

irodalmi napok

HANSÁGI ÁGNES

Jókai sikere

EGY ÍRÓI PÁLYA IRODALMI ÉS GAZDASÁGTANI ASPEKTUSAI

Amikor a nemzeti díszkiadás elnyeri a párizsi világkiállítás nagydíját,¹ Jókai már évtizedek óta állandó szereplője a világsajtónak. A Bismarck-interjú (1874)² három hét alatt teszi meg A Hontól a The New York Times hasábjaiig vezető utat:³ ekkor már mindennek hírértéke van, amit Jókai tesz vagy mond. Regényei sikerre viszik a Pesti Naplót, majd riválisát, A Hont, novellái a legendás néplapot, a Vasárnapi Újságot, kivételes humora pedig az élclap Üstököst. Alkotótársa Erkel Ferenc és Johann Strauss; a korabeli tudósításokból ismerjük fellépéseinek hatását. A következőkben arra teszek kísérletet, hogy számbavegyem, túl szövegeinek csupán a legnagyobbakra jellemző nyelvi összetettségén és leleményén, mely tényezőknél köszönhetően tudta Jókai, ember és mű, 170 éven át a publikum figyelmének és idejének szabad kapacitásait ilyen mértékben használatba venni. Feltételezésem szerint ugyanis a *siker* az irodalom ökonómiai horizontján a *figyelem* és az *idő allokációjaként* ragadható meg.

Thienemann Tivadar (1890–1985) a 19. század irodalomfelfogásának alakulástörténetében azért tekintett döntő fordulatként Wilhelm Scherer *Poetik* (1888) című munkájára,⁴ mert Scherer „vizsgálatai körébe vonta a közönség kérdését”. Felismerte, hogy „nincsen irodalom közönség nélkül, valamint, hogy az olvasó ki nem iktatható, integráns eleme az irodalom társadalmi funkciójának.”⁵ A magyar irodalom 19. századi történetében először Kisfaludy Károly, majd Jókai Mór szövegei jelzik – nem a teória, hanem a műalkotások primer, konkrét szintjén – ezt a fordulatot. Kisfaludy vígjátékaiban, Jókai regényeiben és novelláiban feltűnően gyakran tematizálódik maga az irodalom, a könyv; válik jelenetalkotóvá vagy cselekményelemmé az olvasás folyamata és ténye, a szereplőket gyakran jellemzi az, hogy *mit* vagy *mit nem* olvasnak.⁶ A magyar irodalmi közgondolkodásban azonban az a századfordulóra Európában egyre közkeletűbb felfogás, amely a közönséget az irodalomtól elválaszthatatlannak tekintette, lényegileg idegen maradt. A *publikum* integrációja az *irodalom* fogalmába csupán részlegesen ment végbe. Ez pedig kétségtelenül szerepet játszott abban, hogy a „siker”, amely a 19. század végétől az olcsó könyvek megjelenésének és a tárcaregények töretlen divatjának köszönhetően szükségszerűen közönségsiker is jelentett, az irodalmi „érték” szempontjából továbbra is „gyanús” kategória maradt.

Az Irodalmi Napok 2016. november 15-én tartott, *A siker* című tanácskozási anyag szerkesztett szövegei.

Tolnai Vilmos (1870–1937), akit a szó betű szerinti értelmében joggal nevezhetünk a magyar irodalomtörténet „rendszergazdájának” – hiszen a *Bevezetés az irodalomtudományba* az első szisztematikus áttekintés az intézményesült irodalomtudomány területeiről, feladatairól és módszertanáról, több vonatkozásban pedig máig érvényesen vázolta fel a diszciplína metodikai térképét, az egyes területekhez rendelhető eljárásokat és ezek egymáshoz való viszonyát –, a „siker” fogalmát *A közönség és a szerző* címet viselő 25. §-ban tárgyalta.⁷ Tolnai meglepő pragmatizmussal közelíti meg a siker kérdését. A mai olvasó számára váratlan tárgyilagossággal választja el azokat a kulturális regisztereket egymástól, amelyek az irodalmi kínálat könyvpiaci egészét alkotják. Tolnai, aki nyilvánvalóvá teszi, hogy az esztétikai/irodalmi érték és a „vált fülűeknek” szánt (elit)irodalom nézőpontjából vizsgálja a siker kérdését, nem tekint el attól a tapasztalattól, hogy a „siker” a közgondolkodásban általában számszerűsíthető, mérhető, vagyis leggyakrabban konkrét gazdasági eredményességet jelent. Azt az ellentmondást, hogy a rövid távon nyereséges könyvek hosszabb időtávon teljesen sikertelennek bizonyulnak (sokszor két évtized vagy akár néhány év múltán is elképzelhetetlen az újrakiadásuk), miközben az első megjelenéskor gazdasági bukást átélő szerzők és szövegek, ha az irodalom esztétikai tengelyén időtálló, amit alkottak, hosszútávon akár „nyereségesek” is lehetnek, csak a regiszterek elhatárolásával, a „használati” és az „esztétikai” irodalom⁸ megkülönböztetésével tudja feloldani. „Az irodalmi életnek megvannak a maga föltételei a közönségben is. Az irodalom lehet a közönségre nézve a szórakozás, a mulattatás, az unaloműzés eszköze. Ezek igen jó könyvfogyasztók, tehát gazdaságilag kedvezők; de az irodalmi és az erkölcsi értéket aláüresztik, megrontják, mert az írók arra kényszerítik, hogy a közönségnek kedvét keresse, magát múlt szeszélyeinek alárendelje, hogy a tömeg lelkének szolgája legyen. Ez a viszony csak megrontó hatással lehet az irodalomra, mely éppen ezért, hogy olvasóinak alacsony ösztönét izgassa, mételyt árul. A nemes irodalom mindig fölötte áll közönségének, irányítója, vezetője és emelője. Éleszti benne az olvasás vágyát, lelki szükségé teszi; s míg egyrészt a kevés kiválasztottnak, az értőknek a legmélyebb élvezetet nyújtja, addig másrészt az örökké kiskorú tömeg nevelőjévé lesz.”⁹

A vállaltan elitista Tolnai, miközben elismeri azoknak a „nem esztétikai” funkcióknak a társadalmi létjogosultságát (és talán hasznosságát is), amelyeket a „használati” irodalom tölt be, az „esztétikai” irodalomra nézve nemcsak frusztrálónak, de fenyegetőnek is tekinti azt a túlsúlyt vagy még inkább transzparenciát, amelyet a társadalmi nyilvánosságban a használati irodalom képvisel. Elsősorban azért, mert az irodalmi piac nyereségének nagy részén a használati irodalom osztozik. A *nyereségesség* viszont a gazdaság rendszerkódja, amely a sikert jelenti. Vagyis az efemer, használati irodalom szükségképpen tűnik sikeresebbnek a gazdasági szempontból sokszor veszteséges esztétikai irodalomnál. Tolnai ezért az irodalmi piacon elérhető siker helyett a siker különféle, egymástól élesen elváló típusait definiálja: „A *siker* néha tisztán *irodalmi* és *erkölcsi siker*, ilyet ért Vörösmarty Zalánja; lehet *könyvsiker*, mikor a mű egymás után több kiadást ér: Dugonics Etelkája, Tompa Népregéi; lehet *anyagi siker* is, mikor a könyvsiker szerzőjének (még inkább kiadójának) bő hasznot hajt. Manapság könyv- és anyagi siker együtt járnak, de egyáltalán nem jelentenek egyszersmind irodalmi sikert is. Némely divatkönyv

rövid időn belül sokszoros kiadást érhet; *divatsiker*, hogy azután teljesen feledésbe merüljön; míg sok értékes könyv kiadásai éveken át alig fogynak el, de azért újra meg újra ki kell adni őket.”¹⁰ Tolnai a „sikert” történetileg is változó jelenségként tárgyalja. Az irodalmi nyilvánosság és az irodalmi piac folyamatszerűségére nemcsak példái reflektálnak, hanem az is, hogy a különféle sikertípusok rendszerét dinamikusként ábrázolja: a 18–19. század fordulóján még egymással ellentétes pólusra helyezett *anyagi és könyvsiker* a 20. század első felében (a könyv megírásának idején) már nem különíthetők el egymástól. Az irodalmi/erkölcsi és a gazdasági sikert azonban Tolnai továbbra is szembeállítja egymással, mintegy azt sugallva ezzel, hogy a kettő kizárja egymást, egybeesésük elképzelhetetlen. Ezért is lehet különösen tanulságos, hogy a „siker” fogalmát tárgyaló két oldal bőséges példaanyagában nem szerepel Jókai Mór neve.¹¹

Tolnai okfejtését nyomon követve érthetjük meg, hogy Jókai első modern monográfiája, Zsigmond Ferenc miért tekinti „csapásnak” Jókai kritikai értékelésére nézve Jókai sikerét, és az általában tárgyilagos értekező ebben a kérdésben miért annyira kritikus Jókaival szemben. „Az az óriási termékenység, melyet Jókai mindjárt az ötvenes évek elején kifejtett, nemcsak az országos hírnévben lelte jutalmát, hanem tisztos megélhetést is biztosított a pazar tehetségű és szorgalmas mesemondó számára még a kezdetleges magyar irodalmi közviszonyok között és a maga hasznát néző könyvkiadói élelmesség ellenére is. Például a Kárpáthy-családról írt két regényéért annyi tiszteletdíjat kapott Jókai, hogy abból a budai Sváb-hegyen telket vásárolhatott s rá csinos nyaralót építtethetett. De a pénznél többre értékelte és nagyobb örömmel élvezte azt az erkölcsi jutalmat, mely az olvasóközönség egyre hangosabb lelkesedésében jelentkezett. *Ez a népszerűség olyan nagyfokúvá, olyan egyetemessé és olyan tartóssá fejlődött, hogy egész irodalmunkban mind a mai napig páratlan.* Évtizedeken keresztül valóságos Jókai-imádat, kritikátlan magasztalás kapott lábra a magyar olvasóközönség körében s ez a végletes népszerűség, egy igen örvendetes kulturális jelenségnek ez a túlzásba tévedése nem maradt kártékony hatás nélkül Jókai költői művészetére, viszont óriási termékenységének egyik főtenyezője lett. Szomjazta a tapsot, s képzeletének fáradhatatlan tevékenységével fizetett érte. Mióta országszerte ismeretessé tették nevét munkái, szívesen indult körútra az országnak hol egyik, hol másik vidékére s miközben hasznos tanulmányokat végzett és sok érdekes tapasztalatra tett szert: egyúttal boldogan vette tudomásul azt az igazán rendkívülinek mondható szeretetet és lelkesedést, mellyel a magyar társadalom mindenik rétege körülövezte, ahol csak alkalma nyílt erre.”¹²

Bármily meglepő, Zsigmond a sikert a „nyereségesség” kódjával írja le. A gazdasági siker érzékeltetése (ingatlanbefektetés) azt a célt szolgálja a részlet első felében, hogy nyomatékosítsa, Jókai a korabeli irodalmi piac fejletlensége *ellenére* volt képes a rendelkezésére álló művészi/irodalmi tőkét, amellyel Zsigmond érvelese szerint kivívta a nyilvánosság figyelmét és a publikum szeretetét, gazdasági haszonná „transzformálni”. A „nyereségesség” érv és bizonyíték, amely alátámaszthatja azt az állítást, hogy Jókai már az ötvenes években *siker*es író volt. Zsigmond ezt két okra vezeti vissza: az egyik az óriási termékenység, a másik az ennek révén elérhető, látható jelenlét az irodalmi nyilvánosságban. Sikerét tartósnak, a közönség Jókaihoz való viszonyát pedig (ma azt mondanánk: a sztárkultusz megnyilván-

nulásaként) túlzónak minősíti. Az *imádat* kifejezés, amely kritikaiba fordítja át a diskurzust, a közönség és sztár viszonyát ember és bálvány viszonyaként értelmezi („Írva van ugyanis: Uradat, Istenedet *imádd*, és csak neki szolgálj!” Mt 4,10), lényegében az első parancsolat megszegéseként. Miközben Zsigmond bátran leírja azt, amit a tények ellenére csak kevesen mertek, vagyis hogy Jókai Mór minden idők legsikeresebb magyar írója, aközben keményen bírálja a sztárkultusz mindkét aktív szereplőjét. A kritikai attitűd és a távolságtartás teljes hiánya mindkét oldal, az író és az olvasó valóságérzékelését is torzítja. Míg a publikum esetében Zsigmond ezt kimondatlanul is egyfajta öngerjesztő mechanizmusként értelmezi, addig az író számára a sztárkultuszban megnyilvánuló imádat, „taps”, népszerűség az írói tevékenység kizárólagos, minden mást háttérbe szorító céljává válik. Zsigmond okfejtésével annyiban mindenképpen egyet lehet érteni, hogy hasonló, sztárkultusznak tekinthető népszerűség nem alakulhat ki és nem tartható fenn tartósan a sztár akarata ellenére (míg az író részéről a nyilvánosság *proaktív*, a publikum részéről *reaktív* dinamizmusokat előfeltételez). Másfelől viszont Jókai nyelvhez és íráshoz való viszonya (amelyről az ezredforduló óta egyre több szó esik és amelyet hatalmas szövegtörzs dokumentál) erős kételyeket ébreszt abban a tekintetben, hogy termékenysége háttérben a közönség nyomását kellene keresnünk. A legtöbbit nem abban a pályaszakaszában írta, amelyre Zsigmond a körutak, író-olvasó találkozók, a szakadatlan ünneplés emlegetésével céloz; nyelvi leleményessége, kísérletei, a „kettős kódolás” pályája egészét meghatározó módszere az írói alkotótevékenység önkontrolljára, motiváltságára utal.

Nem kerülhető ki ezek után: mit jelent, miben nyilvánul meg és mire vezethető vissza Jókai *egyetemes*, *tartós* és *páratlan* népszerűsége? Hogy írásait máig olvassák, arra kielégítő magyarázatul szolgál szövegeinek kivételes nyelvi és irodalmi gazdagsága.¹³ Az a 19. század második felén átívelő, több évtizedes siker, amelyben része volt – és amelyre mint az író pályafutásának legnagyobb kihívására, majd buktatójára mutatott rá Zsigmond Ferenc –, ezzel ellentétben a társadalmi nyilvánosságban lezajló folyamatként értelmezhető. Bár munkássága hat évtizedében éppúgy, mint utóéletében a „nagy mesélő” kivételes írói tehetsége szolgált formális indoklásul a sikerre,¹⁴ ennek alakulását azonban számos más tényező befolyásolta. (1) Már az Életképek és az Esti Lapok szerkesztése idején is ráérez a kor mediális feltételrendszerére. Az ötvenes és a hatvanas években azonban nem egyszerűen alkalmazkodik a már adott mediális környezethez, hanem alakítja – sőt: átalakítja – a kor nyomtatott médiumainak rendszerét,¹⁵ és a sajtóorgánumok kommunikációs metódusait.¹⁶ A később Kemény Zsigmond szerkesztésében politikai intézménnyé váló Pesti Napló példányszáma 1851-től Jókai tárcaregényeinek köszönhetően lépte át a rentabilitási küszöböt, és bő egy évtizeddel később ugyanezt meg tudta ismételni az általa alapított és tulajdonolt A Hon elindulásakor is. Túlzás nélkül állítható, hogy a század második felének legsikeresebb sajtóorgánumaihoz szerzőként, szerkesztőként vagy laptulajdonosként rendre köze volt: a Vasárnapi Újság (alapításától haláláig rendszeres szerzője, rövid ideig szerkesztője) éppúgy nem képzelhető el Jókai nélkül, mint az az Üstökös, amelynek nemcsak alapító tulajdonosa, szerkesztője és szerzője: Jankó János belépése előtt még ilusztrálta is a lapot.

(2) Jókai sikerének másik fontos komponense, hogy a nyilvánosságban nemcsak szépíróként és újságíróként van jelen. A társadalmi nyilvánosság különféle terében egyidejű a jelenléte, a legkülönbözőbb tájékozódási stratégiát követő csoportok ismerik meg a nevét és a tevékenységét. Kapcsolatrendszere, annak köszönhetően, hogy az irodalmi életen túl a színház, a politika, a civil szerveződések és hálózatok részese, szerzője; partnerei, barátai, szerkesztő- és szerzőtársai, de rajongói maguk is az érdeklődés középpontjában álló személyek. (3) Jókai „az utolsó szemtanúként” élete végéig március 15. eseményeinek megtestesítője, ikonikus alakja. Ez azonban nemcsak a „politikus Jókai” arculatát építi; a hatvanas évektől képviselői, politikai szerepvállalása kritikusai szerint inkább disszonáns viszonyba hozható egykori forradalmár identitásával. A közösségi emlékezet Jókai és Laborfalvi mindennapinak éppenséggel nem nevezhető házasságát is innen eredezteti: vagyis olyan „románc” kerül a többévtizedes művészházasság előtörténetének a helyébe, amely Jókait magánemberként és férfiként is érdekessé teszi. Ez a történet (legalábbis a közkeletű, a köztudatban élő verziója) ráadásul vegyesen tartalmaz botrányos, valamint meseszerű elemeket.¹⁷ Az, hogy Laborfalvi maga is nyilvános szereplő, Jókai számára az első perctől hatványozott figyelmet generál, ugyanakkor megfosztja attól a lehetőségtől, hogy íróként és szerkesztőként a magánszféráját elrejtse a korabeli nyilvánosság elől. (4) Állandó szereplője a magyar nyelvű és később a nemzetközi sajtónak. Lényegében mindennek hírértéke van, ami a személyével, tevékenységével összefügg. Egy találmásra kiragadott példa: a Budapesti Hírlap 1887. augusztus 23-án a kis színesek között *A baragos Balatonon* címmel számol be arról az esetről, hogy Jókai Róza, Jókai Mór leánya a „Mariska” nevű vitorlás fedélzetén barátnőjével, Káldy Gizella kisasszonnyal viharba került.¹⁸ (5) Karikatúrák szereplője, vagyis személye nemcsak az ikonikus kommunikációnak, hanem a humornak is a tárgyává válik.¹⁹ A karikatúra ugyanakkor olyan képi ábrázolás, amely előfeltételezi a kifigurázott személy jellemző vonásainak előzetes ismeretét, hiszen humorának forrása a variációs ismétlés nagytávolság torzító eleme és a felnagyított „eredeti” közötti távolság felismerésében rejlik.

(6) Nyilvános szerepléseinek, személyes megjelenésének mindig óriási a hatása. A Pesti Napló 1894. április 2-i, hétfői, gyászkeretes száma tudósít Kossuth Lajos temetéséről. A beszédek sorrendben közlik, a tudósítói kommentárok a kor konvencióinak megfelelően nemcsak rögzítik a körülményeket és leírják a hallgatóság reakcióit, de az elhangzott beszédnek (amelyet a hírlap olvasói nyomtatásban elolvashatnak) mint performansznak az auditív és vizuális sajátosságairól is beszámolnak. Jókai beszédét (Sárkány Sámuel evangélikus püspök imádsága és beszéde után) a harmadik oldalon a következőképpen vezeti be a tudósító: „Majd *Jókai Mór* lépett a ravatal elé. Amikor beszélni kezdett, hangja, amely az ezüst csengéséhez hasonlatos, egyszerre rabjává tette a szíveket. Íme, egyik dicső alakja annak a korszakot alkotó március tizenötödikének, amely alkotmányos életünk alapköve lett és amelyet éppen Kossuth tett azzá. Egyetlen élő abból a triumvirátusból, amelynek Magyarország szabadságát köszöni. Ő, akit azóta poéta laureatusnak kiáltott ki az ország, ő búcsúztatja el a dicső kor legdicsőbb emberét. Mély és nagy hatást tett Jókai Mór beszéde. Könyekre fakasztott mindenkit, aki csak hallotta. Különösen amikor felidézte Kossuth halhatatlan mondását: — *Leborulok e nemzet*

*nagysága előtt...*²⁰ A hang „varázsa”, szónoki-előadói karizmája a tudósításokban rendszeresen visszatérő elem. A bevezető sorok arra is rávilágítanak, hogy személye végérvényesen összekapcsolódott a márciusi forradalom mítoszával, a modern Magyarország alapítótörténetével, és ezen későbbi (sokat támadott) politikai szerepvállalása sem változtatott. (7) Jókai ennek az alapítótörténetnek az „alapítója”: regényei, rövidebb írásai számtalanszor (és sokféleképpen) elbeszélik a forradalom és a szabadságharc történetét. A szemtanúk fokozatos kihalásával művei a nemzeti emlékezet fontos dokumentumaivá is válnak. Forradalommal kapcsolatos írásai ezért is folklorizálódnak.²¹ (8) Városi legendák születnek róla. Ezeket olyan írók szövik történeteikbe, mint például Krúdy Gyula, aki a Pesti Levelek egykolumnás tárcájában, *Mi, régi magyarok* című írásában a következőket írja Jókairól: „Mi, emléksziünk ama Jókai-legendára, amely szerint a költőt *bárónak* tette meg Ferenc József, de Jókai nem vette igénybe a rangot.”²² (9) Az általa megírt anekdoták visszaépülnek a szóbeli „polgári adomakincsbe”.²³

Pierre Bourdieu (1930–2002) szerint az irodalmi mező a 19. század végén olyan térbeliségként írható le, amelyet egyfelől az irodalmi presztízs, másfelől a gazdasági haszon egymással ellentétes irányú erőtereinek kölcsönhatása határoz meg.²⁴ Vagyis az egymástól legtávolabb eső pontjain a magas irodalmi presztízs az alacsony gazdasági haszonnal,²⁵ illetve az alacsony irodalmi presztízs a magas gazdasági haszonnal kapcsolódik össze.²⁶ Azokon a térképeken, amelyeken Bourdieu felvázolta az irodalmi mező topográfiáját,²⁷ Jókai helye nem jelölhető ki egyértelműen. Az irodalmi mező több, egymást alapesetben kizáró pozíciójában van egyszerre jelen (akadémiai/intézményi elismertség; karizmatikus elismertség; újságírás; tárcaregény; humor/bohózat; bohémia), és a hatalmi mezőhöz való viszonya is ellentmondásos. Ahogyan Tolnai ellenpontozó sikerkategóriájának a rendszerében sem volt Jókai „elhelyezhető”, úgy Bourdieu modellje esetében is ez ismétlődik meg. Norman Feltes a 19. század második felében a kapitalista irodalmi termelési mód megjelenését ahhoz a professzionalizálódási folyamathoz köti, amelynek eredményeképpen az irodalmi piacon az írói, kiadói és könyvkereskedői szakmák önállóvá válnak és elkülönülnek egymástól. A kapitalista irodalmi termelési módban az író a szöveg-áru „előállítója”. Az irodalmi szövegből a professzionális kiadó hoz létre nyomtatott médiumot, amelynek nemcsak előállításáról, de marketingjéről és eladásáról is gondoskodik, a szintén önállóvá válnak a könyvkereskedeleme révén, hiszen a végtermék a könyvkereskedő közvetítésével jut el a vásárlókhoz.²⁸

Feltes a kapitalista irodalmi *termelést* az irodalom elsődleges médiumának tekintett könyvre fókuszálva háromtényezős folyamatként írta le (író, kiadó, kereskedő). Mivel azonban a 19. századi kontinentális irodalmi piacon az irodalom könyvet megelőző médiuma az első világháborúig a napi- és (kisebb mértékben a) hetilap vagy folyóirat, ezért a kontinentális Európában a 19. század második felében a kapitalista irodalmi árutermelés ötszereplős. (1) Az író: „terméke” a szöveg-áru; a hordozó szempontjából még indifferens (és ebben az értelemben immateriális) irodalmi szöveget a szerző kiadónak vagy ügynökségnek értékesíti. (2) A kiadó: gondoskodik a nyomtatott médium előállításáról, marketingjéről, viszonteladókhoz való eljuttatásáról; meghatározza a printmédium arculatát, ezzel elhelyezi a kultúra kínálati hierarchiájában, vagyis meghatározza a célközönségét. (3.) A

szerkesztő: co-autor, társszerző, különösen a napi- és hetilapok esetében, ahol az elsődleges kontextus kijelölése hatással lehet az elsődleges kanonizációra. A heti folytatások és tárcaközlések esetében az epizód a nyomtatott médium egészébe mint szövegegészbe illeszkedik. Ennek különös jelentősége van a tárcaügynökségek lapjainak esetében. (4.) Tárcaügynökség: sokszor lap- és könyvkiadó is egyben. Olyan (későbbi) konzern, amely a kiadás jogának megvásárlásakor valamennyi – mediális és nyelvi – transzpozíció kezelésére is jogosultságot szerez. A fordításokat a napilapok általában nagy, nemzetközi ügynökségektől veszik. A 19. század harmadik harmadában anyanyelvű irodalmat is csak a legtokeerősebb fővárosi, magas presztízsű, konzernhez tartozó lapok képesek közvetlenül a szerzőktől vásárolni, vagyis a lapok zömét anyanyelvű irodalommal is az ügynökségek látják el. (5.) Könyvkereskedő: viszonteladó, közvetlen kapcsolatba ő kerül a vásárlóval. Munkáját a napilapok tárcaközlései, a hetilapokban közölt mutatványok, illetve az újsághirdetések, reklámok, katalógusok segítik.

Jókai az irodalmi piacon több szerepben van jelen. Nemcsak szerzőként, a szöveg-áru tulajdonosaként, hanem szerkesztőként és lapkiadóként is aktív résztvevője az irodalmi termelésnek.²⁹ Szerzőként is sokféle regiszterben szólal meg, különféle kulturális regiszterekhez tartozó műfajokat művel magas színvonalon. A 19. század második felében megjelenő új közönség igényeire nemcsak azokkal a humorisztikus, inkább a populáris kultúrából ismerős (rövidprózai vagy sajtó-) műfajokkal (humoreszk, paródia, karikatúra, karcolat stb.) reagál, amelyeket a nyelvi megalkotottság igényességével a képzetesebb olvasók számára is élvezhetővé tesz. A tárcaközlés speciális esztétikájának³⁰ köszönhetően a sajtóban megjelenő sorozatok az új olvasók számára ideális beavató olvasmányok, a már rendszeresen olvasók körében viszont a szerializáció a rövid szekvenciákkal megnöveli az olvasásra fordított időt. Egy epizód elolvasása sem szükségessé, sem lehetővé nem teszi az olvasó napi rutinjának átrendezését, olyan olvasás, amely előzetes tervezést nem igényel. Ez például a női olvasók esetében számít jelentékeny előnynek, hiszen úgy „szokhatnak rá” a sorozatra, hogy nem kell a században jól ismert vádtól tartaniuk, vagyis hogy az olvasás elvonná őket napi feladataik elvégzésétől. Jókai a szeriális közlés, a rövid szekvenciák előnyben részesítésével érte el, hogy már fiatal íróként képes volt irányítani a közönség olvasásra szánt idejének allokációját. (A közönség olvasásra vagy egyébre szánt idejéből az ötvenes években a lehető legtöbbet meg tudott magának szerezni egyedül a regényepizódokkal: statisztikailag a Pesti Naplóban minden harmadiknak ő volt a szerzője.) Ha pedig figyelembe vesszük, hogy több műfajban, több regiszterben, a nyilvánosság több szférájában egyidejűleg volt jelen, belátható, hogy a publikum idejének (és figyelmének) allokációjában Jókai különösen sikeresnek bizonyult.

Az irodalmi piacon az *idő* nem elsősorban a termelés szempontjából tekinthető fontos gazdasági faktornak. Benjamin Franklin szállóigévé lett intelmét („Ne feledd, hogy az idő pénz.”³¹) felhasználói ma is elsősorban a termelésre vonatkoztatják, vagyis jól illeszkedik abba a hatvanas évekig általánosnak tekinthető felfogásba, amely a termelésre korlátozta az idő gazdasági szerepét. Fredric Jameson *A posztmodern, avagy a kései kapitalizmus kulturális logikája* című könyvében „A posztmodernizmus és a piac” című fejezetben a piac ideológiája és „realitása” kö-

zötti távolság problémájának tárgyalása nyomán jut el Gery S. Becker „bámulatosan totalizáló megközelítéséig.”³² Becker a „közgazdasági megközelítést”, a piac modelljét általános, az emberi viselkedés mintázatainak leírására és értelmezésére alkalmas keretrendszerként tárgyalta.³³ Becker modellje Jameson szerint végső soron mégis termelési és nem fogyasztási modell, annak ellenére, hogy újdonságát a nem munkával töltött idő (szabadidő, háztartás, család) gazdasági szerepének újraértelmezése jelentette. Becker teóriáját értékelve Jameson elismeri az *idő* sajátos *erőforrásként* való értelmezésének jelentőségét, és hangsúlyozza párbeszédképességét a kortárs filozófia meghatározó áramlataival; miközben (alá is ásva a Becker jelentőségéről addig mondottakat) arra is felhívja az olvasó figyelmét, hogy Becker időelmélete lényegében az 1857 és 1861 között írt *Grundrisse* marxi alapvetéséből már kiolvasható.³⁴

Ha az irodalmi piac működését vagy az irodalmi siker kérdését (az irodalmi kánonok mozgásait is figyelembe véve) hosszabb időszakaszokra vetítve szeretnénk megérteni, akkor Becker 1965-ös cikkének (*A Theory of the Allocation of Time*) I., IV. és V. szakasza nagyon is megvilágító lehet.³⁵ Azzal a sokáig közkeletű felfogással szemben, amely az értékek és javak keletkezése szempontjából a munkára fordított időt tekintette relevánsnak, Becker abból a belátható, ám sokáig figyelmen kívül hagyott tényből indult ki, hogy az úgynevezett *szabadidő* abban az értelemben sohasem szabad, hogy azt különféle olyan aktivitások töltik ki (gyermeknevelés, háztartás, fogyasztás, szolgáltatások igénybevétele), amelyeknek köszönhetően fogyasztóként, vásárlóként, felhasználóként és nem utolsósorban immateriális/materiális javak előállítójaként, akarva-akaratlanul piaci dinamizmusok résztvevői leszünk. Az irodalom (ha a könyvtárgy előállításának és forgalmazásának folyamatain túl tekintünk) jellemzően olyan immateriális érték, amely (szöveg-áruként) keletkezhet akár ebben a szabadidősávban is, hagyományozása azonban mindig annak a függvénye, hogy képes-e ebből az idősávból valamennyit „kiharcolni” a maga számára. Akár kánonról, akár a hagyomány megőrzéséről, akár az új művek létrehozásáról beszélünk, mindhárom, egyidejűleg több összefüggésben is, függvénye az időnek. Harold Bloom azt a szelekciós kényszert, amely a kánonokat létrehozza, az irodalmi kínálat végtelensége és a rendelkezésünkre álló (szabad)idő végessége közti végletes aránytalansággal hozza összefüggésbe.³⁶ A *kánon* ebből következően a szövegek (olvasási) időért folytatott harcaként határozza meg: „A vallási eredetű *kánon* szó a túlélésért egymással vetekedő szövegek közti választás jelölőjévé vált, akár úgy gondoljuk, hogy ezt a választást domináns társadalmi csoportok, oktatási intézmények és kritikai tradíciók viszik véghez, akár úgy, mint jómagam, hogy olyan későn érkező szerzők, akik úgy érzik, ez vagy az a költő előd szemelte ki őket.”³⁷

Raymond Williams a rostálás „mértékét”, vagyis a szövegek közötti küzdelem kiélezettségét számadatokkal is illusztrálja. Williams példái (a 19. század vagy az ötvenes évek regényeiről³⁸) az átélt kultúra pillanatnyiségével konfrontálják az olvasót, de jelen sorok íróját meg is erősítik abbéli meggyőződésében, hogy az irodalmi siker rövid és hosszú távon egyaránt az *idő allokációjával* hozható összefüggésbe. A szelektív tradíció működése, vagyis az *átélt* kultúra válogatott dokumentumokká csiszolódása akár már félszázados távlatban is, de századokban számolva bizonyosan azt jelenti, hogy az egykor eleven kultúra javainak, irodalmának zömét

az utókor elfelejti.³⁹ Az emlékezés és a felejtés mozgásában a szelektív tradíció működése az irodalmi szövegeket tehát jellemzően a felejtéshez rendeli, és valójában szabályt erősítő kivételek azok a szövegek, amelyek hosszabb időtávon képesek az idő allokációjára. Az emlékezés ugyanis nem más, mint a figyelem fókuszálása, ami egyúttal a rendelkezésünkre álló idő egy részének ráfordítását is jelenti valamire. Aleida Assmann ugyanakkor az innováció háttéréként, keretfeltételeként értelmezte a figyelmet, amely a modern művészetben az evolúciós logika hitelvesztése nyomán értékelődött fel, és a múlt műalkotásaihoz való viszony folyamatos újrendeződésének, dinamizmusának a tapasztalatából indult ki.⁴⁰

Jókai a mai napig képes figyelmet generálni: hiszen az életműre és a történeti személyiségre is szánunk időt. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy az idő allokációjában még mindig hatékony, amennyiben az olvasásra, kultúrára szánt vagy szánható időből ma is részesedik. Ha végigtekintünk a pályafutásán és utóéletén, akkor jól látszik, hogy fellépésének pillanatától kivételesen hatékony volt a figyelem irányításában és az idő allokációjában, halála után pedig az életmű különféle korpuszai hasonlóképpen hatékonyan bizonyultak ebben. Kétségtelen, hogy tömegolvasmányból elitolvasmány lett, de mindez azt is jelenti, hogy az életmű túlélte a művelődésszerkezet radikális átrendeződésének vagy még inkább összeomlásának traumáját is. Talán ezért sem véletlen, hogy az ezredforduló óta életműve kurrens kutatási téma. Térey János *A legkisebb Jégkorszakban* epizodistaként, Szilasi László *Amíg másokkal voltunk* című kötetében pedig az egyik kisregény főhőseként viszi színre. A 2010-es években – ahogyan Mikszáth és Szini Gyula esetében száz évvel korábban – ismét az innováció feltételét jelentő figyelem fókuszába tudott kerülni.

JEGYZETEK

1. A Pesti Naplóban 1900. március 24-én jelenik meg az első híradás a párizsi világkiállításra tervezett Jókai-szobáról, a sajtó ezután rendszeresen beszámol az eseményekről. A szoba és a nagydíj történetéről vö. Révai Mór János, *Írók, könyvek, kiadók. Egy magyar könyvkiadó emlékiratai I-II.*, Révai, Bp., 1920, I. 291–298.

2. Jókai Mór, *Bismarcknál*, A Hon, 1874. március 3. Az „elbeszél interjú” műfajáról, valamint az interjú hatására az európai sajtóban kibontakozó vitáról vö. Martin József, *Amiért Bismarck megharagudott Jókaira. Egy korai „interjú-anyag” nyomában*, Élet és Irodalom, 2009. szeptember 11., 10.; Martin József, *Ha Ausztriát kizárják Németországból...: sajtóvita Berlinben Jókai Bismarck-interjúja nyomán*, Médiakutató, 2012/1, 99–107. http://www.mediakutato.hu/cikk/2012_01_tavaszi/07_sajtovita_berlinben (Utolsó letöltés: 2017. január 17.)

3. *Prince Bismarck on Political Prospects in Europe*, The New York Times, 1874. március 21. Jókai ismertségéről és elismertségéről a headline is tanúskodik: „The well-known Hungarian author, Maurus Jokai, is at present a visitor in the German capital. As a man of note he easily obtained access to Prince Bismarck’s study, where an interesting conversation took place, which M. Jokai reports pretty fully to the Hungarian journal, the Hon.”

4. Wilhelm Scherer, *Poetik*, Berlin, Weidmannsche Buchhandlung, 1888.

5. Thienemann Tivadar, *Irodalomtörténeti alapfogalmak*, Pécs, Danubia, 1931, 44.

6. Vö. Imre László, *A romantikus irodalomalapítás ambivalenciái. Kisfaludy Károly = Értékek kontextusa és kontextusok értéke 19. századi irodalmunkban* (Studia Litteraria 38), szerk. Imre László, Gönczy Monika, 2000, 13. A karakterek olvasmányokon keresztül jellemzéséről Jókainál vö. Hansági Ágnes, *Tárca-regény-nyilvánosság. Jókai Mór és a magyar tárcaregény kezdetei*, Ráció, Bp., 2014 (Ráció Tudomány 19.), 146.

7. Tolnai Vilmos, *Bevezetés az irodalomtudományba*, Eggenberger, Budapest, 1922, 22–23.

8. „Használati” irodalomnak nevezem azokat a szövegeket (főleg regényeket), amelyek általában (1) csak a saját kortársaikat képesek megszólítani, (2) közlőképességüket két évtizeden belül elveszítik,

(3) olvasóik egyszer olvassák el őket, (4) az átlagos laikus olvasó napi olvasásszükségletét elégítik ki, (5) poétikatörténetileg nem relevánsak. Az „esztétikai” irodalom ennek az ellenkezője: ezek a szövegek nem feltétlenül jelennek meg a laikus olvasók napi olvasmányai között, viszont poétikatörténetileg relevánsak és hosszútávon megőrzik a közlőképességüket. Vagyis míg a „használati” irodalomhoz tartozó szövegek olvasáshistóriája egy történeti időegyenesen egyetlen pontban jeleníthető meg (ezeket egyszer és egyszerre nagyszámú olvasó olvassa), addig az „esztétikai” szövegek olvasáshistóriája ezen a virtuális időegyenesen vonalként jeleníthető meg (kevesen, viszont különböző korok emberei olvassák őket). Az „értékes” megjelölést azért kerülöm, mert azt a téves benyomást keltené, hogy a „használati” olvasmányok semmifajta értéket nem képviselnek.

9. *Uo.*

10. *Uo.*, 23.

11. Az említés sorrendjében a következő szerzőket hivatkozom: Kisfaludy Sándor, Berzsenyi Dániel, Kisfaludy Károly, Vörösmarty Mihály, Jósika Miklós, Petőfi Sándor, Arany János, Tompa Mihály, Madách Imre, Katona József, Vajda János, Reviczky Gyula, Komjáthy Jenő, Ady Endre, Dugonics András.

12. Zsigmond Ferenc, *Jókai*, MTA, Budapest, 1924, 38–39. (Kiemelés tőlem – H. Á.)

13. Érdemes belegondolni annak a ténynek a jelentőségébe, hogy valaki ezekben a pillanatokban is éppen fizet egy Jókai-kötetért, vagy ingyenes szoftverként mint e-könyvet tölti le.

14. Ezt azért fontos hangsúlyozni, mert elbeszélői tehetségét senki nem vonta kétségbe: kritikusai, ellenfelei sem. Hívei és bírálói álláspontja annak megítélésében különbözött, képes volt-e, és ha igen, miként kamatoztatni ezt a tehetséget.

15. Lapokat alapít és szerkeszt.

16. Bevezeti és sikerre viszi a rendszeres tárcaregényt; átalakítja az irodalom lehetséges médiumairól korábban kialakult elképzeléseket, szignalizálja és reflektálttá teszi a korábban jobban elkülönülő irodalmi- és sajtóműfajok átjárhatóságát. Új műfajokat, diskurzusformákat, „hangokat” és „brandeket” honosít meg (pl. Kakas Márton-levelek, Tallérossy Zebulon-levelek stb.).

17. Botránys: nagy korkülönbség, Laborfalvi leányanya, előéletéről pletykálnak. Meseszerű: két kivételesen szép és tehetséges művész a forradalomnak köszönhetően köt házasságot, a háborús időkben a színész nő megmenti a férjét.

18. [n.n.], *A baragós Balatonon*, Budapesti Hírlap, 1887. augusztus 23., 5–6.

19. A Jókai-karikatúrákról vö. Renkecz Anita, „Parókai Jókai Mór”: a Borsszem Jankó életképei a kiadvetés utáni időszak Jókaijáról, 1868–1875, Budapesti Negyed, 2007/3, 135–178. A sajtónyilvánosság működését, a médiumok közötti hivatkozásokat is jól illusztrálja az az eredetileg a Borsszem Jankó 1874. március 22-i számában, *Arczképtanulmányok: Hogyan válik Jókaiából Bismark címmel*, az OSZK Digitális képtárházában is megtekinthető karikatúra (<http://keptar.oszk.hu/098000/098041>), amely a már említett Bismarck-interjúra utal vissza.

20. Pesti Napló, 1894. április 2., 3.

21. Vö. Hansági, *i. m.*, 276 skk.

22. Krúdy Gyula, *Mi, régi magyarok*, Magyarország, 1924. július 27., 4.

23. „Tanuld meg azt öcsém, monda Lőrinc úr, amit a bihari főispán mondott nekem, mikor patvarista koromban a princípálisommal együtt asztalához voltam hivatalos, s én is váltig azt kerestem, hol üljek le leghátul? »Csak ül le te öcsém akárhova, monda a derék úr, bizonyos lehetsz felőle, hogy ahova te ülsz, ott az utolsó hely.»” Jókai Mór, *Kedves atyafiak* (1853) = *Uő.*, *Elbeszélések* (1853–1854), s. a. r. Szakács Béla, Bp., Akadémiai, 1989 (JMÖM, *Elbeszélések* 5.), 159. „Sándor oda hagyta magát állítani az eszkető asztal elé, mint egy áldozatra szánt bárány, s mikor a pap azt kérdezte tőle: szereted-e ezt a tisztas hölgyet, kinek kezét kezében tartod? elfelejtett rá felelni, csak nézett farkasszemet a tisztelendő úrral, míg az apja bele nem kiáltott: »szereted hát! hogyne szeretnéd, persze hogy szereted.»” *Uo.*, 228.

24. Vö. Pierre Bourdieu, *A művészet szabályai. Az irodalmi mező genezise és struktúrája*, ford. Se-regi Tamás, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Bp., 2013, 67–197.

25. Jellemző műfajai: parnasszista, szimbolista költészet; naturalista, pszichológiai regény; képviselői: akadémiai szféra, bohémvilág.

26. Jellemző műfajai: bohózat, kabaré, népszerű regény, tárcaregény.

27. *Az irodalmi mező a 19. században*, *Uo.*, 142, *A kulturális termelési mező a hatalmi mezőben és a társadalmi térben*, *Uo.*, 144.

28. Vö. N. N. Feltes, *Literary Capital and the Late Victorian Novel*, Wisconsin UP, Madison, 1993, 12 skk.; N. N. Feltes, *Modes of Production of Victorian Novels*, Chicago UP, Chicago–London, 1986, 58. skk.

29. A teljesség igénye nélkül, csupán érzékeltetendő a szerepek és tevékenységek sokféleségét, négy, a pályáján fontos napi- és hetilap példája: Pesti Napló (1850-es évek): szerző: regények és novellák tárcaközlése. Vasárnapi Újság (1854-től) szerkesztő; szerző: publicisztika, novellák, útirajzok, ismeretterjesztés. Üstökös (1858–1881) tulajdonos, szerkesztő, szerző, karikaturista (kisregények folytatásban, élcek, adomák, karikatúrák, levelek). A Hon (1863–1882) tulajdonos, szerkesztő, szerző (politikai vezércikk, regények tárcaközlése)

30. Erről bővebben: Hansági, *i. m.*, 256 skk.

31. Benjamin Franklin, „*Tanács egy ifjú kereskedőnek – egy öregtől*”, ford. Fogarasi György, et al. – kritikai elmélet online, 1. (2013): *Gazdasági teológia*, szerk. Fogarasi György, www.etal.hu.

32. Fredric Jameson, *A posztmodern, avagy a kései kapitalizmus kulturális logikája*, ford. Dudik Annamária Éva, Noran Libro, Budapest, 2010, 275.

33. Vö. *Uo.* Jameson itt Gery S. Becker *An Economic Approach to Human Behavior* című, 1987-es munkájára hivatkozik.

34. Vö. *Uo.*, 276.

35. Gary S. Becker, *A Theory of the Allocation of Time*, *The Economic Journal*, Vol. 75, No. 299 (Sep. 1965), 493–517.

36. „Az olvasónak válogatnia kell, mert az emberi élet egész egyszerűen rövid ahhoz, hogy mindent elolvassunk, még akkor is, ha mást sem csinálunk.” Harold Bloom, *Elégikus tőprengés a kánonról*, ford. Beck András = *Irodalmi kánon és kanonizáció*, szerk. Rohonyi Zoltán, Osiris – Láthatatlan Kollégium, Budapest, 2001, 185. „Azért van kánonunk, mert halandók vagyunk, ráadásul későn érkezünk. Időnk kiszabott, egyszer véget ér, miközben olvasnivalónk több, mint korábban bármikor. Utunk a Jahvistától és Homérosztól Freudig, Káfkáig és Beckettig csaknem három évezredet fog át.” *Uo.*, 195.

37. *Uo.*, 188.

38. Raymond Williams, *A kultúra elemzése*, ford. Pásztor Péter = *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása. A posztstrukturalizmustól a posztkolonialitásig. Szöveggyűjtemény*, szerk. Bókay Antal, Völcsék Béla, Szamosi Gertrud, Sári László, Osiris, Budapest, 2002, 390.

39. „A szelektív tradíció tehát az egyik szinten általános emberi kultúrát teremt, egy másikon létrehozza valamely társadalom történelmét, s a harmadik – a legnehezebben elfogadható és megítélhető – szinten az egykor eleven kultúra jó részének elutasításához vezet.” *Uo.*

40. Vö. Aleida Assmann, *Az innováció feltételei a kultúrában*, ford. Schulz Katalin, Orpheus, 1994/2–3, 189–190.

SZABÓ TIBOR BENJÁMIN

Szépséges breakeven: a pénzkánon és az „über hoch Literatur”

SIKERÉRTELMEZÉSEK A MAGYAR ÉS A NEMZETKÖZI KÖNYVSZAKMÁBAN

Kaptáció

Amikor a kilencvenes évek közepén a kognitív pszichológiai kutatásban elfogadottá vált a pozitronemissziós tomográfok használata (Magyarországon éppen itt, Debrecenben hozták létre az első PET-centrumot 1994-ben), az egyik akkori tanárom, Pléh Csaba professzor azt mondta, hogy a neuronok cukorfogyasztásából a pszichológia számára releváns tényezőkre (gondolatokra, szándékokra, érzelmekre) következtetni olyan, mintha a kéményen felszálló füstből próbálnánk kitalálni, milyen ízű a vacsora, amit Mari néni főz a konyhában. A könyvszakma (vagyis egy gazdasági ágazat) megközelítéseit érvényesíteni az irodalmi folyamaton, és ezt egy