

szönhetően fizikai, azaz offline kapcsolatba kerültem hasonló témákkal foglalkozó emberekkel, és velük elhatározva egy analóg eszközhöz, a rádiózáshoz nyúltunk a tartalom szolgáltatásának kiszélesítése érdekében. Érezve azonban az analóg rádiózás lehetőségeinek szűkösségét, a rádióműsorunkhoz egy újabb digitális online blogot hoztunk létre, és ma a blogunknak köszönhetően kétszer annyi emberhez jutunk el, mintha pusztán az analóg formában létező rádióműsorunk létezne. Látható, hogy ez a folyamat már nem egy irányított egyenes vonal mentén zajlik, hanem több hullámvonal segítségével írható le, amelyeken végighaladva elmosódni látszanak a tartalomszolgáltatás – és ezen belül a kulturális tartalomszolgáltatás – online és offline határai. Mi sem példázza ezt jobban, mint az, hogy a jelenlegi szöveget, amely a digitális kultúra átalakulását elemzi egy offline konferencia keretében adtam elő, majd tartalma részben átszerkesztve egy nyomtatott újságban vált olvashatóvá, miközben az eredeti előadásról készült videófelvételt már párhuzamosan a Youtube-on is elérhetik.

Mindezen folyamatok egy irányba mutatnak. Az önálló médium eltűnni látszik a tartalmak befogadói és a tartalmak szolgáltatói közül. Ez pedig lényegesen üdítőbb állítás, mint a korábbi, amely szerint az online médiumok bekebeleznek mindent, ami offline működik. A tartalmak hálózatba rendeződésének szemtanúi vagyunk, amelyben a print, az analóg és az online médiumok egymást kiegészítő és egymást erősítő kapcsolatban léteznek – párhuzamosan, megtalálva a saját szerepüket. Ez viszont jelentősen át kell, hogy alakítsa a tartalmak szerkesztőinek a tartalomszolgáltatáshoz való viszonyát.

A kultúra fogyasztókért folytatott egyre kiélesedő harcában ma már nem az veszt, aki rossz médiumot választ a befogadók eléréséhez, hanem az, aki azt gondolja, hogy egyetlen médium elegendő az elérésükhöz. A szerkesztés ma már nem pusztán szöveges, nem pusztán hangos és nem pusztán mozgókép alapú tartalmak szerkesztéséről szól, hanem ezek minél hatékonyabb hálózatba rendezéséről. Ma már pontosan tudniuk kell a szerkesztőknek, hogy mely tartalmak azok, amelyek nyomtatott publikálást kívánnak, melyek azok, amelyek online-t, és melyek azok, amelyeket egyszerűen csak fel kell tölteni a Facebookra, hogy minél több lájkot termeljenek – ezzel is népszerűsítve az adott tartalomszolgáltató hálózatot. Éveken keresztül tűnt úgy, hogy *ez megöli amazt*, de nem következett be a vízió. *Ez és amaz* párhuzamosan fejlődnek tovább, aki pedig továbbra is el akarja érni a kultúrafogyasztókat, annak ezt a helyzetet kell minél tudatosabban kihasználnia.

BENEDEK ANNA

Onlányok, onfiúk

Az online kritika és a kritikai portálok útja anomáliákkal van kikövezve. S hogy e merész képzelet tovább fokozzam, a kijelentést egy kérdéssel is megtoldanám: az online portálok lapszemléje során felmerülhet bennünk, vajon szükség van-e egyáltalán olvasóra, vagy csak magunkról, magunknak írunk, esetleg olvasunk?

Olvasottság, interakció, manipuláció

A legtöbb kulturális portál esetében van valamilyen elképzelésünk arról, hányan látogatják az oldalt, hányan olvassák a cikkeket. Az írásokkal kapcsolatos elégedettség jelzésére egyszerűen lájkolhatók a cikkek, a tetszést pedig a közösségi oldalakon, a Facebookon vagy a Twitteren is mérhetjük. Éppen ezért azt is nyugodtan kijelenthetjük, hogy a felületes ítélet félrevezető lehet: sokan a téma/szerző iránti szimpátiájuk jeleként nyomják meg a lájk gombot, másoknak ajánlva olvasásra a cikket. Ez a megosztási hullám mintha azt jelezné, egy cikk mennyire népszerű az olvasók körében, valójában azonban sokkal inkább tájékoztathat a téma vagy a szerző népszerűségéről. A közösségi média a személyesség bájával ajándékozta meg a kulturális portálokat: ha valaki lájkot nyom, az sokszor inkább a cikk szociokulturális háttéréről szól, semmint az olvasók véleményéről.

Vágyakozás

Mindeközben a felület vágyakozik. A szerkesztők a „komoly” írások és kritikusok, a nyomtatott folyóiratok mércéje szerint határozzák meg magukat. A nevesebb szerző cikke szakmailag mérvadóbb az online számára is, mint a mezei bloggeré. Annak ellenére így van ez, hogy az online felület olvasója a hosszú, lábjegyzetekkel tarkított tartalmat nehezebben emészti meg, mint az egyszerű fogyasztásra szánt, gonzósabb kiskritikát vagy véleménymorzsát. A magyar kritikai életben még mindig nincsenek mérvadó irodalmi bloggerek. Aki blogot ír, leginkább csak a saját oldalán tűnik fel, s egy-két kísérlettel eltekintve, nincsenek jelen állandó, véleményükkel olvasókat vonzó blogolók a kulturális portálokon. A blogok személyessége nem kerül be a szakmailag elfogadható és hivatkozott kritikák mikrovilágába, a kritikus hang pedig nem kerül az átlagolvasó horizontjára – a két világ legtöbbször egymástól távol marad.

A kritikus fanyalgása a blogger véleménye iránt nem magyar jelenség, előbbi amatőrnek bélyegzi a felületesebb, élményközpontú beszámolót, utóbbi pedig a szakmai szöveg szárazságát bírálja, s az egyértelmű véleménynyilvánítás hiányát kéri számon. Kinek ír az online kritikus, ha a szerkesztői intenció az olvasottság növelése, a könnyen fogyaszthatóság, mindeközben pedig a szakmailag is elfogadható színvonal megtartása? Ki az a bizonyos átlagolvasó, aki ugyanannyira szívesen nézi át a kötetekről szóló kritikát, mint az irodalmi estekről szóló beszámolókat, szerzői interjúkat, s közben maga is véleményt nyilvánít mint hozzászóló?

Online kulturális lap szerkesztőjeként az ember a következőket tanácsolhatja a hozzá forduló kritikusnak: viszonylag kis terjedelemben (3-5.000 karakter), közérthető nyelven megírt, markáns véleményt nyilvánítson. A stílus talán a legfontosabb, hiszen egy-egy véleményformáló karakter rövid idő alatt olvasótáborra tehet szert, míg a szakmailag ugyan megalapozott, de száraznak és túl tudományosnak talált szöveg jóval kisebb nézettséget hoz a portál számára.

Persze ideális esetben mindkét típusú szöveg elfér egy oldalon – a gyakorlat mégis azt mutatja, hogy egy-egy portál jól körülhatárolható olvasótáborral rendelkezik, és talán azt sem túlzás kijelenteni, hogy a szárazabb, szakmaibb – vagy csak

egyszerűen kevesebbeket érdeklő – szövegeket közlő vájt fülű portálok kevesebb olvasónak szólnak, mint a színes-szagos ismertetőket megjelentető oldalak.

Ha nem az olvasó felől közelítünk, hanem a tartalomra és egy irodalmi mű utóéletére koncentrálunk, ismét egy kérdésbe ütközünk: vajon mi hat jobban egy irodalmi mű kanonizálására? A művet ismerő olvasók száma? A kiadói reklám és az eladott könyvek növekvő olvasótáborra? A recenziók, kritikák mennyisége?

Lapis József például így látta az *Alföld* 2009/decemberi számában megjelent *Enyhe mámor* című írásában: „A szabad felhasználói felületek, az információ kevésbé kontrollált hozzáférhetősége azonban alakítja, befolyásolja mind a befogadói (s kisebb részben a szerzői) kör összetételét és attitűdjét, mind a befogadás (és alkotás) folyamatát.

De a versböngésző már nem jön zavarba ettől a sokféleségtől, élménye nem a tanácsstalanság, mert természetesnek érzi a (szövegek, tekintélyek, vélemények közötti) válogatás szabadságát – nem kell rosszul éreznie magát attól, hogy nem ért valamit, vagy nem tetszik egy – vélhetően – kanonikus szöveg.”

Lapis itt elsősorban a Telep-csoport szerepét elemezte: bizonyos olvasói és internethasználói rétegnél működik is ez a magabiztosság és minőségérzés. De mit kezdjünk például azzal, mikor egy fiatal költő első könyvének megjelenése kapcsán már a csapból is XY és az ő új kötete folyik, a könyvbemutató estekről szóló tudósítások és interjúk – és ezekről készült fotók, megosztások – özönlik el az internetet? Ebből mi következik? Hogy XY valóban sikerkönyvet írt? Vagy csak a reklámérték számít?

De milyen szerep jut akkor az olvasónak?

Jacob Silverman az amerikai *Slate.com* oldalon egy hasonló történet kapcsán merengett: Laura Lamont friss kötetének megjelenésekor közzétett egy képet. A szerző szökén, virágkoszorúval a fején pózol, kezében a frissen megjelent könyv. A képet ezután tízezrek osztották meg, lájkolták és követték a Facebookon és a Twitteren. Jacob Silverman azonban felteszi a kérdést: „Tegyük fel, hogy te magad is ennek az irodalmi közegnek vagy a része. Mit tennél, ha nem tetszik a kötet? Vagy tetszik, de nem vagy teljesen oda érte? Megtennéd, hogy ellenvéleményt nyilvánítasz? Kritizálnád a regényt, miután beleláltál a fotókon keresztül a magánéletébe, és része vagy a közösségen belül a mindennapjainak?

Az avatatlan szemlélő számára mindez lényegtelen kérdésnek tűnhet, mások meg pont emiatt utálják a New York-i köldöknéző irodalmi közeget. Szerintem mindkét állítás igaz lehet, és az a legnagyobb baj, hogy ez a »csodálat« tulajdonképpen a mai irodalmi kultúrára úgy általában is igaz, különösen az online kultúra felől nézve. (...) Természetesen nem azt akarom sugallni, hogy pl. Straub online személyisége álnok perszóna lenne – nagyon kedves nőnek tűnik, és mire jó a közösségi média, ha nem arra, hogy kapcsolatba lépjünk a hozzánk hasonló érdeklődésűekkel? De ha sokat időzünk az irodalmi oldalakon vagy a *Twitteren*, totál letaglóz bennünket az onnan áradó kedvesség és aranyosság, a feltétel nélküli lelkesedés, elhisszük, hogy minden megjelenő könyv csodálatos és minden író mind egyik másiknak a legnagyobb rajongója. Ez nemcsak hogy leegyszerűsítő, hanem

hazug is, és az irodalomra is hatással van, mivel olyan környezetet teremt, amelyben az írókat a saját magánéletükért magasztalják, ahelyett, hogy az írásaikat néznék.”

Míg a nyomtatott sajtóban publikáló kritikus megteheti, hogy kettéválasztja a kritikus és a privát énjét, a szociális média ledönti ezeket a korlátokat. Senkit sem lehet diszlájkolni vagy online kritizálni – egyszerűen az ilyesmi nem fér bele ebbe az etikettbe. Ezzel igazából az a gond, hogy a kezdetektől szokimondó és kritikus irodalmi közeg klubjellegű és vállveregető lett. Az is baj, hogy ettől az állandó tapsvihartól azt sem hallani, akinek igazán megérdemelten szól a dicséret, és azt sem, akinek kicsit kritikusabb, szkeptikusabb a hangja a többiekénél. Azzal, hogy az újságírás és a könyvkiadás – többek között a Google-nek és az Amazonnak köszönhetően – szimbiotikussá váltak, még tovább nehezedett a kritika dolga. Nem kell sokáig böngészni ahhoz, hogy lássuk, vannak oldalak, amelyek nem közölnek negatív kritikát, félve, hogy ezzel olvasókat is veszítenek. Vannak kritikusok, akik ki is mondják, hogy nem írnak olyan könyvekről, amelyeket nem szeretnek. Ehhez jönnek még a sikerlisták, a „kedvenc könyveink”, az „XY kedvenc olvasmányai” típusú listák is. A harapós kritika a támadással lett egyenlő a közmegejtés szerint, a könyvvel kapcsolatos ellenérzést sokan a személynek szóló érzéssel keverik össze.

Visszatérve a korábbi kérdéshez, egyre fontosabbnak tűnik tisztázni, hogyan jelenik meg a kétféle vélemény, a bloggeré mint olvasóé és a kritikusé mint hivatalos véleményformálóé a portálokon? Míg a blogok leírásai legtöbbször olvasónaplószerű recenziókat, reflexiókat közölnek, a kritikarovatok több szempont alapján bírálják a műveket. Ugyanakkor az internetes közeg a kétféle véleményt ugyanazokon a csatornákon járhatja meg: a kötetéről szóló recenzió éppúgy megjelenik például a szerző gyűjtőoldalán, mint az interjú, a blogbejegyzés vagy épp a kötetbemutatóról szóló tudósítás, de a fordítottjára is van példa: a blogok egy része kifejezetten szakmai oldallá alakult: például a *Folyóméter blog* vagy mondjuk a *Könyvesblog* írásai nem olvasói reflexiók, hanem lazább nyelven megírt esszék vagy széljegyzetek.

Függetlenség – de mitől?

Szellemi vagy anyagi függetlenségre vágyunk? Hogyan lehet egy portál anyagi hátterét megteremtteni, s közben függetlennek maradni a kiadótól rendelt laudációt sejtető „örömóda” közlésének vágyától? Vagy az állami támogatásuktól? Esetleg a hivatalos kanonizációs közegetől? Bár van magyar portál esetében is példa arra, hogy a tárgyalt kötet az oldalról is megrendelhető, de egyrészt ez nem bevett szokás a netshopok részéről, másrészt ezzel meg is kötik a recenzió szerzőjének kezét: a jól hangzó – még ha jelentéktelen mondanivalóval is bíró – dicséretért könnyebben nyílik meg a terjesztők bukszája is.

A kérdés ettől függetlenül ott maradt a levegőben: valójában hol és hogyan mérhető a siker? És mit ér a kritika, ha negatív? Ismét amerikai példát nézve: a *New York Times* 2012 októberében vitát indított *Do we Need Professional Critics?* címmel. Az amerikai vélemények kísértetiesen tükrözik a magyar helyzetet: egyre

kevesebben tudnak megélni csak kritikaírásból, a legtöbb kritikus valami mással is foglalkozik. A kritikaírás, főként az online médiában, a kezdők dobbantó lehetősége, a legszerencsésebbek el tudnak helyezkedni egy-egy nagyobb nyomtatott újságnál, ahol rendszeren meg tudják fizetni őket. Abban is egyetértenek a profik, hogy a recenziók és ismertetőik – legyen szó filmről, színházról vagy más művészeti ágról – alapvetően a piacra koncentrálnak, vagyis reklámként, hirdetési felületként fogják fel a portálok rovatait. A különbség a blogok megítélésében van: van, aki fontosnak tartja az olvasói reflexiót és az élményeket, mások viszont azt gondolják, sokak számára értéküket veszítik a szakmai tudást és negatív kritikát is tartalmazó felületek.

Most vagy mindörökké?

A magyar oldalak gyakorlatilag itt, a nyomtatott folyóiratok professzionalizmusa felé kacsingatás állapotában vesztegelnek, annak ellenére, hogy a vonzalmuk viszonzatlan, jobb esetben is kielégítetlen marad.

Ha az olvasottság mértéke nem is egy cikk valódi olvasóit mutatja meg nekünk, annyit mindenképp láthatunk, milyen az adott téma (szerző, író, könyv stb.) szociokulturális háttere, milyen csatornákat hoz működésbe és kiket képes megmozdítani. Ezek az olvasók – még ha nem is a szó hagyományos értelmében vett olvasók vagy nem mindannyian azok – az adott szöveg pillanatnyi helyzetéről adnak számot, sokkal mérhetőbben és gyorsabban, mint azt korábban bármikor tapasztalhattuk.

A magam részéről jóval több energiát fordítanék az ő bevonásukra. Jó példa erre a *Guardian* irodalmi rovatán belül található tematikus olvasóklubok működése. Egy-egy könyv megvitatására nyílnak „hivatalos” csatornák az oldalon, ahol kis körben, regisztrált felhasználók egy kritikus vagy irodalomtörténész indításhoz csatlakozva olvassanak klasszikus és modernebb szövegeket. A feldolgozást követően a moderátor az olvasói vélemények beidézésével szerkesztett tartalomként közli a cikket.

Az internet adta lehetőség a könnyű terjesztés is, ezért – persze, ha lenne pénz – fontos volna a különböző cikkek, könyvek összefoglalóinak rövid fordítása, külföldi portálokhoz kapcsolása is. Végül pedig az olvasottságra áhító oldalak szerkesztőinek tudatosítania kéne, hogy az interneten böngésző közönség nem kizárólag egy szakma embereiből áll, beszélgetni pedig mindenki azzal szeret, akinek érti a nyelvét, és akivel kölcsönösen érdeklődést mutatnak egymás iránt: legyen az író, filmes, bolti eladó, építész vagy középiskolai diák.