

# Önértelmezés, imázs, hitelesség

KEREKASZTAL-BESZÉLGETÉS A DEBRECENI IRODALMI NAPOKON

A 2015 őszi Debreceni Irodalmi Napokon elhangzott, s e számban közzétett referátumukhoz kapcsolódóan a szervezők kerekasztal-beszélgetést tartottak az *Ars poeticák és írói imázsok* témakörében. A résztvevők: Grecsó Krisztián, író, zenész és dalszerző; Keszeg Anna, stíluskommunikáció- és divat-kutató, a Debreceni Egyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének adjunktusa; Molnár Gábor Tamás, irodalomtörténész, az ELTE Összehasonlító Irodalomtudományi Tanszékének adjunktusa; Nyáry Krisztián, a Magvető Kiadó igazgatója; valamint Péczely Dóra, a Tilos az Á Könyvek főszerkesztője. A beszélgetést Szirák Péter moderálta.

*Szirák Péter:* Péczely Dóra egy interjújában úgy fogalmazott, hogy Dávid Ádámmal – aki a kiadó egyik szerzője és aki rendszeresen tart órákat például a *Millennium Expressz* és *A Virág utcai focibajnokság* című kötetei bemutatásaképpen – többször előfordult, hogy szülők jöttek oda hozzá, és köszönetet mondtak azért, hogy a gyerekek 9 vagy 12 éves korában már *élő* író láthatott. A köztudatban ugyanis az író rendszerint *egy már halott ember*. Az iskolában szokás szerint a szerző egy olyan entitás, akivel nem lehet találkozni, aki a múltban élt, ehhez képest különleges alkalom és nagy élmény az írókkal, költőkkel való személyes találkozás, annak a megtapasztalása, hogy ők is hús-vér emberek, akiket lehet látni, akik válaszolnak a kérdésekre, akik dedikálnak, akikkel el lehet beszélgetni. Ez az irodalom hírverése szempontjából nagyon fontos elem. Ezzel a gondolattal szeretném kezdeni: miért és hogyan kell törődnünk a szerzőkkel ilyen értelemben?

*Péczely Dóra:* Nekem abból a szempontból speciális helyzetem van, hogy éppen a 12–16 év közöttieknek csinállok könyveket, kínálok irodalmat. Ez egy próba volt Dávid Ádámmal: hogyan működhet egy szerző, ha szembe kerül az egyébként elég kritikus közönséggel. Az első könyve gyerekeknek, mégpedig kisebb gyerekeknek szólt. Amikor elkezdtünk együtt dolgozni, nem egyszerű műfajt választott, hanem olyat, melyben a szereplők a századfordulón élnek, és valós figurák is, például Ady Bandi. Maga a történet egy árvaházban játszódik, középpontjában a *Millennium Expressz*-szel, ami odamegy, ahova akar, ennyiben válik mesévé a történet. Ádámmal azt találtuk ki, hogy gondoljon ki egy komplett órát. Sejtettük, hogy az talán nem fog működni, hogy a gyerekek kérdeznak, pedig először olyan iskolában voltunk, ahol a többség már olvasta ezt a könyvet. Az itt szereplő előadókhoz hasonlóan remek képvetítésekkel gazdagította ő is az órát, zenét vitt be, és úgy beszélt a szereplőiről Budapest századfordulós rajzait, fotóit mutogatva, hogy rögtön megjelenjen az a valóság, ami a regény mögött van. Erre a gyerekek azonnal vevők voltak, hiszen a mese világából könnyen át tudtak lépni a századfordulós Budapest világába. Sokkal érdekesebb az, hogy aztán Ádám „önjáróvá vált”: tőlünk teljesen függetlenül egy iskolában tartott egy 3–4 napos, az érzelmek témáját körüljáró foglalkozást. Ott már nem egy bizonyos könyvnek az írójaként jelent

meg, hanem olyan szerzőként, aki képes a gyerekekkel kommunikálni. Szükséges volt ehhez az, hogy tudjon németül, lévén ez egy két tannyelvű iskola volt, s az igazgatónő támogatásával Ádám projektje a következő fázisban már be tudott szállni egy hosszabb programsorozatba. Jól látszik tehát, milyen lényegesek a szerzőnek azok az *írásától független kompetenciái*, melyeket a kiadó előzetesen nem is feltétlenül mérleget (ilyen például Ádám esetében a nyelvtudás), és ezek végeredményben a szerzői imázsépítés során fontos szerepet tudnak játszani.

*Szirák Péter:* Mielőtt kapcsolódnátok ehhez a kérdéshez, előbb Grecsó Krisztiánt szeretném megszólítani, akinek a honlapján vannak videók is, és az egyiknek az a címe, hogy „Mire jó a mai kortárs magyar irodalom?”. Ebben meséled el az első nagy irodalmi élményedet, egy sorsfordítónak nevezhető író-olvasó találkozót az egykori alma materedben, a csongrádi gimnáziumodban. A Kányádi Sándorral való találkozás 1991-ben igen nagy hatással volt rád. Olyan emberként, olyan szerzőként kérdezlek, aki maga is eljár iskolákba, és beszélget a tinédzserekkel.

*Grecsó Krisztián:* Nem voltam még soha a Kárpát-medencében olyan iskolában, művelődési házban, folyosószegetben, ahol Kányádi Sándor még ne járt volna: már 50 éve megy és dolgozik, viszi az irodalom jó hírét. Nekem ez azért volt meglepő, mert én '90-ben kijutottam Erdélybe, ami hatalmas dolog volt az akkor kintarülő, szabaddá váló világban. Ott töltöttem állítólag öt napot. 14 éves voltam, folyamatosan pálinkát kellett inni, ezért nem nagyon tudom, hogy ez meddig tartott és hogyan. Egy fura, ködös emlék az egész: én is egy családhoz kerültem, a falon volt egy nagyon kicsi kis könyvespolc, és azon volt két könyv, az egyik Kányádié volt. Ám a könyvből nem derült ki, hogy a szerzője él-e, s az evidencia az, ugye, hogy *a szerző nem él*. Amikor megláttam, hogy Csongrádon író-olvasó találkozó lesz Kányádi Sándorral, akkor nem tudtam elképzelni, hogy az hogy lehet, hogy kerül oda. Amúgy ő egy hihetetlenül *szuggesztív*, anekdotákra építő, rendkívül szabad, kiváló képességeit jól használó előadó, aki valahogy úgy tudja élvezni a saját történeteit, hogy az nem tolakodó. Nem az a fajta, aki úgy nevet a saját poénjain, hogy azt nem bírod elviselni, viszont nagyon sokat lehet tőle tanulni arról, hogyan lehet mesélni a világ legunalmasabb foglalkozásáról. Mert azt elbeszélni, hogy hogyan írsz, az a tökéletes öngyilkosság – ugyan ki a fenét érdekel? Dramaturgiai-szerkezeti felépítés, ezek mind érdektelen dolgok, irodalomgyilkos az, aki író-olvasó találkozóra visz ilyesmit.

*Szirák Péter:* És mi a helyzet például a zenével, ami népszerűsíti az író, költő egy másik művészeti ágban?

*Grecsó Krisztián:* Ez is alkotófüggő. Nem hiszem, hogy például Bodor Ádámnak feltétlenül gitárt kell ragadnia. Nem kell. Teljesen megértem, mikor Ádám azt mondja, hogy a siker a sportolóknak való. Az egy egészen más nézőpont, az ő habitusához, az ő szigorához és humorához teljesen illik. Amúgy pedig alapvetően azt gondolom, hogy nincsenek ebben tudatos lépések, inkább adott alkalmak vannak, feladott labdák, megnyíló lehetőségek, és azon belül indulnak el valamire ezek a

projektek. És ebben vagy részt veszel vagy nem, vagy beleteszel energiát vagy nem. A zene ebben az értelemben azt a tágabb struktúrát szolgálja, hogy *színházi* közegbe lehessen helyezni az irodalmat. Az én személyes utamon ez éppenséggel véletlenül alakult így: felhívtak, hogy van-e kedvem ebben részt venni, s az volt az érdekes, hogy amikor felhívott a projektgazda, Valuska László, akkor éppen fél éve nem volt már hangszerem, s valamiért mintha megtagadtam volna az ifjúságot, merthogy az irodalom az életem lett, a zene meg nem, a zene megmaradt annak a lángolásnak, ami az ifjúságot jelentette. Abban a pillanatban bementem, vettem egy hangszerem, és elkezdtem ezzel komolyabban foglalkozni, elkezdtem gyakorolni, újra visszatérni hozzá. De továbbra is azt gondolom, hogy az énekelt vers hagyományához csatlakozni nem egy kellemetlen dolog: lehetne eleve irodalomtörténeti kontextusba helyezni, jó, ne kezdjünk el Balassizni, de ha azt mondom, hogy Weöres Sándornak, Nagy Lászlónak nem derogált, hogy zenéjükkel együtt szerepeljenek műsorokban, akkor nem hiszem, hogy leesik az aranygyűrű az ujjunkról, hogyha egy énekelt verses projektben részt kell venni. Vissza is kérdezhetnék, hogy mitől is lenne az kellemetlen, vagy mitől kerül rossz játéktérbe a vers, miért kerülne megalázó pozícióba? Sőt a másik oldalról kérdeznék vissza: ez mitől marketing? Ez nem a vers marketingje, ez a versnek egy *létezési tere*. Nem attól szeretnék népszerűvé lenni, hogy gitár van a nyakamban, és énekelek a verseimet. Nem, a verseimnek nem ez az egyetlen megjelenési formája. Viszont ha innen hazafelé menet odafordulnék mondjuk Nyáryhoz, hogy „Krisztián, újra írok verseket, adjuk ki a kötetet!”, akkor biztos, hogy hirtelen leszaladna az autópályáról... A verseskötet ugyanis, bizony, *nem létezik*. Ahogy elhangzott Molnár Gábor Tamás előadásában: a piac orientál, új terek vannak. Elkalandoztam, bocsánat!

*Péczely Dóra:* Németországban voltam egy költészeti fesztiválon, s beszélgettem az egyik magyar szervezővel, és ő azt mondta, hogy szenved attól, ha hazajön Magyarországra, és elmegy egy beszélgetésre, könyvbemutatóra vagy felolvasóestre, mert hiába nem érdekli jobban semmi más a világon, halálosan unatkozik. Németországban a költők, írók nagy része abból él, hogy turnézik. 10–12 euró a belépő, s mégis telt ház van. Ahhoz viszont, hogy valóban létrejöjjön ez a találkozás a szerzőkkel, ahhoz a szerzők *személyiségével* tisztában kell lennie a szervezőnek. Például jól tud-e a szerző felolvasni? Bizonyos szempontból nem feltétlenül dolga neki, de akkor hívjunk egy olyan embert, aki jól tudja felolvasni a prózát vagy verset, mert attól lesz jó este az este, hogy az, aki odamegy, befizet és figyel, az élvezi a műalkotásokat! Hogy ezt elérjük, lehet beszélgetni a szerzővel, de adott esetben lehet gitárt is adni a kezébe. De azt nem lehet csinálni, hogy például állandó sémára járó estek érnek egymásba Budapesten: ami ott megy, ily módon tarthatatlan. Mikor elkezdünk egy leendő szerzőnkkel beszélni, hogy tetszik a munkája, és kiadható, s ahogy beadta a kéziratot, onnantól kezdve azon gondolkodom, hogy tud-e gitározni, elkezdem feltérképezni a személyiségét, az élete rám tartozó részét.

S hogy Grecsó Krisztián megjegyzésére is reagáljak: a verseskötetek fogadtatása is változóban van. Csak Simon Márton nevét kell említenem, akinek két kötet van, s tízezer példányban fogy, és jól fogyott már azelőtt is, hogy slammelni kezdett. Persze a slamnek különleges a hatása a közönségre. Van olyan, hogy egy

szöveget többször elmondanak, főleg versenyeken, és főleg azokat, amelyek kisebb fellépéseken nagy sikert arattak, és van olyan, hogy régi szöveget hoznak, de olyat, ami témába vág.

*Molnár Gábor Tamás:* És akkor a közönség is beszáll?

*Péczely Dóra:* Olyat még nem láttam, de az biztos, hogy újraértelmeződik a régi szöveg, amikor egy kicsit „elmozdítja” vagy berakja egy tematikus háttérbe. De az előfordul, hogy ezzel elbukik: ilyet is láttam, például országos elődöntőn kiesni nagyon ismert slammert.

*Nyáry Krisztián:* Grecsó Krisztián könyveinek azt az elemét, hogy rá van írva: Grecsó Krisztián, tehát a szerzői funkciót, illetve azt, hogy létezik Grecsó Krisztián általam ismert természetes személy, nyilvánvalóan el lehet különböztetni egymástól, de mit csinálunk egy olyan Grecsó Krisztiánnal, aki elmegy találkozni a közönségével, és gitárral előad verseket. Szerintem nem feltétlenül érdemes ilyen határokat húzni, mert ezek különböző megnyilvánulások. Nyilvánvalóan meg lehet különböztetni ettől a természetes személyt, mert az nem találkozik a közönségével: onnantól kezdve, hogy itt ül, beszél vagy gitározik, ő nem az, aki otthon főz. És ez még mindig nem feltétlenül marketing, abban neked, Krisztián, teljesen igazad van. *Marketingg*é akkor válik, és akkor sem pusztán csak marketing, hogyha van egy termék, amit a szerző el akar adni, és akkor belép egy piaci térbe, és sokkal többször megy el találkozókra, vagy nagyobb „road show”-kra, amikor van új könyve, mint amikor éppen nincsen. És engedjenek meg egy zárójelet! Arról, amiről az előbb is hallottunk: hogy néz ki általában egy író-olvasó találkozó? Tényleg ugyanarra a kaptafára és ugyanazokra az emberekre épül, az adott szerző barátai, családtagjai hallgatják végig. Ez azért van, mert nagyon sokáig nem tudtunk mit kezdeni azzal a helyzettel, hogy volt egy kitüntetett 20-25 év a magyar irodalom történetében, amikor nagy számban jelentek meg a verseskötetek és általában a magas irodalom, és szokás ahhoz viszonyítani mindent és onnan nézve hanyatlástörténetként látni a mostani irodalomfogyasztást. Miközben ez egy egyszerű dolog volt: adott irodalom- és kultúrpolitikai eszközök miatt volt olyan a '70-es, '80-as években, hogy százezres példányban elfogyott egy verseskötet. De sem előtte, sem azóta nem volt ilyen, és tartok tőle, hogy nem is lesz, és ez nem feltétlenül baj.

Az írói *önreprezentáció* néha marketingként, néha pedig valami másként volt előtte is: Petőfi Sándor nem azért vált annyira népszerűvé, mert a *Pesti Divatlapot* olvasta, hanem azért, mert eljött Debrecenbe, felment a színpadra, és amikor a cenzúra letiltotta a színpadról, akkor még egyszer visszajött, és még egyszer felment, mert tudta, hogy neki találkoznia kell a közönségével. Most egy kicsit olyan helyzetben vagyunk – és nem véletlenül először Németországban jelentkezett mindez –, mint amiben volt a zeneipar 15 évvel ezelőtt, hogy egyszer csak elkezdtek a kereskedelmi adatok romlani, estek a CD- és lemezeladások, ám senki sem gondolta, hogy egyszermind ez azt is fogja okozni, hogy az a kultúra feléled, amiről azt gondoltuk, hogy a '70-es években vége van. És valami ilyesmi van az irodalomban, hogy valóban esnek a példányszámok, mert másképpen is fogyasztunk

szépirodalmat, például ingyenesen az online világban, ugyanakkor a közönség igénye nem csökkent annyival, mint amennyi a kereskedelmi adatokból látszik, hanem egész egyszerűen *másként* fogyasztunk.

A *közvetlen találkozásra* ismét megnőtt az igény a közönség és az írók részéről is. És nem azért, mert nincs verseskötet. Az mindig is egy csúcstermék volt, és ugyanúgy kétezer és ezer példányban fogyott el Vörösmarty, mint Petőfi, József Attila vagy a korai Pilinszky idejében. (A kivétel talán a kései Pilinszky.) Ami változott viszont, az az, hogy a könyveken kívül megszűntek azok a csatornák, amelyeken egyébként még szépirodalmat lehet fogyasztani, mert nincs már versmel-léklet a megyei napilapban sem, 20 évvel ezelőtt még volt, de már nincs itt sem, meg egy csomó minden eltűnt. De van helyette számos más dolog, és megjelentek azok a *professzionálisan megszerkesztett estek*, ahová jár Krisztián is különböző formációkban, meg amilyen a Rájátszás. Ha utóbbit (azok kedvéért, akik nem ismerik: kortárs költők és zenészek együtt lépnek a színpadra, verseket mondanak és énekelnek a közönségnek) jól megfigyeljük, akkor nagyon érdekes dolgokat látunk. Fiatalok állnak sorba, és pénzt adnak azért, hogy kortárs versekkel találkozzanak. Tehát nem igaz az, hogy nincsen érdeklődés, csak nem evidens adottság, hogy eljut hozzájuk a verseskötet, de hogy igény van rá, pénzt is adnak érte, az igaz, és erre valamilyen módon reagálni kell. Nyilvánvalóan egy könyvkiadó nem tud másként, minthogy kiad olyan könyvet, ami ennek a közönségnek szól. De ez részben az irodalom reprezentációjának a kérdése, részben pedig marketingkérdés: ott valóban összegeket és befektetéseket mérünk, aztán meg küzdünk.

*Szirák Péter*: Grecsó Krisztián fejtegette, hogy vannak bizonyos lehetőségek, ezeknek megvan a maguk logikája, s döntés kérdése, hogy olyan tevékenységekbe foghat az ember, amelyekkel közvetíti a kultúrát, s ezáltal saját magát is népszerűsíti. Elágazik ez a kérdés például abba az irányba, hogy ha te szerzőként, irodalmi és kulturális szereplőként ezt mondod, mit mond akkor a kiadó, mennyire terelgeti a szerzőit? Ha nincs is előzetes stratégia, de van elgondolás, hogyan lehet promotálni valakit a piacon, hogyan lehet *eladható kulturális termék*ké formálni? – ez lenne az egyik kérdésem. Keszeg Annától is kérdezném, hogy a külföldi példák mit bizonyítanak: a különböző médiumokban, kulturális területeken egyszerre jelen lévő szerzők tartósan megmaradnak a piacon, vagy van hullámmászás és visszaesés? S az *ars poeticához* is kössünk valamilyen módon: ti hogy látjátok, ha valaki a saját alkotófolyamatát elkezdi reflektálni és beszél róla (Molnár Gábor Tamás előadásában elsősorban költőkről volt szó, de jól tudjuk, hogy Esterházy, Nádas és mások nagyon sokszor beszélnek ezekről a dolgokról, például a televízióban stb.), akkor ehhez vajon hogyan viszonyul a közönség? Vannak-e erre nézvést tapasztalataink?

*Keszeg Anna*: Visszakapcsolnék még az előző kérdéshez. Én a '80-as, '90-es években voltam fiatal erdélyi gyerek, és nekem furcsa, hogy a költő általában *halott*, mert ekkoriban lépten-nyomon költőbe botlottunk. A magyar szakon Kányádi Sándor fia (Kányádi András – a szerk.) világirodalmat tanított, a költők gyerekei, családjaik ott voltak körülöttünk. Az *Előretölt Helyőrség* akkor indult, gimnazista ko-

romban az esteken folyamatosan be lehetett rúgni az egyik legismertebb erdélyi showmannel, Orbán János Dénessel. Ő nagyon jó példája annak, hogy a helyi közélet éveken keresztül ugyanúgy foglalkozott vele, nem hunyt ki az iránta való érdeklődés.

Az általam átnézett példákon keresztül az imázsépítésről az állapítható meg, hogy ezek hosszútávon folytonosságot mutató történetek: több önvallomást is lehetne említeni arra vonatkozóan, hogy az első könyv jelentette teherrel sokáig nehéz együtt élni, és a szerző minden későbbi írása ezzel együtt lesz értelmezhető. Talán tényleg így működik: viszi egész életén keresztül magával a recepciók beidegződéseket, nehéz ezekből kikerülni.

*Molnár Gábor Tamás:* Hogy az *ars poeticára* vonatkozó kérdésre is válaszoljak: a kreatív írás mostanában elég népszerű business, egyetemek és magániskolák is nagyon sok kurzust indítanak. Elképzelhető, hogy azok a fiatalok, akik maguk is az íráson keresztül kapcsolódnak az irodalomhoz, ők jobban veszik ezt a fajta szakmai műhelybeszélgetést. Vagyis azok, akik maguk is *szeretnének írók* lenni, isszák Esterházy minden szavát: hogy csinálja, mint csinálja; hogy kel fel minden reggel és ül le az íróasztalhoz stb. A piac szempontjából lehet tehát itt valami kapcsolat az *ars poetica*, a népszerűség és az eladhatóság között.

*Nyáry Krisztián:* Egy kiadó és egy szerző is akkor csinálja jól, hogyha a reprezentációs formák, amiket igénybe vesz, önazonosak. Ez nem jelenti azt, hogy nagyon hasonlítson ahhoz a szerzőhöz, akit megismer a közönség, vagy hogy magánemberként ilyen legyen vagy olyan. Például Michel Houellebecq elég önazonos a regényeihez képest azzal a szereppel, amit visz a francia, illetve a nemzetközi közéletben. Egyébként viszont, ahogy mondják, egy *cuki* ember, lehet vele beszélgetni, vagyis nem éppen olyan, amilyennek látszik egy interjúban. Ezzel is nagyon sikeresnek lehet lenni, vagyis hogy valaki egy embergyűlölő, odamondogató, visszszakérdező vaddisznó. Ez egy létező költői/írói szerep, az a fontos, hogy *bitelesnek* kell benne lennie. Hiába mondanám Krisztiánnak, hogy figyelj, kiszámoltam, jobban járnánk, ha így vagy úgy viselkedne, egyszerűen nem állna neki jól, meg nem is tudná csinálni. Vannak szerzők, akiknek nem tanácsolnám, hogy menjenek író-olvasó találkozóra, mert nem mozognak jól egy élő térben, de virtuális térben jól tudják magukat reprezentálni. Igazából ez egy feladat, és ennek is megvan Magyarországon a hagyománya, csak ez a gyakorlat elfelejtődött, mert enélkül is elfogytak a könyvek abban a bizonyos 20–25 évben. Az akkor szocializálódott írók egy része most is idegenül tekint erre, valamiféle gyanús piaci marketing dolognak tartja, miközben ez egy evidens szokásrendszer. Tényleg Petőfitől kezdve vagy még korábban lett része a magyar irodalomnak a közönséggel való találkozás.

S még egy gondolat az énekelt versről. Ez tényleg nem marketing, hanem a versnek egy megjelenési formája. Itt is van egy változás. Ha belegondolunk, a legfiatalabb korosztály, vagyis az óvodások és kisiskolások a legjobb szerzőkkel találkoznak énekelt formában – Weöres Sándortól Varró Daniig. Tényleg a legjobbakat kapják, s aztán egyszer csak 10 éves korunkban történik velünk valami, amikor elhítteti velünk az intézményrendszer, elsősorban az oktatás, hogy az énekelt vers

az olyan másodrendű, kicsit kínos dolog, az igazi irodalmi vers papírra van kinyomtatva. Onnantól kezdve ez a hagyomány megszakad, amiért nagyon kár, mert egy kapocs lehetne a szépirodalom felé. A problémát nem a könyvfogyás csökkenésében látom, hanem hogy nagyjából 12 és 18 éves kor között eldőlt, hogy fogyasztói leszünk-e az irodalomnak vagy ez egy tantárgy marad csak a többi közül. Az intézményrendszernek nagyon sok felelőssége van abban, hogy ezt segíti-e vagy nem, és ha nagyon arisztokratikussá emeli ebben a kevésbé fogékony korszakban a szépirodalmat meg a szerzőket, akkor eltávolítja ettől a generációtól, és lényegében örökre elveszítik az irodalmat, s hogy ebbe most mi a kár, abba ne menjünk bele, de elég nagy kár. Közben pedig nagyon sok egyszerű eszközzel lehetne ezen segíteni, például kortárs költői *szövegekkel találkozni*, s nem feltétlenül negyedik gimnázium utolsó félévében, hanem már a legelején is, valamint – és leginkább itt kapcsolódhatok a mostani témához – kortárs *szerzőkkel találkozni*, mert ahogy Krisztiánnak az író-olvasó találkozó meghatározó élmény volt kamaszkorában, pont úgy találkoztam én Weöres Sándorral, és ez örökre beépült a személyiségembe. Ezek a találkozások fontosak, és persze része ez a marketingnek, de nem feltétlenül a piaci marketingnek: a marketing az igény felkeltése valami iránt, és ezt az irodalmon belül is lehetne értelmezni.

*Péczely Dóra:* Krisztiántól már egy félmondatban elhangzott, ami egyébként nem nagyon hangsúlyozódik, hogy az imázsépítés mind a szerző, mind a kiadó részéről hatalmas *munka*. Itt főleg a szerzőre koncentrálnék, mert ha valaki kiteszi a saját életének egy részét, nyilvánosságra hozza önmagát több módon, jobb esetben egy nagyon átgondolt, állandó vagy akár folyton módosuló arculatként, az rengeteg idő és sok-sok döntéshelyzet, hogy az illető például balett-tel lép fel vagy gitárral, mint Grecsó Krisztián. Mindez állandó készenlétet, a világra való állandó reflektálást igényel: mi az, amit elbírok, mi az, ami jól áll nekem, és mennyi időt jelent ez, hogy még írni is tudjak. A Bartis–Kemény-dialóguskönyvet (*Amiről lehet* – a szerk.) úgy reklámoztuk annak idején, hogy Kemény István megmondta, hogy kell verset írni. És úgy kell verset írni, hogy reggel fel kell kelni az ágyból, és le kell ülni az asztalhoz, ez a válasz egyébként. Egy kicsit csaltunk, de jól csináltuk. Ám akkor tud felkelni az író, a költő, ha kialudta magát a hajnalig tartó fellépés után. Még ha sokaknak antipatikus is az imázsépítés, a marketingnek ez a része, azt gondolom, ez egy örületesen nehéz és nyilván más művészeknél is problematikus, folytonos megújulást kívánó dolog. Nem könnyű sokszor megítélni, mi az, amikor már nem tudok dolgozni, mert annyi mindent találtam ki önmagamnak vagy találtak ki mások nekem, és annyi felkérés érkezik... Jó lenne tisztázni, hogy ez nem úgy működik, hogy az író nyomul. De egyébként az elmúlt években – és egy kicsit vitatkoznék Krisztiánnal – ezek a másfajta megnyilvánulások, ha csak a Facebookot nézzük, mondjuk Krisztián esetét, hogy mennyivel többször, hány csatornán találkozom a nevével. Emellett kérdés, hogy őt mint színpadi sztárt szeretik-e és ezért fogják vagy nem fogják elolvasni a könyvét, vagy mert az író, akit szeretnek, gitározik is meg énekel. Ezek nagyon érdekes folyamatok. De lehet látni, hogy ennek hatása van. Lehet látni, hogy összeadódó dolgok.

*GreCsó Krisztián:* Nincs új a nap alatt: Molnár Gábor Tamás előadásában Ady-t idézte, azt a megnyilatkozását, hogy csak az író személyisége iránt érdeklődnek, s nem a művei iránt. Én viszont azt tanultam meg, hogy nagyjából ugyanolyan komolyan kell venni a színpadot, mint az irodalmat. Ha én azt vállalom, hogy kiugrok a színpadra Dés László mellé a Kölcsey Központban, akkor azt is vállalom, hogy érthetően fel tudom olvasni azt a szöveget, és addig gyakorlom, amíg nem érhető. És azt is vállalom, hogy ha Dés háromnegyed óráig állítja be a mikrofont, akkor próbaként háromnegyed óráig olvasok, mert Dés üvölt a hátsó sorból, hogy onnan nem érteni. És megcsinálja, mert maximalista őrült, mert semmi más nem fontos, csak a néző, csak a produkció. Valahol itt jön a lényeg ezekben a projekteknél: a legfontosabb, hogy tiszteled a nézőt, aki odajön, hogy nem nézed hülyének! Abban a pillanatban megérzik, amikor elkezd működni, az irodalom és a jazz összekapcsolódik. Lehetséges, hogy a nézők egy része ilyen produkció után nem kezd érdeklődni Háy János vagy Kemény István versei és prózája iránt, de abban reménykedünk, hogy egy része igen, és ez mégis csak megmarad az irodalom szolgálatában. Ráadásul egy olyan új produkció jön létre, ami önmagában is érték. Ez nagyon fontos, mivel a felolvasás és a színház között van félúton: személyesebb, mint a színház, és színházibb, mint a simán felolvasott szöveg. Ez nem szigorú értelemben vett marketing, csak egy másik megjelenési forma, és azt kell mondjam, hogy szerkesztés, dramaturgia szempontjából is sokat tanultam arról, hogy hogyan kell egy ilyet felépíteni.

Első alkalommal, amikor ültem a buszban Dés mellett, odaadtam neki a forgatókönyvet, végtelenül büszke voltam magamra, hogy felépítettem az estét, gondolkodtam rajta egy egész napot, gyönyörű forgatókönyv, Dés nézegette, és azt mondta, hogy ez úgy szar, ahogy van. Hogyhogy? Én beépítettem a szövegeket, ő elmondta, mi az, hogy színpad, mi az, hogy dramaturgia, hogyan hozom helyzetbe a jazzt, hogyan hozom helyzetbe az irodalmat, és aztán megkérdezte, hányszor olvastam fel otthon a szövegemet. Mondtam, hogy kétszer. Akkor mondta, hogy pont van időm legalább háromszor hangosan felolvasni. Az a fontos, hogy ez a saját személyiség felől hiteles-e vagy sem! Én például nem tudnék úgy rácsodálkozni az élet apró dolgaira, és azt minden alkalommal ilyen örömmel közölni az emberekkel, mint ahogy Dragomán Gyuri csinálja a Facebookon. Nekiáll reggel rántottát csinálni, s hopsz, akkor már a tojásról van egy megosztás, mert a tojás maga egy csoda. Ezt abszolút nem gúnyolódva mondom. Van Gyuriban, már magában a beszédtempójában, a habitusában valami, ahogy mutatja: igen, így örül. Szerintem sokan meg vannak döbbenve Péterfyn. Péterfy Gergő edzőtermekben fotózza magát, izompólóban, szelfibottal. Sok mindent lehet rá mondani, de az a helyzet, hogy olyan édes bolond nincs még egy, és ez tényleg annyira belülről jön, annyira őszintén büszke arra, hogy mennyit fut, mennyit edz, hogy küzd a testtel, a halállal, állandóan ez a téma, és már négy napja, hogy nem híztam el, ezek az örömeim átsugároznak rajta, és nem feltétlenül mindig szimpatikus, de ez valahogy így működik. Nádasdy Ádám a lányával magyar nótáesteket tartott, azt hiszem 30–40 előadást éltek meg, nagyon édesek voltak. Nádasdy, az operaház igazgatójának a fia, akinek a felesége az operaház szólóénekes volt, magyar nótát énekelt



egy pincében – rosszul, de nagyon édesen. Egyik se ment a Nádasdy- vagy a Gre-csó-szövegek rovására: a szövegekben nem alkuszunk.

*Szirák Péter:* Nyáry Krisztián, te a magyar írók szerelmeiről szóló könyvednek a részleteit Facebook-bejegyzések formájában tetted közé, ezért díjat is kaptál, mint egy olyan tevékenységért, amely népszerűsítette a magyar irodalmat. Keszeg Anna egy interjúban arról beszél, hogy ha az emberek kíváncsiak arra, Rousseau mit reg-gelizik, az kíváncsivá fogja őket tenni az iránt is, hogy mit írt Rousseau, és akkor ezt most egy kortárs szerzővel is be lehet helyettesíteni. Szerintetek ez az effektus valóban működik-e? Másfelől, megjegyezném: a marketing az persze nem feltétle-nül egy negatív tevékenység. Sőt. Ha a termék jó, a marketing is lehet jó: segítheti egy jó terméknek a népszerűsítését.

*Nyáry Krisztián:* Hogy az írói imázs hogyan alakul, az nem kizárólag az írónak és a kiadónak a tevékenységén múlik, hanem a közönség elvárásain is, ami változó dolog. Vannak hagyományos elvárások, amin nem döbbenünk meg, és vannak új dolgok, mint mondjuk Dragomán Gyuri rántottája, vagy hogy a jazz hogyan kapcsolódik az irodalomhoz, és ez hogyan reprezentálja Gre-csó Krisztiánt mint író. De annak ugyanannyi köze van az irodalomhoz, hogy mi a véleménye ma az írónak a közélet nagy kérdéseiről. Ugyanannyira van köze és nincs köze, és nem gondoljuk mégsem marketingnek, mert a hagyományos szerepfelfogásban in-kább benne van az a nézet, hogy az írónak legyen mindenről – főként a közélet-ről – véleménye. Nemrégiben a göteborgi könyvvásáron sok író kint volt, egy ré-szüknek volt kedve beszélni közérdekű kérdésekről, meg a magyar belpolitikáról, menekültválságról stb., másoknak meg nem, vagy nem is volt véleménye, de min-denkit megkérdeztek róla, mert az az elvárás, hogy a magyar író beszéljen a magyar közletről, jól formált mondatokban azonnal legyen neki közéleti vélemé-nye. Ez ugyanolyan idegen dolog, nem maga az irodalom, mégis azt gondoljuk kétszáz éve, hogy a magyar írónak ez a dolga, miközben Amerikában kiröhögik, ha közéleti kérdésekben véleményt formál. Kb. annyi köze van hozzá, mint a he-gedűművésznek. A zeneszerzőt a kutya sem kérdezi közéleti kérdésekről, pedig hát lényegében ugyanazt csinálja, csak egy másik művészeti ágban.

Visszatérve ahhoz, amit a Facebookkal meg egyáltalán az olvasás népszerűsíté-sével kapcsolatban kérdeztél, ez annyiban függ össze, hogy összeköt egy szerzői funkciót: az én márkám rajta van ezeken a szövegeken, és azért is keresik, mert tudják, hogy amit én írok, az valamilyen, és az ugyanolyan típusú szövegeket keresik. És valóban egy kérdés volt az, hogy attól, hogy ha elmesélek egy történe-tet Ady Endre szerelmi életéről, akkor az olvasók kezükbe veszik-e utána *A Magunk szerelmét*. És az a jó a Facebookban mint eszközben, hogy vissza is jelez. Nekem azok a visszajelzések jöttek, hogy igen, kedvelhető, csináld! A komoly kri-tikusaimnak az volt az aggodalmuk, hogy egyesek majd azt hiszik, hogy az az iro-dalom, hogy ha elolvassák, hogyan csajozott Ady Endre. Lehet, hogy van ilyen olvasó, de én nem találkozom vele. Ennek az ellenkezőjével viszont igen, hogy kedvet csinál, és azért is szeretik ezeket az írásaimat a magyartanárok meg a könyvtárosok, mert látják a visszacsatolást, nyilvánvalóan nem Ady esetében, aki-

ről amúgy is sokat tudnak, meg kötelező, de azért volt olyan, aki nálam olvasott először Tersánszky Józsi Jenőről valami kedves, vicces történetet, de utána kíváncsi lett rá, és ma már ő a kedvenc írója. Ez nekem nagy öröm, még hogyha nem is ilyen célokból írtam ezeket, hanem primer szórakoztatásból, mégis lett ilyen funkciója, örülök egyébként kiadóként minden hasonlónak, aminek az a vége, hogy leveszik a kötetet a polcról.

*Molnár Gábor Tamás:* Félek, hogy elterelem a beszélgetés irányát, mert nekem nincs ilyen közvetlen tapasztalatom marketing-, illetve imázsügyekben. Mivel viszont közoktatásról többen beszéltek, egy-két dolgot érdemes ezzel kapcsolatban felvetni. Egészen nyilvánvaló, hogy valahol a felső tagozat és a középiskola nagyon hatékonyan dolgozik azon, hogy elidegenítse a gyerekeket az irodalomtól. És azokkal a javaslatokkal, hogy az élő irodalom és énekelt vers jelenléte hozzájárulhat ahhoz, hogy népszerűsítse az irodalmat, ezekkel tökéletesen egyetértek. Azon gondolkodtam közben, valószínűleg a diskurzusnak a természetéből adódik, hogy úgy beszélünk a közoktatásról, mintha tulajdonképpen marketing-terminológiát használnánk. Akik ma itt ülünk, automatikusan azt gondoljuk, az oktatás egyik legfontosabb feladata, hogy népszerűsítse az irodalmat: az olvasóvá nevelés az egyik legfontosabb feladata az iskolai oktatásnak. Ennek van óhatatlanul egy olyan vetülete, hogy a kisebb olvasókat úgy képzeljük el, mint akik a jövőbeli fogyasztói lesznek az irodalomnak, a fogyasztói mentalitást próbáljuk meg valahogy beléjük ültetni. Szerintem ez azért okoz nehézségeket, azért járul hozzá a problémákhoz, melyek a közoktatást érintik, mert az oktatásnak az is célja lenne, hogy alapvetően *nem fogyasztási típusú* szolgáltatásokat sajátíttasson el, és ez alighanem szerepkonfliktust okozhat sok tanárnál. Ez nem törvényszerű, de nagyon okosnak kell lennie annak a tanárnak, aki át tudja hidalni a problémát, hogy egyszerre fogyasztókat is neveljen, de azt is megtanítsa, hogy mégse csak fogyasszunk az irodalmat, hanem *valami mást* is csináljunk vele.

*GreCsó Krisztián:* Ezt nagyon jól mondtad, fontos gondolat – és véletlenül se úgy vegyék a pedagógusok, hogy ellenük szólnak az oktatáspolitikával kapcsolatos gondolataink. Végtelenül meg van kötve a tanárok keze, ez egy nagyon szűkre szabott struktúra, nem tudnak mit csinálni. Azzal egészíteném még ki, hogy milyen érdekes az, hogy folyamatosan látjuk, ebben a nagyon érzékeny időszakban úgy lehet a gyerekeket megfogni, hogy az egokeresésükben és az egofényesítésükben részt veszünk. Ezek a gyerekek folyamatosan tehetségkutatókra akarnak járni, énekelnek és kiállnak, próbálják magukat megmutatni, ám a kreatív energiáikat semmilyen módon nem használjuk. Ha az *Élet és Irodalmat* annyian olvasnák, mint amennyien írni akarnak bele, semmi bajunk nem lenne. Nagyon sokan keresik az énjüket az írás által, fiatalok különösen, írásban gondolkodnak, nagyon szeretnék ezt az önkifejezési vágyat megélni, s ezeket a kreatív energiákat szárnyaltatni lehetne. Amikor megkérdem a középiskolásokat, hogy miért kellene olvasni? Az nem válasz, hogy a műveltség része: nem kell, hogy az legyen. Nem szórakoztat téged, akkor mire jó? Az irodalom semmire sem jó, és engem ez mindig nagyon meglep, mert én mindig azt hittem, hogy ez a leggyakorlatibb dolog a világon, az

egyetlen ügy, ami velünk foglalkozik. És mondom nekik, hogy gyerekek, hát ha odamész egy lányhoz, és remeg a térded az idegességtől, nem tudod, hogy mit mondjál, mondasz valamit, lekonyul a szája széle, elnéz balra, honnan tudhatod meg, mi a fenét gondolhat? És akkor kérdik: melyik könyv szól arról, hogyan lehet csajom? Pedig nem ez a lényeg – hanem az, hogy az irodalom az egyetlen, ami igazán rólunk szól, csak mintha ez nem derülne ki.

*Péczely Dóra:* Mivel én éppen ennek a korosztálynak készítek könyveket, nagyon sokat tanultam. A Magvetőből jövök, így nem mondom, hogy két évvel ezelőtt a szakterületem volt az ifjúsági irodalom, de azóta eléggé érdekes dolgokkal szembesültem. Én mindig is azt mondtam, hogy az irodalmat a kortársak felől kellene olvasni, ezt most is így gondolom, mert sokkal könnyebb megteremteni az olvasmányhoz a viszonyt, ez evidencia, nem is ragoznám tovább. Ha mégis tanultam valamit az elmúlt két évben, akkor azt, hogy a kulcs – a tanáron és a szülőn kívül – az, hogy mit kap a gyerek a kezébe. A kamaszoknál, ha versről van szó, azt látom, olyan távolságok alakulnak ki, hogy szinte lehetetlen áthidalni őket, ezért fontos, hogy megtanuljunk más szövegeken keresztül eljutni a kortárs szövegekhez, akár ifjúsági irodalmat is választva. Tartottunk tanároknak egy ilyen délutánt, elsősorban az ő véleményükre voltunk kíváncsiak, és fogalmuk sem volt, milyen magyar és külföldi könyvek születnek, nem jutnak el hozzájuk, nem tudják mit és hogyan lehetne használni, ennek például még teljesen előtte vagyunk. Kérdezték: ezt akkor hogyan csináljuk? Hiszen köt a tanrend. Pedig sehol nincs megszabva, hány órában kell tanítani az *Egri csillagokat*, ha te 4 órában tanítod, a fennmaradó 8 órát arra fordítod, amire csak akarod. És mi lesz, hogyha jön a tanfelügyelő? Hát akkor pont ott fogok járni, ahol a tanmenet. Tehát még ott tartunk, hogy az olvasók, tanárok, szülők találják meg azokat a szövegeket, ahol el lehet kezdeni, miért jó olvasni, ez milyen világba visz be, hogyan lehet róla beszélni, és nagyon fontos útja ez annak, hogy aztán valaki olvasó ember legyen. Mi még Dosztojevszkijt olvastunk, mert az volt lefordítva, de most már kitégult a világ, pár kattintás az egész, és megszerezhető a könyv, letölthető a képregény, mindenhez hozzá lehet férni. Aztán el lehet jutni oda, ahol ezren jeleztek vissza a Facebookon Závada Péternek a könyvbemutatójára. Láttam fotókat: százak szerettek volna bejutni, az esőben kilométeres sorok álltak az utcán.

*Nyáry Krisztián:* Fel szokott merülni az a kérdés, hogy micsoda az irodalom, mi a funkciója? Kérték egyszer, hogy beszéljek szórakoztató történetekről, és utána, amikor ezeknek vége volt, akkor versekről. Egy-két ember nézett, a többiek meg unatkoztak. És akkor kérdeztem, hogy beszéljünk arról, miért fontos maguknak, hogy van költészet. Azért, mert ez a lehető leghatékonyabb tömörítése a kulturális közösség érzelmi tapasztalatának, nincs ennél jobb tömörítés kitalálva, és lehet tartani pszichológus vándorgyűlést arról, mi az, hogy magány, de az, hogy „Semmi ágán ül szívem”, elég tömören elmondja. És mondták, hogy tényleg, akkor ennek mégiscsak van értelme. Ha tetszik, akkor ez is marketing.

*Szirák Péter:* Az időnk lejárt, de úgy néz ki, az irodalomé még nem. Azt ígértük, hogy a közönség kérdéseire is válaszolunk. Tartanám magam ehhez az ígérethez. Ha van valakinek kérdése az előadásokkal, illetve a kerekasztal-beszélgetéssel kapcsolatosan, nyugodtan felteheti.

*Kérdező a közönség soraiból:* Miért gondoljátok, hogy az irodalmat csináló és tehetséggel rendelkező ember egy polihisztor, miért kellene értenie a marketinghez egy művésznek? Ez egy ritka dolog, amikor összejön. 17 és 18 éves gyerekeim vannak, egyik írja a másiknak, hogy „12.30-kor jössz az egyetemre Grecsó Krisztiánra?” „Nem, informatika órám van.” „Te hülye vagy? Melyik a fontosabb?” „Jó, akkor menjünk el.” „Nem, én a Bakelitbe megyek este.” (Az Alföld-díjasok estjének helyszíne – a szerk.) Hány pedagógus van jelenleg a teremben? Nagy részük nyugdíjas. Nagyon nehéz. Az alapoknál kell kezdeni. A zene és a vers – tegnap a Szabó Balázs-koncerten – megbökttem a gyermekem, hogy „látod, Pilinszky János meg Radnóti Miklós valahol vannak. A Grecsó Krisztián pedig itt, a kortárs költő azért csak nekünk szól, és figyelj.” „Hát Apa – ismerem a verset.”

*Grecsó Krisztián:* Jó, ha ránk cáfolsz és megerősítesz bennünket, azt mondom, hogy van értelme, köszönjük szépen! Az visszatérő gondolat volt, hogy az író saját személyiségétől és kapacitásától függően fontos ez. És nem véletlenül említettem Bodor Ádámot. Cserna-Szabó András anekdotázó kedvéhez nagyon jól áll, hogy főzni is szeret, én ezt a szemébe is szoktam mondani, hogy közepesen tud, de nagyon szeret. Ott az olvasóközönség a közepes zsűrszagban, szédületes gasztrotörténeti műveltséggel rendelkezik, és erről úgy tud előadni, úgy tudja beleszólni az irodalmi anekdotákat, hogy az egész írói világa megjelenítődik. Az utolsó novelláskötetét (*Sömmi* – a szerk.) még nem olvastam, amiben például a kiegészített negyvenesek zacskós levele van, de ennek az egésznek attól lesz olyan hangulata, ahogy ezeket elő tudja adni, de ez nem kötelező és nem is várható el mindenkítől.

*Nyáry Krisztián:* A szerzőtől persze nem várható el, de amíg csak azt nézzük, hogy van egy irodalmi szöveg, meg van egy olvasó, addig az a recepcióesztétika területe, de ha azt nézzük, hogy ennek a kettőnek találkoznia kellett, el kell juttatni ezt az irodalmi szöveget az olvasójához, az már a piac, hacsak nem az történt, hogy az író ott ült mindig az olvasó mellett. Az eljuttatás eszköztárát hívhatjuk marketingnek is, és abban benne van, hogy néz ki az a könyv, meg az is, hogy kinek szól, hol, milyen polcon van a könyvesboltban – ehhez nem kell Bodor Ádámnak gitározni, de ki kell találni, hogy Bodor Ádám könyve hogyan jut el az olvasóhoz. Kiadóként nekem éppen ez jelenti a kihívást. Mert míg fiatal koromban magától értődő volt, hogy amikor megjelent valami Bodor Ádámtól, Esterházy Pétertől, rohantunk a könyvesboltba, ez egy kitüntetett időszak volt, ma ez már nem magától értetődő. Azt pedig nem engedheti meg magának sem a magyar kultúra, sem pedig a kiadó, akinek a pénze is ebből van, hogy egy íróval együtt megöregedjen a közönsége is. Meg kell találni Bodor Ádám fiatal közönségét és Esterházyét is, akiknek ez nem magától értetődő.

*Péczely Dóra:* Csak egy gondolat Dragomán Gyuri Facebook-oldala kapcsán. Amikor elkezdte csinálni, kérdeztem Gyuritól, de hát hogy? Egyik napról a másikra? Hiszen fent sem volt a Facebookon. „Dóra, vettem egy szakkönyvet, elolvastam az elejétől a végéig, és elkezdtem facebookozni, így.” Három percig röhögtem, hogy tényleg, Dragomán György írói attitűdje, hogy ő önmarketinget hogy csinál, hát szakkönyv alapján, persze hozzájön a kreativitás, a személyiség, meg minden, de ő elolvasta angolul, hogyan működj jól a Facebookon, majd megvalósította, egészen elképesztő.

*GreCsó Krisztián:* Visszatérő mániám, hogy Debrecen olyan nagyszerű hely, ami tökéletesen alkalmas arra, hogy az irodalmi mítoszokkal egy mitikus hely képződjön belőle. Olyan sok jó megírt helye van, nagyon jó szerzők, akár Szabó Balázs is idetartozik mint énekes, aki ide hazajön mindig, és nagyszerű zeneszerző. Belakható utcák Szabó Magda után, itt vannak Csokonai terei, az egyetemen mondtam, az előadáson, milyen érdekes, Szabó Magda életműve úgy alakult, hogy addig írta saját életét, míg azzá lett, amit írt. Lakják be ezt a várost! Remek lehetőségek vannak, nagyszerű mostani szerzők is, van itt mit csinálni, fiatalok kezdjétek, csináljátok!

*Szirák Péter:* Köszönjük a biztatást. Igyekszünk. Megköszönöm a kerekasztal-beszélgetés résztvevőinek, hogy rendelkezésünkre álltak, s a közönségnek, hogy meghallgatott bennünket!

