

Fényes Erika

Irodalmi téli fagy vagy szekuláris rítus? Nyáry Krisztián könyvei és a rituális kommunikáció

A könyvsorozat páratlan népszerűségével összefüggésben az alábbiakban annak okait vizsgálom meg, hogy a Nyáry-féle szövegek miért működhetnek ilyen nagy példányszámban és sikerrel a „valódi” tudományhoz képest, illetve honnan ered a szövegeket bíráló értelmiség képmutató és önbüntető attitűdje a populáris kultúra fogyasztásával kapcsolatban.

„A Nyáry Krisztián korunk félművelt világának, kereskedelmi televízió szocializálódott formavilágának téli fagyija. Én is nyalom, mert nem csöpög, meleg s ilyen hideg időkben, mint a mai, kevésbé veszélyes, mint egy Csáth Géza. A torkom sem gyullad be, azt hiszem, hogy művelt is vagyok; s vijjogva, sírva, kergetőzve hullok le az őszi avaron, anélkül, hogy tudnám, hol nyugszik Ady Endre, ki hadat üzenne bennem, ha olvasnám, látva ezt a sok disznófejű nagyurat, disznófejű hülyegyerekeket” – írja *kardosdoktor* a *mandiner.hu*-n. E hozzászólás Nyáry Krisztián *Így szerettek ők* című első könyvéről megjelent cikk alatt szerepel, és igen találóan foglalja össze azt az ellentmondást, amely az értelmiség kényszeres és önkéntes „értékdefiniáló” szerepe, illetve az emberek tényleges, hétköznapi kultúrafogyasztási igényei között húzódik. Írásomban egyebek között arra a kérdésre keresek választ, honnan ered a polgári réteg fölött álló „valódi” értelmiség képmutató és önbüntető attitűdje a populáris kultúra fogyasztásával szemben. Okot adhat-e az elutasításra az irodalmilag, tudományosan produktív réteg egyre mélyülő frusztrációja, a közbeszéd tematizálásában, a tömegek értékrendjének alakításában elvesztett szerepe? Az eredményhez Nyáry Krisztián sikerkönyveinek vizsgálatán keresztül szeretnék eljutni. További célom az, hogy láthatóvá váljon ezeknek a „vonal alatti tartalmaknak” a használati értéke. Ehhez a tradicionális, normatív szemlélet mellett az európai szociológusok által újabban felfedezett birminghami és egy amerikai irányzat elméleti megfontolásait szeretném segítségül hívni.

A szerző és könyvei

Nyáry Krisztián kommunikációs szakember, könyvkiadó, író, irodalomtörténész, az *Így szerettek ők 1–2*, az *Igazi hősök – 33 magyar*, a *Merész magyarok – 30 emberi történet* és a *Festői szerelmek* című könyvek szerzője. Eladott köteteinek példányszáma mára meghaladja a 200 000 példányt.

Így szerettek ők (Corvina Kiadó, 2012)

A könyv – alcíme szerint magyar irodalmi szerelmeskönyv – 40 magyar író és költő szerelmi életéről szóló „képes etűdöt” tartalmaz. Kiadásához az ötletet az a példa nélküli siker adta, amely a Facebookon közzétett írások megosztását követte. A szerző még 2012 januárjában a síelésről keresett fotót az interneten, amikor váratlanul rábukkant Radnóti Miklós és Gyarmati Fanni síruhás képére.

A vidám, fiatal pár képe megtetszett Nyárynak, és úgy gondolta, a fotót barátainak is látniuk kell, ezért közzétette a Facebookon. Néhány órán belül több százan osztották meg a képet, Radnóti idézetekkel egészítették ki, és kommenteket fűztek hozzá. Nyáry a bejegyzés népszerűségén felbuzdulva további képeket osztott meg írókról, költőkről, a hozzátartozó szerelmi történetekkel együtt. Idővel a magyarázó szövegek terjedelme egyre

hosszabb lett, és mind többen egészítették ki a saját információikkal kommentek formájában. Az oldal követőinek száma szinte egyik napról a másikra 30 ezer főre ugrott. Hamarosan megérkezett az ajánlat a kiadó részéről, és megszületett az *Így szerettek ők* első kötete. A kötet az év könyvsikere lett.

Így szerettek ők 2 – Újabb irodalmi szerelmes könyv (Corvina Kiadó, 2013)

A második könyvben újabb 40 magyar író és költő kevésbé ismert párkapcsolati történetei szerepelnek.

Igazi hősök – 33 magyar (Corvina Kiadó, 2015)

Nyáry következő kötetében nem a szerelem, hanem a társadalmi, politikai környezet kényszeríti az embereket cselekvésre vagy éppen ellenállásra. Harminchárom 19–20. századi magyar történetét ismerhetjük meg, akiknek élete, személyes döntései

ma is példaszerűek. „Igazi hősök”, akik a megfelelő pillanatokban helyesen cselekedtek, a nehezebb utat választották, és kisebbségben maradván is az igazságot képviselték.

Merész magyarok – 30 emberi történet (Corvina Kiadó, 2015)

A szerző ismét 40 olyan magyart vesz sorra, akik a legnehezebb helyzetekben is emberek tudtak maradni, s a legszélsőségesebb történelmi helyzetekben is rendíthetetlen szilárdsággal követték saját értékrendjüket, elveik és az elesettek védelmében.

Festői szerelmek (Corvina Kiadó, 2016)

Könyv ismét a szerelemről, ezúttal képzőművészekkel a fókuszban. Festők és múzsáik történeteibe nyer bepillantást az olvasó.

Forma

A kötetek kiállításukat tekintve látványosak, színesek, grafikailag és tipográfiaileg igényesen kivitelezettek darabok. A keménytáblás kötés, a lexikon nagyságú méret azt az illúziót kelti, mintha magát a műveltséget vennénk kézbe, és valódi irodalomtörténeti tartalmat fogyasztanánk. Erre a polgári kultúra hanyatlása óta mind a mai napig megfigyelhető könyvpiaci jelenségre Wolfgang Kayser hívja fel a figyelmet. Szerinte a „könyvbaráti” megjelenés paradoxona éppen abban áll, hogy a mulandóság jelenik meg a maradandóság köntösében, szemben műveltebb közönség számára szánt zsebkönyvekkel, amelyekben a maradandó könnyen elkoptatható, gyorsan elfogyasztható áru benyomását kelti (Kaisert [1956] hivatkozva Habermas 1962/1990: 248). Az egyik oldalon tehát a művelődésre vágyók számára könnyű hozzáférést lehetővé tevő „gazdasági”, a másik oldalon a kevésbé művelt társadalmi rétegek felé nyitó „pszichológiai könnyítést” találunk (Habermas 1962/1990: 246). Az *Így szerettek ők* vizuális megoldásai is egyértelmű üzenetet közvetítenek: a színes, látványos grafika, a szalagcímek, az oldal méretéhez képest túlzóan hatalmas képek a nagy példányszámú, tömegfogyasztásra szánt filléres sajtó megjelenését idézik.

Facebook

Az írók, költők szerelmi történeteinek gyors sikere, hirtelen jött népszerűsége a társasági oldal nyújtotta lehetőségeknek volt köszönhető. 2012-re a Magyarországon addig legelterjedtebb iwiw közösségi portál már veszített népszerűségéből, és az emberek váltottak a több lehetőséget nyújtó, jobb technológiai háttérrel rendelkező Facebookra. A sok újdonság között Nyáry szövegeinek szempontjából a legszerencsésebb változást az hozta, hogy a Facebook eleve arra lett optimalizálva, hogy képekre kattintsunk. A megosztható képekkel együtt hosszabb szöveges tartalmakat is meg lehetett jeleníteni. Így az irodalomtörténeti posztok kiaknázták a Facebook tömegeket vonzó tulajdonságát, hogy tudniillik az emberek a leginkább képeket szeretnek nézegetni, míg a kép alatti rövid szövegek gyakorlatilag

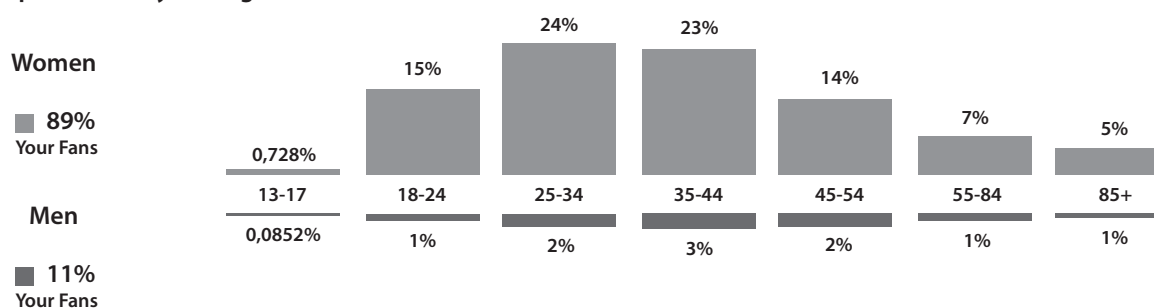
elolvastatták magukat. Már a legelső Radnóti-posztot 400–500 ember osztotta meg, majd az oldal látogatottsága egyik pillanatról a másikra „berobbant”. Ma (2017. április 30-án) Nyáry Krisztiánnak és köteteinek összesen 62 448 követője van, és ha lassabban is, de ez a mennyiség továbbra is növekszik. Képek nélkül ez a szám töredéke lenne a mainak, hiába elegendő néhány perc egy-egy bejegyzés elolvasáshoz.

Olvasók

A tartalmuk és a terjedelmük szerint tömegfogyasztásra szánt bejegyzésekről egyszerű lenne azt feltételezni, hogy olvasóik az „alsóbb” társadalmi osztályokból kerülnek ki, ám a történetek befogadása feltételez egyfajta tájékozottságot a magyar irodalmi élet szereplőinek életéről és műveiről. A könyvről folytatott beszélgetéseim során azt figyeltem meg, hogy a zömmel elitkultúrát fogyasztó férfiak a nők (kulturális) fogyasztói pozíciójának erősödésében látják a Nyáryéhoz hasonló, a magánélet kérdéseivel foglalkozó szövegek népszerűségének okát. Császi Lajos szerint a férfiak ugyanúgy fogyasztják ezeket a tartalmakat, a nők csupán nyíltabban vállalják kultúrafogyasztási szokásaikat – tehát nem követik a magaskultúra presztízsteremtő médiahasználatát úgy, mint a férfiak. Császi kutatásai során arra az eredményre jutott, hogy egy diplomás nő hamarabb bevallja, hogy bulvárt olvas, mint egy férfi, mert ez számára kisebb presztízvesztéssel járhat (Császi & Istvánffy 2010). A nők nyíltabban felvállalt preferenciái tükröződnek Nyáry Krisztián könyvei hivatalos Facebook-oldalának statisztikai adataiban is (lásd az 1. ábrát).

1. ábra
Nyáry Krisztián Facebook oldalát lájkolók megoszlása nem és életkor szerint

The people who like your Page



Forrás: Facebook (letöltés: 2017. IV. 30.)

Az 1. ábra szerint a nagyobb aktivitást igénylő kommentek, megosztások és posztolások mezőnyében a nők lekörözhetetlenül viszik a pálmát. Itt az elkötelezett nők 89 százaléka aktív, míg a férfiaknak csupán 11 százaléka osztja meg, posztolja, lájkolja az oldalon szereplő tartalmakat.

A férfiak alacsonyabb részvételi aránya az olvasótalálkozókra is kézzelfogható. Egy hazai közönségtalálkozón szinte csak nők vannak jelen. Érdekes kérdéseket vet fel ugyanakkor, hogy a határon túli közönségtalálkozókra a nemek aránya nagyjából egyenlően oszlik meg. Ebből arra lehet következtetni, hogy a magyarországi férfiak szemérmessége, passzivitása mögött nem biológiai determináltság rejlik, hanem elsajátított viselkedési minták magyarázzák.¹

¹ Nyáry Krisztián személyes közlése, 2015. III. 25.

Az 1. ábra adataiból annyi mindenképpen kiderül, hogy az oldal követői leginkább a 25 és 34 év közötti korosztályból kerülnek ki, és döntő többségük nő. Az oldal további adatai szerint az olvasók átlagéletkora 35 év, a legfiatalabb 10, a legidősebb 87 éves. Döntően városiak, diplomások, egyetemisták. Sok közülük határon túli magyar, a legtöbben Erdélyből, Londonból és Berlinből olvassák a bejegyzéseket.

Kritikák

Az *Így szerettek ők* első kötete olvasásnépszerűsítő hatása miatt 2013-ban elnyerte a Magyar Könyvtárosok Egyesülete által adományozott Fitz József-könyvdíjat és a XX. Budapesti Nemzetközi Könyvfesztivál irodalomtanárokból álló zsűrijének Budai-díját. Nyáry Facebookon vezetett blogja a HVG GoldenBlog versenyén 2013-ban a PopArt kategóriában első díjat nyert, mivel a zsűri szerint „emberközelbe hozta Facebook-Magyarország számára az irodalomtörténetet”, és elérte, hogy „örökre lekerülhetnek a sablonos íróportrék a tantermek faláról”.² A siker apropóján számtalan cikk született. Ezek többsége örömmel üdvözli a merész „újítót”, akinek „rövid írásai nem akarják átvenni az elemzés helyét, viszont odavonzzák a befogadói tekintetet a műalkotás környezetére; azokban is felkelthetik az érdeklődést, akiket a művészet körüli történet ragad meg”.³

A másik kör jellemzően irodalomtörténeti szempontból értékeli a szövegeket, és szembeesíti Nyáryt írásai tudományos és etikai hiányosságaival, amelyek a következők volnának:

- A történetek homályosak, kihagyásokra épülnek és rövidre zártak, kevés mozzanatot mozgósítanak, közhelyes pszichológiai és giccses művész-életrajzi regényekhez hasonló módon tudósítanak az élettörténetekről.
- Csonka, homályos szövegek; a szakmai szövegekben elvárt lábjegyzetek hiánya.
- A hermeneutika referenciatagadó korszaka után ismét a szerzői életrajzokra került a hangsúly; Nyáry könyvében az életrajz helyett a magánélet, és azon belül is a szerelmi élet történései vannak felülreprezentálva: „udvarlás, házasságkötés, megcsalás, asszonyverés, kibékülés, meg persze a szex” (Margócsy 2013).
- A hiányzó élettörténeti részleteket a fantázia segítségével egészíti ki, ezzel mellőzi a szakma tudományos követelményeit (Boldog 2014).
- A tudományos nyelvhasználat hiánya – legfőlegben egyszerűen összetett mondatok, mellérendelő szerkezettel.
- Bennfentes-bizalmaskodó stílus (Bíró-Balogh 2013).

Bíró-Balogh Tamás kritikája, ha nem is szándékosan, de egy ponton tökéletesen megfogalmazza Nyáry könyveinek jelentőségét, amikor egyenesen veszélyesnek ítéli a következők miatt: „úgy szól az irodalomtörténetről, hogy közben valami egész másról beszél” (Bíró-Balogh 2013).

Irodalomtörténet vs. sajtótermék

Az irodalomtörténészek kritikai cikkeiben felállított hiánylista megfelel egyes sajtóműfajok elvárásainak, épp ezért érdemes ezek értékelési szempontjai szerint vizsgálat tárgyává tenni a szövegeket.

Azonban nemcsak ez, hanem a Facebookon közölt első írások keletkezéstörténete is a tömegkommunikáció területére helyezi át a megfigyelés fókuszát, mivel az első megosztásra került történet születése is egy fényképhez kötődik. A további történetek keletkezésének kiindulópontja is mindig egy fénykép, amelyhez a szerző „kanyarít” egy történetet a levéltári adatok és a fantázia segítségével. A létrejött kötetben szereplő történetek tehát nem jöhetnek létre egy talált fénykép nélkül: hiába lenne egy jó történet, ha nincs hozzá megfelelő fénykép. Ez a mozzanat nagyban

² Zárójelentés, avagy tájkép díjátadó után, www.goldenblog.hu, 2013. szeptember 12., http://2013.goldenblog.hu/hirek/20130904_goldenblog_2013_dijatado_grund_eredmenyek.aspx (letöltés: 2017. V. 23).

³ Kálmán C. György ajánlása az első kötet hátoldaláról.

hasonlít a 19. század végén és a 20. század elején már tömeges mennyiségben gyártott *penny press* (filléres lapok), vagy más néven *yellow press* (sárga sajtó) hírtalálási és hírgyártási folyamataihoz, ahol a talált képhez az újságírók a szenzációs történetek nagy részét egyszerűen kitalálták (Bajomi-Lázár 2006).

A harmadik ok arra, hogy a vizsgálódás irányát a sajtóműfajok irányába helyezzük át, a gyártás és a terjesztés sajátosságaiban rejlik. Nyáry egyszemélyes kutatóközpontja, szerkesztősége és a terjesztés módja az újságírás kezdeteit idézi, amikor a nyomdászok – egyben szerzők, gyártók, kereskedők és terjesztők egy személyben – az első postával továbbították lapjukat a közéleti témákra éhes olvasókhöz. Nyáry „közleményei” az őskiadóvállalatok gyakorlatához visszatérő egyszemélyes szerkesztőségi munkán alapulnak. Az őskiadó modern kori megfelelője az úgynevezett *desk-top publishing* technológia, ami nem más, mint „az íróasztal tetején elférő kiadóvállalat” (Bajomi-Lázár 2006: 161). A számítógép és a vele együtt a world wide web megjelenése tette lehetővé az elterjedését, tudniillik azt, hogy egyetlen ember megírhat, megszerkeszthet és ma már egyetlen gombnyomással terjesztheti is a legyártott sajtótermékeket – a hagyományos szervezeti és piaci korlátok nélkül. Döntései, szerkesztési elvei olyannyira szabadok, hogy csak a közönség szórakoztatása befolyásolja.

Bulvár-e vagy?

A szövegek keletkezési folyamata tehát nagyban hasonlít a *yellow press* vagy a *penny press* hírtalálási és -készítési folyamataihoz, vagyis az újságíró egy talált képhez maga „kanyarít” egy történetet. A könyvek megjelenése is a klasszikus bulvárlapokét idézi. Blikkfangos fejezetcímei a szenzációkeltés, a kíváncsiság felébresztésére születtek, de ezek mindegyike primer művekből, naplórészletekből, levelekből kivágott sor. Első látásra úgy tűnik, hogy Nyáry a bulvárújságírás paradigmájának híve: tudósításai az emberi kapcsolatokra, botrányokra, szenzációkra és szenvedésre fókuszálnak. Nem a tárgyilagos valóságábrázolás a cél, hanem az irodalmi témák ember- és személyiség-központú bemutatása. Valóságábrázolása szelektív, célja a szórakoztatás, mégsem tekinthető egyenlőnek a hagyományos bulváretikával, sem morális, sem gazdasági értelemben. Hogy láthatóvá váljanak a különbségek és az azonosságok, a tudományos szövegek, Nyáry írásai és a bulvárhírek tulajdonságait az 1. táblázatban foglaltam össze:

1. táblázat

Azonosságok és különbségek a tudományos szövegek, Nyáry írásai és a bulvárhírek között

	Tudományos szövegek	Nyáry szövegei	Bulvár
Valóságábrázolás	reprezentatív	szelektív	szelektív
A valóságot...	objektíven bemutatja	leegyszerűsíti	a végtelékig leegyszerűsíti
Téma	a tudományterület felfedezései, dilemmái	írók, költők magánélete	hétköznapi emberek nem hétköznapi helyzetben, nem hétköznapi emberek hétköznapi helyzetben
Funkció	tájékoztatás	tájékoztatás szórakoztatás	szórakoztatás
Az ábrázolás	folyamatközpontú	ember- és személyiségközpontú	ember- és személyiségközpontú
Megjelenése	puritán	színes, figyelemfelkeltő, meghökkentő	színes, figyelemfelkeltő, meghökkentő
Terjedelem	hosszú	rövid	tömör, rövid
Cél	tudományos eredmények felmutatása	önmegvalósítás filológiai történetek/képek megosztása	profittermelés
Olvasói háttértudás	nagymértékben szükséges	csekély mértékben szükséges	nem szükséges
Finanszírozás	állami	eladásból származó bevételek	reklámbevételek
Hangnem	hivatalos	könnyed, kifinomult	hétköznapi

	Tudományos szövegek	Nyári szövegei	Bulvár
Erkölcsei tanulság	nincs	van	van
Az alkotó szerepe	tudós	tudós/blogger	sajtómunkás
Jellemző műfaj	tudományos értekezés	blogbejegyzés	bulvárhír

Az 1. táblázatból jól látszik, hogy bár az *Így szerettek ők* szövegei a tudományos szövegektől teljesen eltérnek, mégsem azonosak minden szempontból a bulvárszövegekkel. A valóságot és az emberi kapcsolatokat a bulvárhíreknél árnyaltabban mutatják be. Csak irodalmárok magánéletével foglalkoznak, a szórakoztatáson felül irodalomtörténeti információkat is közölnek, ami némi tájékozottságot igényel a befogadóktól. Szerkesztettségük, szóhasználatuk, nyelvi megformáltságuk kifinomultabb. Az alkotás célja az önmegvalósítás, az önkifejezés, nem pedig a profittermelés. Azonban nemcsak az említett különbségek miatt kerülendő a szövegek bulvárként való azonosítása. A bulvár, ez a leginkább magyar nyelvterületen használatos fogalom, itthon nemcsak egy műfajt jelöl. Császi Lajos „A média tabloidizációja” című munkájában fogalmazza meg azt az elnevezésben rejlő „ízlésítéletet”, amely Magyarországon a bulvár szóhoz tapad. Ez az „esztétikai alacsonyabbrendűség”, a szennyes, ócska tartalmak jellemzik a műfaj hazai megítélését. Munkájában épp ezért a bulvárt a nemzetközi *tabloid* kifejezéssel váltja fel, amely semleges, inkább „szociológiai jellegű” elnevezés (Császi 2003: 157). Ez a tisztább, szociológiai megnevezés lehetőséget nyújt a tabloidtartalmak előjelektől mentes befogadására és előnyeinek felismerésére, ezért a továbbiakban én is ezt a társadalmi használattal kapcsolatos kifejezést fogom használni.

Tabloid

„A tabloid egy sajtóműfaj, [...] gyakran a magán és a közélet metszéspontján jön létre, legfőbb ismertetője a szenzációkeltés, néha szkeptikus, néha mélyen moralizáló, hangneme populistá, formája folyamatos átmenetet képez a képzelet és valóság, valamint a hírek és a szórakoztatás között” – írja John Fiske (1992: 48). A szó 1906 óta használatos az angol nyelvben, és eredetileg az utcán, várakozás vagy utazás közben olvasható, vagyis kis formátumú újságokat jelölte. Legfontosabb ismertetőjegye a popularitás, a legszélesebb közönséget igyekszik megszólítani. A tabloid jellegzetesen az újságírás és a populáris kultúra találkozási pontjai mentén születik meg. A vizsgált szövegek keletkezése is hasonló találkozási ponton zajlik le: az irodalomtörténész Facebook-profilján szeretné szórakoztatni olvasóit. Leegyszerűsíti a műfaji meghatározást Kevin Glynn a tabloid jellemzőiről írt rövid listája, amely lefedi a művel kapcsolatos irodalomtörténeti kritika kifogásait. Ezek a következők:

- szubjektív nézőpontot alkalmaz,
- az érzelmekre, nem az értelemre kíván hatni,
- gyakran pletykán vagy másfajta nem megbízható forráson alapul,
- előszeretettel ábrázolja a deviánst, a groteszket, a botrányost,
- kedvenc témája a mindennapi erkölcs megsértése (lásd még Császi 2003).

A tabloid műfaj nemcsak a tisztán szórakoztató újságírás területét tartja fenn magának. „A tabloidizáció a média minden területét elérte” – írja Császi, azonban nem kizárólag a sajtóban jellemző a térnyerése. Ahogy Bíró-Balogh is írja, „megfelel a jelenlegi tudományos trendnek” a tudomány popularizálódása. A „tudásmonopólium eróziója” (Bíró-Balogh 2013: 323) a szakterület képviselőitől új hozzáállást kíván meg: a korábbi arisztokratikus, elzárkózó magatartás helyett csökkenteni kényszerülnek a tudomány és a szórakoztatás közötti távolságot. A Magyarországon megjelent kezdeményezések között jó példa a 2002-ben indult, nagy sikerű *Mindentudás Egyeteme* című sorozat. A francia mintára készült program a felvilágosodás kori *Nagy Enciklopédia* koncepcióját hivatott folytatni, és legfőbb célkitűzése az volt, hogy a szélesebb közönség számára is elérhetővé tegye a korszak legmagasabb szintű tudományos ismereteit és dilemmáit. A demokratizálódás folyamata azóta sem állt meg, ennek köszönheti sikerét a National Geographic csatornán futó *Eszement tudomány* című sorozat. A brit műsor házigazdája Tim Shaw excentrikus fizikus és mérnök, aki páratlan tudását figyelemfelkeltő, látványos kísérleteken keresztül osztja meg az utca emberével. Miután kellőképpen

ámulatba ejtette közönségét – egyebek között azzal, ahogyan egy tojásszönyegen landol helikopterrel, anélkül, hogy egyetlen héjat is összetörne –, feltárja a látottak mögött húzódó tudományos törvényszerűséget. Ez történik Nyáry könyvében is: az „elpletykált” titkok megbotránkoztatnak vagy elandalítanak, majd ráirányítják a figyelmet egy versre vagy regényrészletre, amely az irodalom nyelvén tartalmazza a feltárt valóságot. Nyáry Krisztián közvetít a regiszterek között, és ajtót nyit a szépirodalomra.

Kilúgozott életrajzok

A közvetítés a regiszterek között, a tabloidizáció azért tűnhet elsőre idegennek az irodalomtörténészek számára, mert ezzel ellentétes értékeket sajátítottak el akadémia szocializálódásuk idején. Az elzárkózó, arisztokratikus hozzáállás megfelelt az eddig követett tudományos trendnek. A kötetekben szereplő történeteket sem Nyáry fedezte fel, nagyobbik részük elérhető volt életrajzokon, naplókon és monográfiákon keresztül. Ezek között újdonságnak számít Radnóti Miklósné Gyarmati Fanni *Napló (1935–1946)* címmel 2014-ben, posztumusz megjelent kötete, amely kendőzetlenül dokumentálja házassága egyetlen évtizedét. A kötet egyébként a 2014-es könyveladási sikerlista második helyén végzett, megerősítve az olvasók magánéleti tartalmak iránti igényeit. Móricz Zsigmond szintén posztumusz kiadott, *Naplók* című kötetei szintén teljes részletességgel tartalmazzák Holics Janka halálának körülményeit és a Simonyi Máriával fellobbant szerelmet. A monográfiák többségét azonban csak az az ötszáz monográfiaolvasó fogja részletesen elolvasni, aki maga is tagja a tudományos paradigmakörnek. Így a „valóságot” csak a tudományos elit birtokolhatja, a hétköznapi emberek nem. Ezt látszik igazolni Szabó Lőrinc kései szerelmének könyvből kimaradt története. Szabó Lőrinc Erzsike iránti szerelme elérhető, olvasható és egyeztethető Nyáry írásával, mivel a jogutódok ezt a szöveget elérhetővé tették.⁴ A Szabó Lőrinc-i életműben azonban tisztázatlan maradt egy egész ciklus a még élő leszármazottak hozzájárulásának hiánya miatt. A költő ugyanis kései szerelembe esett Illyés Gyuláné Kozmutza Flóriával, és egy egész ciklusnyi szerelmes verset írt hozzá is. Ennek tényét a 2000 című irodalmi folyóirat hasábjain már publikálták (Péter 2014), de Nyáry könyvében nem jelenhetett meg a leszármazottak jóváhagyása nélkül. A leszármazottak szeretnék távol tartani magukat és elhunyt szeretteiket a Nyáry-féle szövegek és olvasóik „alsóbbrendű” erkölcsiségétől, amely a kritikák szerint „nem tesz különbséget szerelem, házasság és nemi élet között” (Margócsy 2013). És valóban: a szerelmes könyv nem a konvencionális, mindent „társadalmiasító” középosztály értékeit védi, hanem az „alsóbb” osztályok érzelmi szükségleteit, aktív részvételi igényét elégíti ki populáris formában (Császi 2003).

A középosztály értékeinek védelme az alkotók hivatalos életrajzain keresztül valósul meg. Ennek gyökerei a 19. közepéig nyúlnak vissza, amikor a hivatalos tanmenetbe polgári olvasmányok kerültek. A tudósok, alkotók, történelmi személyek kultikus életrajzai váltották fel a szentek élettörténetét. Ami nem fért a keresztény közérkölc szerinti példakép funkcióba, azt egyszerűen kihagyták. A későbbiekben a keresztény értékeket felmutató hősök helyett a nemzetért, a mozgalmakért, majd a kommunizmusért küzdő alakokat lehetett csak megismerni. Feltételezhetjük, hogy az új megközelítés a kortárs etika szerint konstruálja újra Nyáry munkáiban az életrajzokat. A valóságselemek szelekciója a késő modernitás középosztálybeli olvasóközönségének értekei szerint történik, amely közönség tudatosan választja ki a számára „örömet szerző” és hasznos tartalmakat, és nem egy centralizált kultúra propagandisztikus törekvései diktálják azokat. Ezekben a szövegekben a bulvárra ugyanúgy éhes, „igényesebb” közönség található meg a magánéleti témák számára elfogadható színvonalú kibeszélését. Ebben segít a már említett hasonlósági „könnyítés”, mivel a szerzőkkel a könyv iskolázottabb olvasói könnyebben azonosulnak például a hűség–hűtlenség-kérdésben, mint Gáspár (Győzike) Győző vagy bármely valóságshow-szereplő esetében. A „kifinomultabb” lelkű emberek valószínűleg nem is szeretnek mások magánéletében vájkálni, ebben azonban Nyáry szerint segít a történetek időbeli távolsága. Tudniillik minél közelebb áll időben hozzánk a botrányos vagy tragikus magánéleti esemény, annál szemérmesebben közelítünk hozzá. Egy avar kori sírhely feltárását például izgatott érdeklődéssel követjük nyomon, megbámuljuk egyenként a csontokat, és örülünk egy-egy koponyának. Ugyanez egy második

4 Vékesné Korzati Erzsébettel folytatott 25 évnyi viszonyát az *Erzsike* című, 1955-ben írt munkájában teljes részletességgel örökítette meg.

világháborús tömegsír feltárásánál elképzelhetetlennek tűnik. Ez a felismerés a befogadás kettősségét mutatja: egyrészt a történelmi, kulturális közelség növeli az olvasottak hatását és megkönnyíti és beépülésüket, másrészt az időbeli távolság kellőképpen eltávolít, és lehetővé teszi a szemérmetlen vizsgálódást.

Transzmisszió helyett rítus

A következőkben szeretném bemutatni a populáris média néhány megközelítését, amely – reményeim szerint – az irodalomtörténészek kritikai nézőpontjához képest jelentős perspektívaváltással jár, és a műfaj olyan értékét mutatja meg, amely messze túlmutat az olvasás népszerűsítésén. Hogy megvilágítsam a könyveket ért kritika és siker mögött húzódó folyamatokat, két társadalomtudományi elmélet irányából közelítem meg a vizsgált jelenségeket. Az első a médiával kapcsolatos közgondolkodásban a mai napig uralkodó, klasszikus frankfurti iskola, amelyhez Jürgen Habermas *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása* (1962/1990) című munkáját vettem alapul. A Habermas által képviselt elmélet a média normatív megközelítése: azt feltételezi, hogy a média elsődleges feladata a tudást, a jó ízlést, az erkölcsöt továbbítani az emberek felé. Ezt a transzmissziós tulajdonságát az elmélet hívei szerint nem teljesíti, mivel nem „emeli fel” az embereket, csak a piaci vagy politikai érdekek mentén manipulálja őket. Ez az iskola önmagában tehát csak a könyv elutasítására ad magyarázatot, azonban teljesen alkalmatlan arra, hogy megvilágítsa a sorozat gyakorlati sikerét. A megértéshez egy másik elméleti iskola megállapításait szeretném segítségül hívni, amely a birminghami és a neodurkheimi nézet követőit egyesíti. Az általuk képviselt elképzelés szerint nem a média hat az emberekre vagy használja az embereket, hanem az emberek használják és saját szükségleteik szerint alakítják a médiát. Ezek a nézőpontok nem azt összegzik, mit hogyan kellene vagy nem kellene leírni a Nyáry-féle szövegekben, hanem azt, hogy azzal, amit leír, milyen célt szolgál. Az irodalomtörténészek kritikáiban hasonló szembenállás jelenik meg, tudniillik a szórakoztatónak szánt szövegeken a habermasi polgári nyilvánosság értékeit kérik számon, miszerint „okoskodó magánemberek” fórumaként, a társadalom mindenkit érintő kérdéseinek, racionális érdektelen tisztázását kell kizárólagosan szolgálniuk. Nyáry bírálói nem számolnak azzal, hogy a polgári nyilvánosság ideálja helyett a valóságban egy plebejus nyilvánosság is létezik és kommunikál a tömegmédián keresztül. Éppen ezért a közbeszédet uraló habermasi nyilvánosság- és kommunikáció-értelmezéssel szemben kiegészítő irányzatokat is bevonok az értékelés körébe, nevezetesen a rituális kommunikáció neodurkheimi elméletét, az amerikai iskola warneri nyilvánosságparadigmáját.

A neodurkheimi irány: a kommunikáció mint rítus

Megállapítottam, hogy Nyáry Krisztián történetei nem tudományos szövegek, hanem populáris tabloidok. Ennek megfelelően a pozitivisták értékeken alapuló tudomány szempontjából értéktelenek. Mégis mi lehet a népszerűségük titka? Császi Lajos „A média tabloidizációja” című munkájában (2007: 10) John Langerra hivatkozva ezt írja: „Langer szerint a tabloidok nem azért jók, mert sok ember vonzanak – hanem azért, mert másfajta tudást, másfajta kulturális logikát testesítenek meg, azaz más módon járulnak hozzá egy közösség életéhez.” Nyáry történeteit nem az irodalomtörténeti tények viszik sikerre; ezek csak fokozzák az iránta táplált érdeklődést, és lehetővé teszik egy „felemelkedőben lévő csoport” (Habermas 1962/1990: 257), illetve a kulturális elit egy része számára, hogy bekapcsolódjon a tabloid történetek élvezetébe. Nyáry könyveiben ugyanis azok a mindenkit érintő emberi történetek szerepelnek, amelyek a leginkább foglalkoztatják a társadalom egészét, mivel szervesen kapcsolódnak az emberi lét kérdéseire, azonban az iskolázottabb emberek számára eddig nem voltak elérhetőek. Eddig csak a primer műveken keresztül juthattak hozzá, de azok bonyolultsága, többértelműsége teljes odafordulást igényel, ami ugyanúgy megnehezíti az azonosulást, mint a hétköznapi bulvár végtelenségig leegyszerűsített világa. A kifinomultan megfogalmazott, de mégis egyszerű pletykának ható történetek sokkal többet adnak az olvasóknak, mint ami első pillanatban látszik: az identitásképzés, az orientáció a közösség kulturális struktúrájának alapját jelenti. Császi ennek értelmében a következőket írja:

„...a média a mai társadalmak elektronikus folklórja, amely ugyanúgy orientálja, informálja, szórakoztatja, szabályozza, kritizálja, motiválja az embereket, mint az orális folklór. A populáris médiában a mindennapi élet szokásainak, tapasztalatainak, értékeinek, vágyainak, félelmeinek, hiedelmeinek, reményeinek szimbolikus kifejezését látjuk, amelyeken a társadalom normatív rendjéről alkotott kollektív képünk, a közmorál is alapul” (Császi 2002: 13).

Ha Nyáry szövegeit vizsgáljuk meg ebből a szempontból, láthatóvá válik, hogy a szövegek nem információt adnak át, hanem „drámát” közvetítenek, amelyben a „jó” és a „rossz” ütközik meg (vö. Carey 1992: 21). Ez egyfelől a kilúgozott élettörténetek leleplezését jelenti, másfelől a felszabadított történetek szereplőinek morális válságainak bemutatását. A szembeállítás nyomán előbb felbomlik az addig elfogadottként kezelt morális szerkezet, majd új elemmel gazdagodva újraépül. Az emberek aktív részvétele kulcsfontosságú ahhoz, hogy a Nyáryéhoz hasonló tabloid szövegek elérjék céljukat: az azonosulás nyomán a befogadó érzelmeket táplál, elhatárolódik vagy elfogad, ennek során megerősíti, felülírja magában a létező morális programot.

Ez a közös munka, a rítus a neodurkheimi elmélet alapja, amelynek fogalmi bevezetése James W. Carey nevéhez fűződik, és amely szerint a média aktusai nem mások, mint a szakrális rítusok modern, szekuláris változatai. Császi Lajos *A média rítusai* című munkájában a következőképpen mutatja be ezt a kommunikációelméleti terminust:

„A modernizáció és a szekularizáció felbomlasztotta a tradicionális társadalmakra jellemző korábbi homogén morális rendet. A modern világban többé nem található olyan mindenki által elfogadott értékek, amelyek behálózják a társadalmi élet minden területét, és megmondanák, hogy mi a »Jó« és mi a »Rossz« [...] A szakrális értékeket szekularizált szabályok váltották fel, amelyekből a társadalom számára a legfontosabbak az erkölcstől függetlenített jog intézményén belül önállósodtak” (Császi 2002: 20).

A rítus – tartalmát tekintve – a tradicionális, szakrális társadalmakban mindig valamilyen szentséghez kapcsolódik, és ezen keresztül az a funkciója, hogy szétválassza a jót a rossztól. A hagyományos rítusok a szakrális helyekről átkerültek a média világába. A szekuláris világban profán történetek segítségével teszik ugyanezt, és teljesítik be feladatukat: társadalmi egységet teremtenek, kijelölik a társadalom közös értékeit és a bűnöket is a megbélyegzés folyamatán keresztül (Rothenbuhler 1998).

A szövegek olvasása közbeni folyamat a szakrális szövegekben megszokotthoz hasonlóan megy végbe: jó és rossz, élet és halál, öröm és bánat, siker és kudarc, hűség és hűtlenség ütközik meg egymással folyamatos megtorpanásra, majd morális állásfoglalásra kényszerítve az olvasóit.

A Habermas-nál tapasztalt, jellemzően szétválasztó kultúratudományi elmülethez képest – amely elkülönítette a „magasabb” kultúra és az „alacsonyabb” kultúra szövegeit, és hierarchikusan szétválasztotta a dekódolásukra alkalmas csoportokat – ez a nézőpont azt vizsgálja, hogy mi a közös ezekben a közösség integrációjához nélkülözhetetlen szövegekben. John Hartley Shakespeare *Makrancos Katáját* hozza fel példaként, amely első sikere után számtalan feldolgozást ért meg. Magaskultúrából indult karrierje számtalan populáris feldolgozást ért meg. Először Charles és Mary Lamb írt gyerekmesét a történetből (1800 körül), majd több további feldolgozást követően Cole Porter írt musicalt belőle *Csókolj meg, Katám!* címmel. 1967-ben Zefirelli csinált belőle filmet Richard Burton és Liz Taylor főszereplésével. A Szovjetunióban termelési drámát és balettet is írtak belőle, végül 1999-ben *Tíz dolog, amit utálok benned* címmel vitték sikerre modernizált változatát az amerikaiak. Hartley legfőbb észrevétele azonban az, hogy az ausztrál Big Brother egyik szereplőjének, nevesül Katrina Mianinak a fejlődéstörténete is kísértetiesen hasonlított Shakespeare *Katájához* (lásd Császi & Istvánffy 2010). Ugyanannak a moralizáló-orientáló történetnek különböző regiszterek számára befogadható változatai élhetnek egymás mellett, azonosságukkal egységet teremtve a társadalom tagjai között. Nyáry történetei sem tesznek mást, mint „magaskultúráról” „középkultúrára” fordítanak, miközben elvégzik az eredetileg szakrális szövegekhez fűződő funkciót, a társadalom közösséggé integrálását.

A közösséggé integrálás a rituális kommunikáció legfőbb eleme. Ez a költői, írói életrajzok esetében oly módon jön létre, hogy az olvasott részek közös tudásként raktározódnak el, és meghatározzák a közösség tagjainak identitását, prekoncepcióit. Ha például Radnóti Miklós *Nem tudhatom* című versét megmutatjuk egy külföldinek, csak egy szép hazafias vers szépségeit élvezheti. Ha azonban a szerzői élet ismeretében olvassuk el, mélyebb, megrázóbb élményben lesz részünk. Azok, aki nincsenek tudatában a történetének, kiszorulnak a művet mélységeiben is élvezők közösségéből.

Mint már említettem, *Az így szerettek ők* egy társas portálon indult el hódító útjára. A rítus számára ennél optimálisabb környezetet nehéz elképzelni küldetése teljesítéséhez. A szituáció a befogadó számára még nagyobb aktivitást és interaktivitást tesz lehetővé, mint a hagyományos tömegkommunikációs platformok. A rituális kommunikáció alapja a befogadói aktivitás, a résztvevők a morális probléma felvetése után közösen teremtik meg a társadalmi normákat és választják el azoktól a nemkívánatos viselkedési módokat a kommenteken keresztül.

A neodurkheimi szociológia a rítusok tekintetében megkülönböztet *pozitív, megerősítő és szubverzív, negatív rítusokat* (Császi 2002). A pozitív rítusok célja valamely fennálló érték megerősítése; ilyen például Benedek Elek és Fischer Mária története, amely az életem át tartó szerelem és házastársi hűség értékét erősíti meg. Nyáry könyvében azonban - ugyanúgy, mint a populáris médiában - a negatív rítusok is jelen vannak. Ezek a történetek a leginkább a devianciáról, az erkölcsi normák áthágásáról és annak következményeiről, a „büntetésről” szólnak, morális állásfoglalásra és elhatárolódásra készítve olvasóikat. Direkt módon ilyen például a súlyosan morfinista Csáth története vagy a rettenetes természetű Böhm Arankaé, aki a halálba üldözte férjét beteges hisztériáival. Számos történetben azonban nem a szereplők ütköznek meg a társadalmilag elfogadott normákkal, hanem a politikai vagy a társadalmi környezet cselekedetei váltják ki az állásfoglalási és elhatárolódási kényszert. Ilyen például Radnóti Miklós és Szerb Antal meggyilkolása vagy Hamvas Béla évtizedeken át tartó mellőzöttsége, méltatlan életkörülményei, amelyek fölött a társadalom szemet hunyt. Ezek a történetek az egymás iránti felelősség kérdését vetik fel, és egy olyan világ értékrendje felé orientálnak, ahol nem engedhetjük meg, hogy ezek a dolgok megtörténjenek. A populáris tartalom tehát nemcsak szórakoztat és megbotránkoztat, hanem megerősítő vagy szubverzív rítusain keresztül strukturálja is a közösség tagjainak identitását, megteremtve annak reményét, hogy szakrális kapaszkodók nélkül is lehet egyfajta homogén morális rend, amely irányítúként szolgálhat a mindennapi életben.

Warner: A tömeges szubjektív nyilvánosság

Ha Michael Warner a középiskolában a hazai irodalomtankönyvekből sajátította volna el az írók, költők élettörténetét, bizonyára nagy örömmel üdvözölte volna Nyáry Krisztián könyvét. Az újabb amerikai szociológia egyik képviselője könyvében mintha csak az aktuális központi nyilvánossághoz igazított szerzői életrajzokról fogalmazott volna meg kritikát a „*The Mass Public and the Mass Subject*” (1993) című munkájában. Eszerint a polgári nyilvánosság megkövetelte, hogy szereplői megszakítsanak minden kapcsolatot a saját testükkel, a vágyaikkal. Mint a burzsoá nyilvánosság szubjektumai, csupán annak társadalmi értékeit voltak hivatottak közvetíteni. Így a személyiség azon részei, amelyek nem ezeket az értékeket erősítették, nem kerülhettek a nyilvánosság elé, a hiányzó részeket pedig mesterséges elemekkel pótolták.

Warner szerint a tabloid legnagyobb érdeme az, hogy megszabadítja az üzeneteket a „középosztálybeli fehér férfi uralma alól”. Lehetővé teszi az eddig „láthatatlan” marginális csoportok nyilvánosságban való részvételét (Warner 1993: 110). Ez az elképzelés a habermasi egymás utáni (előbb reprezentatív, majd polgári) nyilvánosságok helyett az egymás mellett létező nyilvánosságok közegét teremti meg. Ezzel megnyílik az út ahhoz, hogy a nyilvánosság a valóságos „társadalom értékrendjének nyilvános konstrukciója” (Császi 2002: 13) lehessen.

Irodalmi arcképcsarnokunk eddig őrzött idealizált képei helyett a tabloidizáció folyamatának köszönhetően valóságos emberek történeteit kaptuk meg Nyáry Krisztián munkájának nyomán. A warneri koncepció szerint az irodalmi szerelmes könyvben jut hely a transzszexuális költőnek, élhet posztumusz *coming out*tal a Himnusz nagy költője, és végre védelmet kap a bántalmazott, meggyötört Szendrey Júlia is. A tömeges szubjektív nyilvánosság korszakának beköszöntével végre felszabadíthatjuk az „elfojtott ént”, szembenézhetünk saját magunkkal, és újra konstruálhatjuk értékeinket a valódi nyilvánosság alapjain.

Irodalom

- Bajomi-Lázár Péter (2006): *Média és társadalom*. Budapest: PrintXBudavár Zrt.
- Bíró-Balogh Tamás (2013): „Pletykaapu”, *Irodalmi Jelen*, július.
- Bíró-Balogh Tamás (2014): Színésznőket szerettek. *Irodalmi Jelen*, május.
- Boldog Zoltán (2014): „Vannak-e a holtaknak személyiségjogai?” Interjú Hász-Fehér Katalin irodalomtörténésszel, *Irodalmi Jelen*, február.
- Carey, James W. (1989): *Communication as Culture. Essays on Modernity and Society*. New York & London: Routledge
- Császi Lajos (2002): *A média rítusai*. Budapest: Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Császi Lajos (2007): A mindennapi élet tabloidizációja a populáris médiában, http://real-d.mtak.hu/379/4/dc_17_10_doktori_mu.pdf (letöltés: 2017. IV. 15.).
- Császi Lajos & Istvánffy András (2010): „A makrancos hölgytől a Big Brotherig”, *Médiakutató*, IX. évf., 2. sz., 37–45. o.
- Császi Lajos (2003): A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle*, XII. évf., 2. sz., 157–172. o.
- Fiske, John (1992): Popularity and the politics of information. In: Peter Dahlgren & Colin Sparks (eds): *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Habermas, Jürgen (1962/1993): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Margócsy István (2013): Irodalomtörténeti Story magazin, *Élet és Irodalom*, 5. szám.
- Nyáry Krisztián (2012): *Így szerettek őket*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Nyáry Krisztián (2013): *Így szerettek őket 2*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Nyáry Krisztián: (2015): *Igazi hősök – 33 magyar*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Nyáry Krisztián (2015): *Merész magyarok – 30 emberi történet*. Budapest: Corvina Kiadó.
- Nyáry Krisztián (2016): *Festői szerelmek*. Budapest: Corvina Kiadó
- Péter László (2014): Szabó Lőrinc utolsó szerelme, 2000, 7–8. sz., 57–65. o.
- Rothenbuhler, Eric W. (1998): *Ritual Communication. From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- Szabó Katalin: A tudásmonopólium eróziója: A civiltudomány. *Educatio*, 3. sz., 323–336. o.
- Warner, Michael (1993): *Fear of a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Warner, Michael (1993): The Mass Public and the Mass Subject. In: Bruce Robbins (ed.): *The Phantom Public Sphere*, pp. 234–256. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Zárójelentés, avagy tájkép díjátadó után (2013): [www.goldenblog.hu](http://www.goldenblog.hu/hirek/20130904_goldenblog_2013_dijatado_grund_eredmenyek.aspx), szeptember 1. http://2013.goldenblog.hu/hirek/20130904_goldenblog_2013_dijatado_grund_eredmenyek.aspx (letöltés: 2017. V. 23.).

Abstract

Nyáry Krisztián is the author of a uniquely popular series of books: he discusses the private lives, especially the love life, of classic literature writers and poets. This study analyzes the reasons of his books' popularity compared to the high-brow literature history books. It also examines the hypocritical and self-punishing attitude of the critical intellectuals relating to all types of consumption of popular culture.

Fényes Erika 2009-ben végzett a Szegedi Tudományegyetem magyar–kommunikáció-szakán. Érdeklődési területe a tömegkultúra és a társadalmi nyilvánosság tabloidizáció nyomán bekövetkező alakváltozása. A témában megjelent könyve: *Irodalmi téli fagy vagy szekuláris rítus? Nyáry Krisztián Így szerettek őket-sorozatának értékei a rituális kommunikáció elméletének tükrében* (Progresszo Print, 2015).