságolvasó akár egy teljes esztendőn keresztül mintegy együtt élt a regény imaginárius világának a szereplőivel. A könyvek eladhatóságát nagymértékben befolyásolta a tárcaközlés sikeressége. A tárcaregény a műfaji kommunikáció szabályrendje értelmében műfaj: az olvasó számára a lap által diktált, előírt olvasási tempó mellett az is fontos, hogy nem lehet a történetben tetszés szerint előre vagy hátra „szörfölni”, a befogadás linearitását nem hághatja át az olvasó, ahogyan az egyes epizódok közötti várakozási időt sem tudja lerövidíteni. A 19. század második felétől az első világháborúig minden regény, szinte kivétel nélkül, először tárcaregény, csak a sikeres tárcaközlés lezárulása után kerülhet be a könyvek irodalmi cirkulációjába. Miért lényeges mindez az ifjúsági irodalom elkülönülése szempontjából? Mindenekelőtt azért, mert a tárcaregénykorpusz heterogenitása arra is felhívja a figyelmünket, hogy a populáris kommunikáció körforgásába bekerült regények

¹⁵ Vö. uo.

popularitása nem a szövegek minőségének a függvénye. Az irodalmi szövegek sokféleképpen olvashatóak, a napi folytatásban, a populáris kommunikáció kezei között pedig másképpen olvasunk egy regényt, mintha könyvként olvasnánk ugyanazt a szöveget. A könyvben például lehetőségünk van arra is, hogy szőrföljünk a szövegben, felrúgva az olvasás előírászerű linearitását. A szövegek olvasása ráadásul mindig olyan egyedi kommunikációs összefüggésbe ágyazódik, amely az adott szöveg és az adott olvasó interakciójában keletkezik:

Bizonyosan nem a szöveg (vagy film vagy bármilyen más kulturális tartalom) sajátosságai azok, amelyek meghatározzák, populáris-e vagy a magas kultúra része, művészi vagy bármi más: egy és ugyanaz a szöveg (gondoljunk csak Dumas-ra, Simeonra, de akár Umberto Eco *A rózsza neve* című regényére és számtalan filmre) teljes joggal számíthat műalkotásnak és egyúttal szórakoztató objektumnak, tehát (lehetséges, hogy nagyon sikeres) populáris irodalomnak is.¹⁶

Az a jelenség, amelyre Elena Esposito rámutat, éppen Umberto Eco korszakos tanulmányának, *A rossz ízlés struktúrájának* (1964) egyik nagyon lényeges szemiotikai téziséhez vezet vissza, amely bár megerősíti Esposito állítását, de árnyalja is az irodalmi szövegek befogadásáról alkotott képet.

Eco a hatvanas évek szemiotikai közelítésében az egyértelműsége törekvő referenciális közlemények és a nyelvi komplexitást maximalizáló költői szövegek szembeállításából indult ki. A költői szövegek nyitottsága, kimeríthetlensége arra vezethető vissza, hogy míg a referenciális üzenet az egyértelműség biztosítására törekszik, addig a költői szöveg a kód szokványos szabályainak a megváltoztatásával éppen az egyértelmű dekódolhatóság lehetőségét ássa alá.¹⁷ Eco ugyanakkor azt is állítja, hogy a nagyfokú nyelvi komplexitással jellemezhető művészi szövegeket is sokféleképpen olvashatjuk. Egyfelől úgy, hogy elfogadjuk a kihívást, és annak a „rejtjelfejtőnek” a bőrébe bújunk, „akinek olyan üzenetet kell dekódolnia, amelynek nem ismeri a kódját, és ezért a kódot nem az üzenetet megelőző ismeretekből kell levonnia, hanem magának az üzenetnek a kontextusából.”¹⁸ Olvashatjuk azonban úgy is, hogy egy már ismert kóddal, ismert minták alapján, a nyelvjátékra nem, csak a történetre figyelve próbáljuk megérteni. A 19. századi tárcaregények, amelyek számoltak a populáris kommunikációból következő olvasói sokféleséggel, különösen is alkalmasak voltak arra, hogy na-

¹⁶ Elena Esposito: Popularität, in Roger Lüdeke (Hg.): *Kommunikation in Populären: Interdisziplinäre Perspektiven auf ein ganzheitliches Phänomen*, Bielefeld, Transcript, 2011, 15.

¹⁷ Umberto Eco: *A rossz ízlés struktúrája*, in uő.: *A nyitott mű*, Budapest, Gondolat, 1976, 232.

¹⁸ Uo.

gyon eltérő olvasói stratégiával is élményt jelentsen az elolvasásuk. Eco szerint minden olvasásaktus a részleges dekódolás példája, a „tökéletes” olvasás csak az irodalomtörténészek fejében létezik.¹⁹

Amíg tehát a 19. század második felében az ifjúsági irodalom nem különül ki a belletrisztika egészéből, a fiatal olvasók referenciális, alacsony nyelvi komplexitású és nagykomplexitású művészi szövegekkel egyaránt találkozhattak. Az olvasás folyamatában fantáziájuk, előképzettségük, figyelmük döntötte el, hogy populárisként vagy művészként, referenciálisan egyértelműként vagy művészi szöveggént, a maga nyitottságában olvassák ezeket a szövegeket. A részleges dekódolás azokat sem zárta ki a komplex szövegek olvasásából, akik a komplexitásra nem voltak fogékonyak, akik azonban nyitottak voltak a kontextus alapján a szöveg játékának az együttjátszására, amennyiben a szöveg erre felhívta őket, gyakorolhatták magukat az esztétikai szövegek olvasásában is.

Az ifjúsági irodalom elkülönítését az a felismerés motiválta, hogy a belletrisztika olvasása mnemonikai és nevelő funkciók betöltésére alkalmas, anélkül, hogy az olvasóban megszüntetné az olvasási vágyat. A *Pesti Hirlap* rendszeres ifjúsági irodalomként ajánlott könyvhirdetése két jellemző kategóriát képviselnek: klasszikus művek rövidített, egyszerűsített változatai (pl. *Don Quijote*, *Robinson Crusoe*), vagy olyan, korábban tárcaregényként is kipróbált olvasmányok, amelyeket ma jobbára a populáris irodalom kategóriájába sorolunk. A populáris, ahogyan erre már Eco is rávilágított, nemcsak az irodalmi szöveg felhasználásnak a módja lehet, de meghatározhatja a szöveg nyelvi minőségét. És itt értelemszerűen nem arról van szó, hogy ezek a szövegek rossz nyelvi minőséget képviselnének, hanem arról, hogy a referenciális üzenetekhez hasonlóan használják a nyelvet, vagyis szemben a művészi szövegekkel nem a nyelvi komplexitás maximalizására törelednek, hanem éppen ellenkezőleg. Christian Huck a fikciós elbeszélőszövegeknek azt a csoportját nevezi *populáris irodalomnak* (*popular fiction*), amely „originális és eredeti alkalmazása az írás médiumának, miközben nem szükségszerűen művészet.”²⁰ Huck hat olyan sajátosságot vesz számba, amely szerinte a populáris irodalmat megkülönbözteti az írás médiumának művészi felhasználásmódjától. Ezek áttekintését azért is gondolom ehelyütt fontosnak, mert szembeötlő az egybeesés azzal a leírással, amelyet Mészáros Márton adott a *young adult* irodalomról.²¹

¹⁹ Uo., 242.

²⁰ Vö. Christian Huck, Was ist Populärliteratur? Oder, doch eher, wann ist Populärliteratur?, in Roger Lüdeke (Hg.): *Kommunikation in Populären*, 44.

²¹ Vö. Mészáros Márton: Young adultként olvasni: A Holtverseny példája, in Hansági Ágnes – Hermann Zoltán – Mészáros Márton – Szekeres Nikoletta (szerk.): *Mesebeszéd: A gyerek- és ifjúsági irodalom kézikönyve*, Minerva Könyvek 8., Budapest, Fiala Írók Szövetsége, 2017, 287–303, különösen: 293. skk.

Melyek tehát a populáris irodalom legfontosabb jellemzői Huck szerint? 1) A történetsemák ismétlődése nem funkció nélküli: ez teszi lehetővé a gyors „tartalmi” aktualizációt, vagyis a napi politikai, szociális, kulturális és fogyasztói kontextusokra való reflexiót, amely az olvasó számára ismerős világ (ismert márkák, személyiségek, szórakozóhelyek stb.) történetbe íródásával a valóságillúziót megteremti. 2) A szövegek írásmódja legtöbbször „realista”. 3) Az esztétikai szövegekkel ellentétben ezekben az elbeszélésekben nem találunk példát a *fikció önfeltáró aktusára* (Iser), vagyis a valóságillúziót semmilyen nyelvi aktus nem leplezi le. Huck egyik legfontosabb tézise 4) az észlelés/értelmezés különbségére vonatkozik:

A művészi-irodalmi szöveg interpretáció (és ezáltal energiabefektetés) nélkül teljességgel hozzáférhetetlen marad, a világa az olvasó/nő nélkül nem létezhet, [...] újra és újra döntéseket követel az olvasótól. A populáris irodalom ellenben úgy különbözik a művésztől, mint – egy hasonló viszonylatot véve – a kép a szótól. A felvilágosodás óta a vizuálist és a verbálist leginkább diametriálisan állítják szembe: miközben az írás így tehát az intellektust szolgálja, a kép az érzéki észlelést szólítja meg. A populáris irodalom, így a tézisésem, az a formája az írásnak, amely ugyancsak az észlelést szólítja meg, különösen a látást.²²

5) A populáris irodalmat az olvasó maga választja magának. 6) Nagyon gyakran rendeződik olyan szeriális sorokba, amelyekben többszörös mediális transzpozíciók is szerepelnek, vagyis a könyv, a film és a számítógépes játék együtt alkotnak sorozatot. A *populáris irodalom* terminus technikusként a *nem nyelvi művészetként* érett fikciós próza emancipációját hangsúlyozza. Következésképpen az írott nyelviség önálló formájaként ragadja meg tárgyát, amely a totális mediatizáció, az elektronikus tömegmédiák hegemoniájának korszakában sajátos, a kultúra rendszerében nem az esztétikai/művészi irodalom „alatti”, hanem attól független formaként létezik. A 19. század belletrisztikáját áttekintve azt kell feltételeznünk, hogy a nyomtatott tömegmédiák megjelenésével a populáris kommunikáció lehetőségével már a 19. században létrejött a fikciós próza nem nyelvi művészetként értett formájának az emancipációja, eminens módon az ifjúsági regénykorszak elkülönülésével és felértékelődésével.

A *Handbuch zur Kinder- und Jugendliteratur* című, sokunk számára példaértékű sorozat ötödik kötete az 1850 és 1900 közötti időszakkal foglalkozik.²³ A hetedik fejezet dolgozza fel a periodikákat. Susanne Pellatz-Graf a gyereklapok

²² Huck: Was ist Populärliteratur?, 53.

²³ Otto Brunken – Bettina Hurrelmann – Maria Michels-Kohlhage – Gisela Wilkending (Hg.): *Handbuch zur Kinder- und Jugendliteratur: Von 1850 bis 1900*, Handbuch zur Kinder- und

áttekintése nyomán az alábbi megállapításokat teszi a gyerekirodalom német sajtóban betöltött szerepéről és sajátosságairól: 1) 1850 és 1900 között robbanásszerű növekedés tapasztalható a gyerekirodalom sajtópiacán, a századfordulóra már kb. kétszáz olyan németnyelvű lap jelent meg, amelyeknek a gyerekolvasó a célközönsége. 2) Ha áttekintjük ezeket a médiumokat, megállapítható, hogy experimentális, kísérletező médiumok a szerkesztés, a szerializáció, kép és szöveg viszonya, illetve a műfajok vonatkozásában. 3) Ebből is következik, hogy a hagyományos nevelési normákat és képzési tartalmakat formabontó megvalósulások hordozták. 4) A lapok és a könyvpiac között szoros a kapcsolat, elválaszthatatlan egymástól a két hálózat, erős a kölcsönhatás. Ez lényegében olyan kétszintű hálózat, amelyet Mészáros Márton írt le 2014-es könyvében, és amelyként a napilapok és a könyvek viszonya általában is leírható a 19. század második felében.²⁴ 5) A gyereklapok struktúráikat a standard lappiacról kölcsönzik, a legtöbb lapnak megvan a felnőtt változata, avagy fordítva: a legtöbb sikeres lap létrehozza az előfizetők gyermekei számára a maga junior verzióját, például az itthon is népszerű *Gartenlaube* mellett virágzik a *Kinder Gartenlaube*/*Kinderlaube*. 6) A gyermeklapok szerzői szinte kivétel nélkül a napilapok tárcaregényírói.²⁵ 7) A gyereklapokban a rövidprózai formák kerülnek előtérbe.

1850 és 1900 között azonban nem csak a gyerekeknek szóló lapok száma növekszik robbanásszerűen. Míg a 19. század közepén a gyereklapok célközönségét a 12 évnél idősebb, magyarán kiskamasz, képzett városi polgárok,

Jugendliteratur 5., Stuttgart, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel Verlag GmbH, 2008. Dr. Theodor Brüggemann (elhunyt 2006-ban) volt az ötletgazda, az első kötetet Hans-Heino Ewersszel adták ki a felvilágosodásról.

²⁴ Vö. Mészáros Márton: *Reformáció, közvetítés, nyilvánosság*, Budapest, FISZ–Ráció, 2014, 54. skk; Hansági Ágnes: A magyar Bouvard és Pecuchet – Egy ember, aki mindent tud?, in Hansági Ágnes – Hermann Zoltán (szerk.): „...író leszek, semmi más...”: *Irodalmi élet, irodalmiság és öntükröző eljárások a Jókai-szövegekben: Tanulmányok*, Tempevölgy könyvek 19., Balatonfüred, Balatonfüred Városért Közalapítvány, 2015, 214.

²⁵ A *Pesti Napló* szerzői közül a Jókaiival is interjúzó Tábori Róbert a legjobb példa erre. A *Pesti Hirlap* szerzőgárdájából Kürthy Emil (1848–1920) pályafutása is azt bizonyítja, hogy ebben a tekintetben nincs különbség a magyar és a német tendenciákban. Kürthy Mark Twain *Tom Sawyer kalandjainak* fordítója, Magyar Elek Ínyesmester apósa, a Magyar Ifjúság és a Kis világ szerkesztője. A *Pesti Hirlap*ban Kóbor lovag álnéven közölt olyan rövidprózai, fikciós elbeszéléseket, amelyek jól példázzák, hogy a tömegmédiumokban megjelenő gyerek- és ifjúsági irodalom miként próbált, igazi populáris irodalomként, egyszerre, egyidejűleg többféle közönséghez is beszélni. 1879. december 6-án jelent meg *Mikulás* című elbeszélése, amely melodramatikus hangütésével és nyelvi esendőségével ma már bizonyosan nem volna gyerekirodalomnak tekinthető: „A kis fiú rongyos ruházatában dideregve ült ott, megkékült kezeit dörzsölgetés által igyekezett felmelegíteni és nyomoru állapotával nagyon is ellentétesen fogai között vig nótát dudolgatott... talán ezzel is a hideget remélte elűzhetni. – Hát te miért nem mégy haza? Kérdém a kis didergőt – hiszen már úgy sem adhatod el holmidat!”

a „Bildungsbürgerek”, illetve a nemesség gyermekei képezik, a lapok főként morális, nevelő célzatú, ismeretterjesztő, és kisebb részben szórakoztató tartalmakat közvetítenek, nemi differencia nélkül, addig a századforduló gyereklapjait lapozgatva teljesen más képet találunk. A legfontosabb változás, hogy a kamaszok mellett a már olvasni tudó, hatévesnél idősebb gyermekek is a célközönség részévé válnak. A nagypolgári és értelmiségi családok mellett a lapok egy része a kispolgári, sőt, a munkáscsaládokat veszi célba. A munkásság gyermekeit főként a protestáns lapok igyekeztek megszólítani. A tartalmi hierarchia is megfordul, azt is mondhatnánk, az ellenkezőjébe vált. A századfordulón domináns a szórakoztató tartalom, másodsorban az ismeretterjesztő cikkek következnek, és csak ez után következik fontossági sorrendben a morális-nevelési funkció. A századfordulóra a gyereklapok piacán a nemi differencia fontos tényezővé válik: a fiúknak és a lányoknak szóló olvasmányok élesen, világosan elkülönülnek egymástól.

A jóval tagoltabb német sajtópiacon a fizetőképes kereslet a 19. század második felében megteremtette annak a feltételeit, hogy az egyes árkategóriákon belül is differenciálódjon a tartalomszolgáltatás. A Pellatz-Graf által felvázolt tendenciák azonban nem térnek el lényegesen azoktól, amelyeket a magyar irodalmi sajtópiacon megfigyelhetünk akkor, ha a gyerekeknek, illetve a kamaszoknak szánt olvasmányokat vesszük számba. A populáris kommunikáció hatása, illetve a populáris nyilvánosság szerkezete, valamint az olvasás tömegesedése együttesen alakította ki azokat a keretfeltételeket, amelyek a gyerek és ifjúsági irodalom elkülönülésének módozatait megszabták.