

amit többnyire úgy érdemes kivitelezni, hogy nem nyúlunk a cikkhez, hanem a fejlődésben valami újabb okossággal kiegészítve osztjuk meg.

A kritika. Nehéz erről úgy beszélni, hogy ne sértsek meg vele kapásból minden második kritikust, de mivel nem ez a célom, nem érdekel. Egy folyóirat szerkezetében mindig fontos szerepet játszik a művekről elmondott vélemény. Egyrészt, mert beavathat a műbe, másrészt azért, mert elriaszthat. De van egy köztes kategória is. Amikor a jó szándékú kritikus – ami önmagában is magyar paradoxon – a lelkét kiteve bizonyítja a tudományos modell életképességét az adott szövegen. Jó, ha tudjuk, ez legázolja a látogatottságot, mint kamion a futóepret. A jó webes kritika szubjektív és rövid, többnyire arra keresi a választ, mitől „műélvezett” a szerző. A tudományos modelleknek a tudományban a helyük.

Mindez persze, amit itt felsoroltam, csak akkor játszik, ha érdekel valakit a látogatottság. Van, akit igen, van, akit nem, mint ahogy vannak írók, akiket nem érdekel, hányan olvassák, és vannak, akiket érdekel. Én mégis úgy vagyok vele, mint egy sellő: alul matematikus, fölül író, hogy amit mérni lehet, azt meg kell mérni. Különben nem lesz súlya.

BRAUN BARNA

Az irodalom halálához

KRITIKAI ÍTÉLET ÉS FACEBOOK-LÁJK

Az irodalom halott, és mi öltük meg – a klikkeléseinkkel, a Facebook-lájkokkal, a megosztásokkal és a kommentekkel! Az internet ugyanis nem helye a nagybetűs kultúrának, és a nagybetűs irodalomnak sem. Így ne legyenek illúzióink: irodalmi műalkotások sem léteznek, helyettük olyan médiumkonfigurációkkal találkozunk olvasmányélményeink és munkánk során, melyek jelenléte és megértése – mint minden jelenlét és megértés – kondicionált, vagyis függ saját mediálisan, politikailag, gazdaságilag és társadalmilag meghatározott közegétől, a mi közegünktől. Aki mást állít, mondhatni: legalább annyira és oly módon „hülye”, mint Nádas Urfi Péter azóta közhellyé vált kijelentése szerint („Nádas Péter hülye”). A sokat vitatott mondatot, melyet az interneten olvashattuk, a 2007. május 27-én megjelent, Nádas *Hátországi naplójáról* szóló *prae.hu*-s kritikában.¹ A szövegben a botrányosnak szánt kezdőmondat után a szerző menthetetlen mentegetőzésbe kezd már a leadben, az irodalom kulturális – vagy még inkább, ahogy azt manapság mondani szoktuk: KULT – diskurzusának működéséből adódóan a „zseninyál” letörölgetése rögtön irodalompolitizálásba csap át. De mi az, hogy irodalompolitika, és hogy jön ez ide?

Irodalom és politika kapcsolatán itt az irodalmi mezőre nem külsődleges, utólag „rávitt” ideológiai formációk megnyilvánulását (és ezek olvasatát) kell értenünk, hanem egy olyan tényezőt, amely az irodalom (mint tevékenység: vagyis termelés és diskurzus) konstruktív részét képezi, mivel a politika ilyenén értelme-

zése lehetővé teszi az irodalmi szövegek nyilvános beszédként történő elképzelését.² Egy kritika pedig, legyen az akár offline vagy online, mindig nyilvános beszéd, tehát politika. Az irodalompolitikai olvasat nem a szövegből, hanem az irodalmi beszédet újra és újra keretező intézményi működésből kiindulva mond valamit az irodalmiságról, mely működésnek a szöveg, s annak „esztétikai, formai és diskurzív sajátosságai”³ is csupán egy nehezen elkülöníthető részét képezik.

Ez a szemlélet az utóbbi tíz évben – éppen az internetes platform elsődlegessé válásának, valamint az ehhez kapcsolódó tapasztalatnak és gyakorlatnak köszönhetően – lépett elő nyilvánvaló megközelítési móddá. Ebben a közegben ugyanis – újszerűsége okán – könnyebben beláthatóvá válik, hogy az irodalmi intézményrendszer biztosítja a közlések feltételrendszerét, amely különböző médiumok, társadalmi és gazdasági tényezők együttes működésének köszönhető. Világossá válik tehát, hogy az irodalom közege, az irodalmi formának is konstruktív része, ami így már nem csupán esztétikailag hozzáférhető és megítélhető konstrukció, vagyis nem „műalkotás”.

Az irodalom az internet korában tehát már nem a szöveg és az olvasó hierarchikus relációjában létezik, hanem egy olyan gyűjtőfogalommá – vagy nevezzük így: irodalmi kontinuummá – lényegül át, melybe beletartozik a szöveg megalkotásától a szerkesztő tevékenységén, a nyomdán, a szervergépen, a könyvesbolti eladón és az olvasón mint társadalmi lényen (sőt, az ő Facebook-falán és lájkjain) át egészen a webes és offline piacig, a kritikáig és persze a kritikáig minden.

Mint K. Ludwig Pfeiffer írja *A mediális és az imaginárius* című könyvében: a műalkotás, „melyet állítólag végleges és megváltoztathatatlan formában csodálunk és elemzünk, inkább médiakonfigurációkon, ezek interferenciáin és részvételre ösztönző ingerein belüli tranzitorikus kristályosodási pontként jelenik meg”.⁴ Az online irodalomkritika, akárcsak a szépirodalmi szöveg vagy az irodalmi intézményrendszer sem több ilyen, a „műalkotást” kikristályosító médiumkonfigurációnál. McLuhan szerint „[a] társadalmi és kulturális változások érthetetlenek a médiumok működésének megértése nélkül”,⁵ így tehát ahhoz, hogy megértsük az irodalom fogalmának fentebb vázolt változásait, az online irodalmi élet egyik jellemző tevékenységére, jelesül az online irodalomkritikára és ennek működésmódjára kell figyelmet szentelnünk.

Az irodalmi diskurzus résztvevői az elmúlt két évtizedben két jól dokumentált – egy úgynevezett „nagy” (1996) és egy „kis” (2007) – kritikavita keretében cseréltek eszmét arról, hogy adott időszakban milyen olvasatai és értékviszonyai léteznek egy-egy irodalmi szövegnek. A vita álláspontjai olyan kérdések körül bontakoznak ki, minthogy: Mi az irodalomkritika? Mennyiben és hogyan befolyásolták ezek az irodalmi közbeszéd lehetőségeit? Hogyan határozhatók meg ezek alapján az aktuálisan érvényben lévő irodalmi és kritikai normák? Ki, vagy kik azok, akik szépirodalmi művek kapcsán megnyilatkozhatnak, és kik azok, akik nem? Hogyan viszonyul a műfaj az olvasóhoz? Továbbá: hogy hat egy-egy megszólalás a piacra?

A kilencvenes évek végére nem csak a kulturális intézmények berkein belül, hanem talán az egész magyar társadalom számára nyilvánvalóvá vált, hogy a hivatalos kultúra és ezek intézményei, így az irodalom, ezzel együtt pedig ennek ideo-

lógiailag ellenőrzött olvasata is megszűnt. Az irodalomkritikáról már a nyolcvanas években is folyt szakmai párbeszéd, de igazán éles nézeteltérések csak az 1996-os, a *Jelenkor* folyóirat hasábjain folyó vitában kerültek felszínre. A markáns, az olvasatok és az olvasók – valamint a nyolcvanas évektől intézményi szinten is egyre nyilvánvalóbban jelen lévő irodalomelmélet – viszonyát meghatározó esszék szerzői azt a problémát vállalták körüljárni, hogy a valaha volt kultúrpolitikai nyomás után keletkezett hiátust milyen formai, nyelvi, módszerbéli olvasatokkal lehetséges vagy szükséges betölteni. Ezen, az egész szakmát elsőként megmozgató, felkavaró 1996-os vitán belül a társadalmi értelemben vett politikai olvasatok elegyednek nyíltan vállalt és mélyen titkolt intézményi, kulturális pozícióharcokkal.

A második, kis kritikavitában viszont az éles szóváltások gyökere, mint feljebb említettük, egy inkább mediális, mint társadalmi természetű kultúrpolitikai válságban, vagy helyesebben: a radikális és az egész kulturális mezőt gyökeresen érintő változásokban keresendő. Itt az internet elterjedése révén átalakult kultúrafogyasztási és piaci szokások mentén, az új médium adta lehetőségekre és igényekre vonatkoztatva jelölték ki tevékenységüket és ezen belül saját helyüket az egyes felzólalók. A továbbiakban ennek a vitának a szövegeire reflektálnék.

A kis kritikavitában a webes kritika reprezentánsává és így a viták központi témájává a 2007-ben indult *Könyvesblog*, később pedig egy másik, a Telep-csoport szövegeit tartalmazó blog vált, s a WEB 2.0 lehetőségeit kihasználó beszédmódról szóló vitával, a jelenséget mint az internetes irodalom tünetét megragadni kívánó kritikai megszólalásokkal is kibővült. A blogokat övező botrányok – a *Könyvesblog*ot alapító Valuska László éles nyelvű bírálata az irodalmi közbeszédéről a *Litéra* 2007. július 4-én közzétett interjújában,⁶ illetve Dunajcsik Mátyás *Az olvasó lázadása* című, a *Magyar Narancs*ban megjelent cikke⁷ stb. – arra engednek következtetni, hogy egy új kritikus- és költőgeneráción belül, az új médium logikája szerint és a fennálló irodalmi intézményrendszerhez képest újragondolt irodalomkép kapcsán is megindultak a pozícióharcok és az irodalmiság mibenlétét firtató viták.

A magukat hivatalos olvasónak tekintő értelmezők és alkotók generációjának internetes jelenléte mellett szóhoz jut egy az új médium által nyilvánosságához jutó olvasói közösség is, amelynek tagjai, mint Dunajcsik írja a fent említett cikkében: „jöllehet, nem tartoznak a szűkebb szakmába, mégis bejelentik igényüket a kortárs irodalomra, s joggal lesznek idegesek – s ragadtatják magukat alkalmanként szalonképtelen vagy túlzó megnyilvánulásokra is –, ha azt látják, hogy az őket is képviselő állam által fenntartott kortárs irodalom és kritika egy döntő szelete nem számol velük.”⁸

Pedig az új hordozón a nem „szakmai” olvasatok sokkal nagyobb eséllyel, nagyobb mértékben jutnak el a fogyasztóhoz, mint a hivatalos „műalkotásokat” értelmező, és nem azok információtartalmát feldolgozó, ellenőrzött, kanonikus szempontú olvasat, hiszen ezek a közösségi csatornák (és maga az internet is) korlátlan és gyors hozzáférhetőséget biztosítanak a hálózat szövegeihez. A WEB 2.0 és a Facebook alkalmazásai révén pedig az internetes másodszövegek mentén kialakult egy dinamikus és mindenki számára egyforma feltételekkel hozzáférhető, nyitott vitatér. Ebben a konfigurációban tehát az irodalom és az irodalmi élet közvet-

lenül a közélet részévé válik. Nemcsak az irodalmi művek előállítás (megírása, kiadása, terjesztése) lesz nyilvános „közügy”, hanem minden, ami ezzel együtt, az interneten egyszerre jelen van és vesz minket körül – a kritikáktól a hozzászólásokon és az interjúkon át a különböző (irodalmi) tisztségeikig, a díjakig, a Facebook-oldalaink posztjaiig, s követőink lájkjaiig.

A kritikai diskurzus ilyen (f)elszabadulása a nyomtatott szöveg médiumában rekedt, hivatalos irodalmi intézményrendszer felől nézve a kritika „bulvárosodását”, a „dilettáns” erők betörését jelentheti. Ez a „betörés” pedig szükségszerűen a vita terébe utal egy másik, a polgári társadalom puritán etikájával kitermelt és az államszocializmusban is ápolt, a magaskultúra hazai mércéjével eddig másodlagosnak tételezett értékrendszert: a piacét. Ebben az értelmezésben az online közösségi média kritikafogalma a termékminősítés alapelvein nyugszik, amelynek elsődleges feladata nem kijelölni egy adott irodalmi szöveg helyét a kánonban, hanem eldönteni azt, hogy mit érdemes megvenni és mit nem?

Ha egy gondolat kísérlet erejéig ökonómiai (kultúra-gazdaságtani) terminológiával és gondolkodással szeretnénk vázolni az online kritika piaci szerepét, ezt úgy tehetjük meg, ha az irodalomra mint a szórakoztató ipar egyik ágára, az irodalmi alkotásra pedig, mint élményjóságra tekintünk.⁹ Az irodalmi termék előállításához szükséges közgazdasági folyamatok semmiben nem különböznek egy bármilyen más, a szabad piac részeként kezelt produktum (pl. egy okostelefon) előállításától, hiszen az irodalmi alkotás is szűkösen rendelkezésre álló erőforrásokat vesz igénybe: idő, energia, eszköz, valamint humán, gazdasági és kulturális tőke kell hozzá. A kulturális termékek tehát, így az irodalom, valamint ennek termékei és szolgáltatásai is gazdasági javak, a nemzetgazdaság részét képezik, a GDP-t is növelik.

A kulturális termékeknel, így az irodalomnál is az a kérdés, mit fogyasztanak a vásárlók és mi alapján. A kulturális javak, így az irodalmi jószág is – maradvány a kultúrákonómiai szakszavaknál – információs termék. Az „információs” terminus annál is fontosabb, mivel Niklas Luhmann szerint a társadalmi tömegmédiumok – amilyen az internet is, az ennek alhálózatoként működő Facebookról nem is beszélve – a mindig újként felkínált információval működnek jól, hiszen ezek a médiumok „termelik az időt, amely feltételezi őket, s a társadalom ezekhez igazodik”.¹⁰ A fogyasztói döntések fontos eleme pedig éppen az információszerzés.

A kultúra-gazdaságtan elképzelése szerint egy kulturális szolgáltatás megvásárlása esetén a fogyasztónál a várható, elképzelt hasznosság (megfelelő-e az adott termék az ízlésének, ismereteinek, világnézetének stb.) lehet a döntés motivációja, és a várható hasznosságról a potenciális vásárlók a több forrásból folyamatosan érkező információk segítségével tájékozódnak.

Az általam olvasott kulturális tárgyú közgazdasági elemzések a kulturális szférában élmény javakat és keresési javakat különböztetnek meg.¹¹ Az irodalom termékei inkább az utóbbi kategóriába tartoznak, hiszen a keresési javaknál a fogyasztói mérlegeléshez szükséges információ előzetesen áll rendelkezésre, ezek az információk pedig lehetnek az online (vagy offline) közölt kritikák, de a blogposztok kommentjei vagy a Facebook-lájkok száma is. Mindez abban segíti a fogyasztót, vagyis az olvasót, hogy a rendelkezésre álló információk közül kivá-

lassza azt, amely alapján a vásárolt termék által a megfelelő élményjóság birtokosa lehet. Az irodalom kritikákat közlő intézményei (a különböző irodalmi orgánmok) között tehát a megfelelő számú és minőségű keresési információk (kritikák, kommentek, lájkok) előállításában van verseny, s ennek a versenynek ma a legalkalmasabb színtere: az internet.

Az internetes kritika a témával foglalkozó Tófalvy Tamás szerint „szükségképpen alulról szerveződő gyakorlat, hiszen egy termékről csak egy független fogyasztó adhat olyan elfogulatlan véleményt, amelyet mások is megfogadnak”.¹² Az ebbe a gyakorlatba illeszkedő, alulról szerveződő online kritikai tevékenység alapvetően más szabályok szerint működik tehát, mint a jellemzően a kiválasztott művek elemzését, illetve egy kritikai kánonban való elhelyezését megcélzó felülről szerveződő „elit” kritikáé.

A kánonalkotó gesztusokkal élő, magát elitként meghatározó, intézményesült kritika normatív igényével szemben (mely a „nagy” kritikavita egyik legfontosabb kérdését adta) az online közösségekben megfogalmazott kritika, a beszélgetés elindítására törekszik. Ahol a kérdés – hogy például hülye-e Nádas Péter – szabadon, az irodalmiságot fenyegető veszély feltételezése nélkül feltehető, ennek kapcsán pedig egymással ütköztethetők akár nagyon szélsőséges vélemények is, hiszen ütközések ebben a közegben immár az információszerzés és egyes információk kizárása céljából történnek, azért, hogy megmutassák, a technikai fejlődés révén felszabaduló időt milyen szórakozással, vagyis milyen élményjósággal üssük el.

JEGYZETEK

1. Urfi Péter, *Kultusz és szafi*, <http://www.prae.hu/prae/articles.php?aid=638>, letöltés ideje: 2013. március 20.
2. Sári B. László, *Bevezető, avagy irodalomról és politikáról* = Uő., *A battyú és a görény*, Kalligram, Pozsony, 2006, 18.
3. Uő., 23.
4. K. Ludwig Pfeiffer, *A mediális és az imaginárius – Egy kultúranropológiai médiaelmélet dimenziói*, Budapest, Magyar Műhely – Ráció, 2005, 28.
5. Marsall McLuhan, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects with Quentin Fiore*, szerk. Jerome Agel, Corte Madera, USA, Gingko Press, 2001, 8.
6. „Unalmassá vált az irodalmi közbeszéd, mindenki hosszan tud értelmezni, megfutja mindenki a maga hermeneutikai körét, de kevesen vannak, akik megmondják a véleményüket.” Nagy Gabriella, *Próbálgatjuk a játékrendszert – Interjú Valuska Lászlóval, a Könyvesblog alapítójával*, <http://www.litera.hu/hirek/probalgatjuk-a-jatekrendszert>, letöltés ideje: 2013. április 8.
7. Dunajcsik Mátyás, *Az olvasó lázadása? = Az olvasó lázadása?*, szerk. Bárány Tibor és Rónai András, Pozsony, Kalligram, 2008, 123–134.
8. Uő., 131.
9. Vö. Petró Katalin, *A kulturális javak gazdasági jellemzői = Kultúra-gazdaságtani tanulmányok*, szerk.: Daubner Katalin – Horváth Sándor – Petró Katalin, Bp., Aula, 2000, 16.
10. Niklas Luhmann, *A tömegmédia valósága*, Pécs, Gondolat Kiadó – PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Pécs, 2011, 30.
11. Petró, i.m., 17.
12. Tófalvy Tamás, *A kritikus közösség = Az olvasó lázadása?*, szerk. Bárány Tibor és Rónai András, Pozsony, Kalligram, 2008, 109.