

NEGYVEN MILLIÓ OLVASÓ

MINDEN NEMZET IRODALMA két rétegben áramlik. A kifinomult, nehéz, a kor szellemi csúcserkéit képviselő, az utókor által számontartott, de csekély közönségű elitirodalom rétege alatt él a stereotipizált, sekélyes, könnyű, szitakötő-életű, de óriási elterjedtségnek örvendő ponyva- és giccsirodalom. Az utóbbi típust főleg az analfabétizmust nem ismerő nagy demokráciák fejlesztették ki; a nagy tömegek irodalomfogyasztását legpontosabban Anglia példáján tanulmányozhatjuk. Az angolok a két szépirodalmat külön szavakkal is tartják számon, az egyik a „literature“, a másik a „fiction“. Az előbbi a kisebbség fényűzése, az utóbbi a tömegek életszükséglete. Mindenkor divat volt lenézni vagy legalább is közömbösnek nyilvánítani az irodalom alvilágát. Ma azonban, amikor Amerikában egy szociológiai beállítottságú irodalomtörténész-nemzedék kutató érdeklődéssel fordul elmúlt korok tömegolvasmányai felé, hogy eme legalacsonyabb vegetáció vizsgálatával a kor kiemelkedő alkotásait beszédesebb háttérbe helyezze, mi sem mehetünk el közömbösen mai milliók olvasmányai mellett, már csak az anyag társadalom-lélektani vonatkozásai miatt sem.

A vulgáris irodalom megjelenési formái Angliában is nagyjából ugyanazok, mint más államokban: olcsó folyóiratok folytatásos regényei, meg szentimentális, detektív- és kalandorregények. A változatok, keresztezések száma, az elterjedtség és a színvonal foka természetesen e három típuson belül végtelen. Nagy általánosságban ez a tömegszórakoztató irodalom három elosztóállomáson át éri el a negyvenmilliónyi angol olvasmányfogyasztót: az olcsó áruházak könyvosztálya, az újságosüzletek és a kölcsönkönyvtárak útján.

Feltűnő, hogy a könyvkereskedéseknek nem jut számottevő szerep a vulgáris irodalom terjesztésében. Az olvasók számához képest aránylag Angliában van a legkevesebb könyvkereskedés. Nagy raktárral, bő nem-szépirodalmi választékkal is felszerelt üzletek csak Londonban találhatók, meg a fontosabb egyetemi városokban és még egy-két vidéki nagyvárosban. A többi város könyvkereskedései írószerüzletekkel kapcsolódnak, vagy kizárólag az olcsó, szórakoztató, aktuális szentimentális regények gyors elárúsítására vannak alapozva. A tömegek könyvre kevesebbet költenek, mint mozira vagy cigarettára vagy akár újságra, ők a könyvet inkább bérlik, kölcsönzik. A Publisher's Weekly kimutatásai szerint a szépirodalom legnagyobb vásárlói a kölcsönkönyv-

tárak, melyek a két shillingnél drágább könyvek eladott példányainak mintegy 70%-át veszik át a kiadóktól.

A szórakozásért és időtöltésért olvasó tömegek legfőleg a 3 és 6 pennys Woolworth-áruházak „könyvosztályán“ vásárolnak könyvet. Mennyiségileg Woolworthék Anglia legnagyobb könyvkereskedői. A hatpennys Reader's Library kötetekből a sorozat első öt esztendejében közel ötven millió példányt adtak el.¹ A munkásasszony és kispolgárné háztartási bevásárlásai során a paradicsomkonzerv, fogpaszta és padlóviasz beszerzésével kapcsolatban a család intellektuális szükségleteiről is gondoskodik. A választék minőségileg rendkívül körülhatárolt: egyfelől Amerikában kiadók nyakán maradt és Angliába exportált, vastag fapapírra nyomott regénymagazinok, az ú. n. pulp, melyek egy pennyért kaphatók, másfelől hasonló papírra nyomott fűzött könyvek, melyek hat pennynél sohasem drágábbak. Ez utóbbiak többnyire népszerűségüket rég kifutott best-sellerek vagy specialista kiadók által összeszerkesztett sablontörténetek. Néha egy-egy feltűnő sikerű filmhez utólag megírt regény is szóhoz jut. A Reader's Library, Novel Library, Detective Fiction, a már sokkal igényesebb Penguin Books és más cégek olcsó sorozatai töltik meg a pultokat. A vásárlók a szerző nevével semmit s a címmel is keveset törődve turkálnak a tarka halmazban, a b l u r b-re (a borítéokra nyomott guszthuscsináló reklámmondatokra), vagy egyszerűen a kötetek színére bízva magukat. Mert miképpen kis magyar méhészetekben az egyes kaputárak bejáratát más és más rikító színre festik, hogy a méhek könnyebben hazataláljanak otthonukba, azonképpen a sorozatok élelmes kiadói is megkönnyítik a naiv vevők tájékozódását színes címlappal. Szerelmi regények piros, detektívtörténetek zöld, misztikumok fekete, kalandregények kék, stb. borítékjukkal sok problémától és csalódástól kímélik meg a kiegyensúlyozott lelki diétára törekvő vásárlókat.

Még nagyobb forgalmat bonyolítanak le az újságosboltok, a news-agents. ők a vulgáris irodalom tulajdonképpeni könyvkereskedői, bár forgalmuknak a könyv alakjában megjelenő szellemi tartalom csak a kisebbik hányadát teszi. Az újságosboltok igazi területe a hírlap és a magazine. A hírlapok közül csak az önálló vasárnapi lapok jöhetnek itt számba, mert ezek példányszáma nagyobb a hétköznapiakénál és mert céljuk nem a hírközlés, hanem a szórakoztatás. A nyolc legnagyobb vasárnapi hírlap több mint tíz millió példányban jelenik meg hetenkint. Tudva, hogy egy vasárnapi szám átlag 3—4 kézben fordul meg, láthatjuk, hogy vasárnap Angliában mindenki olvas. A lakosság nagy részének ez az egyetlen heti betűtápláléka. Ezeknek a harminc-negyven milliós közönség számára szerkesztett újságoknak színvonala megdöbbentően alacsony. Az Observer-től és a Sunday Times-től eltekintve ezek a vaskos lepedőkötegek feltűnő fényképeikkel, rikoltozó címeikkel és alcímeikkel, töméntelen hirdetésükkel, asszonykgyereknek dobált mellékleteikkel és az egész lapot megtöltő útszéli szenzációkra, szerelmi ínycsiklandozásra, mozi- és sportpletykára, vulgáris bálványokra, jelentéktelen események felfújására és kiszíne-

¹ Számadataim egy részét Q. D. Leavisnek Fiction and the Reading Public című izléstörténeti művéből veszem.

zésére alapított cikkeikkel valami hihetetlenül sivár és infantilis szellemi világot táplálnak és teremtenek.

Az újságosbolt hétköznap ugyanazt az óriási tömeget szolgálja ki, melynek a vasárnapi lap a piéce de resistance, csak éppen a tíz-tizenöt nagy újság helyett a sajtótermékek sokkal nagyobb választékát nyújtva minden ízlés számára. Európai országok tömegkultúrájának keresztmetszetét legkönnyebben az újságosboltok nyújtotta termékek tanulmányozásával nyerhetjük. Különösen áll ez Angliára s Londonra, ahol a newsagent's shop-ok ugyanolyan gonddal vannak rajonírozva — ha nem is hatósági beavatkozással —, mint nálunk a patikák.

Az újságosboltokban az obligát politikai napi- és hetilapokon kívül rendszerint megtalálható néhány kulturális heti folyóirat is, mint a *New Statesman & Nation*, de a jobbak már csak rendelésre. Viszont minden vicclap raktáron van, a középosztály gusztusára szerkesztett konzervatív *Punch*, meg az alsóbb osztályok humorigényét kiszolgáló *Humourist*, *Passing Show*, etc. Azután van egy csomó példány a nálunk is ismert, fényűző kiállítású képes hetilapokból a sport, társadalmi élet, autózás és színház iránt érdeklődő középosztály, a klubok, tisztikantinok, hotelhallok és orvosi várószobák számára, mint pl. a komoly és nívós *Illustrated London News*, a sekélyebb *Sphere*, *Tatler*, *Sketch*, *Country Life*, *Bystander*, etc. Újabban ezen csoport mellett erősen felnyomul egy amerikai mintára alapított („*Time*“) hetilapcsoport, mint a *News-Magazine*, *Cavalcade*, etc., mely szemtelen elevenséggel megírott, kulisszák mögött settenkedő, leleplezgető, híreségek intimitásait és közügyek néha nagyon is emberi háttérét szellőztető cikkeivel és celebritásokat legelőnytelenebb helyzetben ábrázoló fényképeivel nyíltan a nagy tömegek pletykaéhségét szolgálja ki. Ez a maliciózus kulcslyuk-sajtó aratta le legbövebben a trónválság zurnalistikái profitját. Viszont az igazi magas angol kultúrára jellemző nagymultú és igen magas színvonalú heti, havi vagy évnegyedes folyóiratok (*19th Century*, *Round Table*, *London Mercury*, *Times Literary Supplement*, a nemrég megszűnt *Athenaeum*, stb., stb.) még véletlenül sem találhatók meg az átlagos nagyválasztékú boltokban.

A főleg hírszolgálati folyóiratokkal szemben „irodalmi“ igényeket akar kielégítem legalább egy tucat illusztrált ú. n. slick (vagyis síma papírra nyomott) „story-magazine“, mint pl. *Strand*, *Nash's*, *Happy*, *Britannia & Eve*, *Wide World*, stb., melyek hosszú novellákat, több kiadás regényfolytatást nyújtanak jó másod- és harmadrendű írók tollából, elvegyítve nagyon népszerű tudományos cikkekkkel és csevegésekkel. Némelyikük asszonyokra specializálódik, s az ilyen magazinokban az „irodalom“ mellett megvan a szokásos háztartási, lakberendezési, kozmetikai anyag kiadás lelkiklinika-rovattal (*Ideal Home*, *Good Housekeeping*, *Modern Woman*, etc.). Ezeknek az Angliára annyira jellemző otthonkultusz jegyében fogant folyóiratoknak fontos velejárója a lap felét kitévő hirdetésanyag. A reklám és a hirdetés többé-kevésbé minden angol napi- és főleg hetilapnak elengedhetetlen alkatrésze. A hirdetések mennyisége és a példányszám veszedelmes circulus vitiosusban állanak, káros hatással a szellemi színvonalra. Mert minél nagyobb cirkulációjú egy lap, azaz minél

alacsonyabb színvonalú, annál többen hirdetnek benne, tehát annyival olcsóbban lehet adni, ami viszont ismét a lap forgalmát emeli.

Még egy fokkal alacsonyabban áll az a féltucat, hollywoodi pletykákból, sztárfényképekből és filmregényekből összeállított mozi-magazine, melynek túlnyomó része amerikai import cikk. Ezeknek a lapoknak a forgalma óriási. Viszont a két-három év óta lassan tért nyerő, óvatos akt-fotográfiákkal megtűzdelt „Paris“, „Venus“ stb. című, a meztelenkultusz ürügyével kiadott, serdülőknek és öreguraknak írott magazinok egyelőre még csak szaküzletekben található. Példányszámbelileg legnagyobb forgalmat azonban az áruházaknál már említett angol-amerikai illusztrálatlan pulp-magazinok érik el, melyek a legprimitívebb ízlésnek nyújtanak hosszú történeteket szigorúan specializált magazinokban, mint Love Stories, Detective Stories, Gangster Stories, stb. stb.

A különböző ár- és minőségcsoportba tartozó, folytatásos regényeket és novellákat közlő magazinoknak rendszerint nagy gonddal megrajzolt színes fedőlapja van. H. G. Wells Álom című regényében leírja újságíró inaskorát egy ilyen szerkesztőségben és azokat a raffinált pszichológiai szempontokat, melyeket a címlaprajzolóknak szem előtt kellett tartaniok. A habozó folyóiratvevő befolyásolására a tömeg ízléstípusát képviselő, hazai Elida-plakátjainkra emlékeztető fiatal leányok bájmosolya látható a színes címlapon, vagy verekedést, üldözést, pisztolyharcot, esetleg csókolódzást ábrázoló erős akcióképek.

Az újságárusbolt azonban egyúttal könyvkereskedés is. A készlet túlnyomólag áruházi sorozatokból és fűzött regényekből áll, Orczy, Oppenheim, Wallace és hasonlók műveiből, hat- és kilencpennys meg egyshillinges kiadásokban. A legnagyobb forgalma ennek a két könyvtípusnak van. Ezenkívül még szórványosan fellelhető a Benn-cég egyik-másik hatpennys sorozata, a népszerű tudományos füzetek — a Magyar Szemle Kincsestar előképei — és az „Augustan Poets“, túlnyomórészt jelenkori költők kis antológiái, körülbelül ötven füzetben. Az igényesebb newsagent's shop-ban megtalálható a Nelson kiadó cég másfél és kétshillinges kötött sorozata az angol irodalom nagy klasszikusaiból — legjobban ma is még Dickens fogy — s valamelyik élelmes kiadó által újra kiadott egykor nagysikerű hét és fél shillinges best-sellerek, most olcsó kiadásban két shillingért piacra dobva. Gyerekkönyvek, szótárak és szakácskönyvek egészítik ki a minden ízlésnek minden minőségben és áron szellemi táplálékot nyújtó újságboltok nagy vonalakban felvázolt leltárát.

A munkásosztály vásárlóereje és kedve megáll az áruházak nyújtotta könyvnél és a vasárnapi lapnál. A középosztályok alsó rétegei erősen igénybeveszik az újságosbolt által nyújtott holmit. De a különböző angol középosztály-rétegek fogyasztásának jelentékenyebb részét nem is annyira a vásárolt folyóirat és könyv, hanem a kölcsönkönyvtár elégíti ki. Az angliai kölcsönkönyvtárak forgalmáról nehéz pontos adatokat szerezni. A Board of Education által tíz év előtt kiadott Report on Public Libraries szerint a városok által fenntartott ingyenes nyilvános könyvtárakat csak a lakosságnak mintegy 12%-a, azaz alig ötmillió ember veszi igénybe. Ez a szám körülbelül egyenlő arányban

oszlik meg a munkásság és a kispolgárság között. A városi ingyenes kölcsönző-könyvtárak kb. 37%-ban tartalmazzak szórakoztató könnyű olvasmányt és 63%-ban komolyabb nem-szépirodalmi munkákat. Ahogyan az évente tartott könyvtáros-kongresszusok jelentései mutatják, a fenti százalékaránnyal kifejezett jobb olvasmányra terelő szándék mindegyre kudarcot vall. Mert a szépirodalmi kikölcsönzések az összeforgalom 78%-át teszik ki, szemben a sokkal nagyobb mennyiségben hozzáférhető nem-szépirodalommal, mely csak 22%-nyi forgalomhoz jut. Pedig egy kis kegyes család már ez adatokba is beférközött: a végeredményt szépíteni igyekvő könyvtárosok az ifjúsági könyveket és a klasszikus regényeket rendszerint a nem-szépirodalmi csoportba sorolják.

A könyvtárak minden lehető eszközzel igyekeznek olvasóikat a művelődést nyújtó olvasmányok felé terelni. Newcastleben pl. a könyvtár hangosfilm-vetítő berendezésével ingyenes előadásokat tart, hogy bizonyos tudomány-népszerűsítő munkák iránt az érdeklődést felkeltse. Manchesterben a kölcsönző közönség számára hozzáférhető válogatópolcokon össze vannak keverve a regények a non-fictionnal, hogy bizonyos könyvek legalább kezébe kerüljenek a válogatóknak. Ugyanott kísérleteztek a primitívebb közönség színbefolyásolásával: regényeket feketébe és sötétbarnába kötöttek, míg történeti munkákat, életrajzokat, útleírásokat, könnyű természettudományos műveket élénk zöld, piros és sárgába, tudván, hogy naivabbak néha nem tudnak ellenállni a kötés színének. Mindezek a trükkök azonban kevés sikerrel járnak. A könyvtárosok kezdenek rezignáltan beletörődni abba, hogy az olvasóközönségnek a szórakozási szempont a legfontosabb. A birminghami munkás kietlen munkabörtönéből csak megmaradt szellemi képességeit teljesen lekötő, de agymunkát nem kívánó könnyű költött olvasmányhoz tud menekülni. A munkával és háztartással agyonfárasztott londoni külvárosi asszony nem foglalkozik megnemértett asszonyok problémáit tárgyaló intellektuális regényekkel (van neki magának is elég gondja), a történelmi regény hosszadalmas és nem eleven, a bonyolultabb szellemi mondanivaló számára a lélek pedig már kifáradt, őt csak olyasmi érdekli, ami életkorén kívül esik, de számára is lehetséges: izgalmas detektívregény, vagy romantikus kaland.

A főleg az alsó osztályok által látogatott városi nyilvános könyvtárakkal szemben a középosztály különböző rétegei számára a magán-könyvkölcsönzők egész sorozata áll rendelkezésre. W. H. Smith ötszáz fiókja, a Boots drogériák 350 könyvtára, a nemrég megszűnt Mudie-cég, a nagy és elegáns áruházak könyvkölcsönzői fel egészen a disztigvált Times Book Clubig aránylag csekély összegért, napi egy-két pennys előfizetésért látják el a közönséget olvasnivalóval. Mivel ezek tisztára üzleti vállalkozások, könyvállományukat a kereslet diktálja. Az előfizetők 95%-a beéri a könyvtár által nyújtott anyaggal (Boots és Smith cégeknél morális cenzúra van) és csak az előfizetők elenyésző hányada veszi igénybe a drágább „on demand“ előfizetést, mely bármely, az olvasó által kívánt és raktáron nem tartott könyvet is rendelkezésre bocsát. De erre vajmi ritkán van szükség, mert a közönség a tapasztalt könyvtároskisasszonyokra bízta magát. „Can you recommend me a nice book?“, — tud valami jó könyvet ajánlani? — hangzik az egész

világon ismert kérdés, melyben a „jó“ jelző nem erkölcsi vagy intellektuális értékmérőt jelent. Így természetesen a szórakoztató irodalom forgalma toronymagasan áll minden más kategória fölött, a legtöbb előfizető — többnyire nők — naponta cseréli a könyvet, mert az olvasás megszokott narkotikum lett, mint a cigaretta, ital vagy mozi, automatikus, egyhangú, megerőltetés nélküli, de nélkülözhetetlen időtöltés.

A kölcsönzők tehát már befolyásolják az olvasót azáltal, hogy egy átlagízlésre berendezett, bár elég bő választékot tartanak. Sokkal messzebbmenően standardizálja a középosztály irodalmi fogyasztását a könyvklubok ízlésdiktátori működése. Az amerikai Book of the Month Club nagy üzleti sikerére Angliában is megalakult 1927-ben a Book Society, 1930-ban a valamivel alacsonyabb színvonalú Book Guild és később még néhány könyvbíráló és ajánló bizottság. Az elmúlt évben létesített Left Book Club baloldali és a folyó év tavaszán válaszkép alapított jobboldali Right Book Club nagy sikere arra mutat, hogy a politikai beállítottság az olvasmányválasztásra is befolyást gyakorol Angliában. Eltérően a nálunk is ismert német könyvtársaságoktól, az angol klubok egy bizottságból állanak, mely havonta összeül és a kiadók által még a megjelenés előtt benyújtott példányok, „advance copy“ alapján kiválasztja azt a könyvet, melyet azután a megjelenés napján az előfizető klubtag kézhez kap. A könyvhöz mellékelve van egy jegyzék azon nagyjából egyidőben megjelenő új könyvekről, melyek valamelyikére az előfizető négy-öt napon belül becserélheti a neki esetleg meg nem felelő „hónap könyvét“. Az évente szétküldött tizenkét új könyv túlnyomórésztben regény, Vicki Baum Grand Hoteljének níveljén, azonban tekintve a könyvárral, átlag hét és fél shillinggel is jelzett közönség színvonalát, a művek irodalmilag is többé-kevésbé számottevők. A Book Society tekintélye igen nagy a legszélesebb rétegekben is, mert a kiválogatóbizottság népszerű kritikusokból és írókból áll és így egy-egy választásuk könnyen best-sellert, vagyis néha százezres vagy még nagyobb példányszámú sikert csinál valamelyik szerencsés szerző könyvéből.

Míg az alsó osztályok a borítéklap színétől és rajzától befolyásoltatják magukat olvasmányválasztásukban, addig az ugyancsak hatalmas fogyasztású középosztály a mennyiség, a példányszám fétisé után megy. A szerencsés kiadó reklámja: ezt a könyvet választotta a Book Society! Az esetek túlnyomó részében pedig a fő reklámérv egyszerűen ennyi: ebből a könyvből már ötvenezer példány kelt el. Szinte kihallatszik belőle: ha ennyi embernek jó volt, neked is jó lesz. S a tömeg szalad a tömeg után. Az a hét-nyolc százalék, amit manapság egy angol kiadó a bruttó-forgalomból reklámra szokott költeni, persze sok közönség-befolyásoló tényezőbe oszlik el. Elsősorban a nagy példányszámú napilapok és vasárnapi újságok könyvismertető oldalán verik a dobót. Kibérelve a közelmúltban sikerrel szerepelt ismertnevű regénykészítőket, kiknek neve a publikum milliói előtt bizonyos garanciát jelent, összeállítanak a szerzőre vonatkozó szimpatikus pletykákból és étvágygerjesztő tartalmi ismertetésből valami „kritikát“, megtűzdelve a könyv kapósságára utaló megjegyzésekkel („tízezer példányt jegyeztek elő már a megjelenés előtt“) és nagy általánosságokban mozgó érték-

ítéletekkel, mint pl. „Aki ezt a mélyen szívbemarkoló könyvet elolvassa, másképpen fogja ezután látni az életet“ stb. A könyvsiker evvel már elindult. Azontúl elegendő legyezni a tüzet a vasárnapi lapok negyed- és féldoldalas hirdetéseivel, ahol regisztrálják a példányszám növekedését és lenyomnak még néhány ismert kritikustól származó, a fentihez hasonló semmitmondó lelkenedezést. Ha a könyv tényleg mindenki szájízére való, úgy könnyen best-sellerré válik s esetleg egy év alatt eléri a félmillió, ritka szerencsés esetekben, az amerikai könyvpiac kihasználásával a millió példányszámot. Ettől kezdve az író későbbi új művei számára a legmegbízhatóbb ajánlólevél a régebbi könyv nagy sikere. Ezért nyomják oly gyakran az angol regények címlapján a szerző neve elé régebbi nagy sikereinek címeit is.

A választékosabb ízlésű közönségnek természetesen igen magas színvonalú kritikai lapok is állnak rendelkezésére, így pl. a mintegy négyezres forgalmú, nagyon szigorú standardokkal a legkisebb kisebbség számára értékelő Criterion, a nagyobb hatótávolságú, de még mindig megbízható értékítéletű Times Literary Supplement vagy a London Mercury és hasonló folyóiratok. A negyven-ötvenezres példányszámú népszerű hetilapok, mint a John O'London's Weekly, Listener, Everybody's már a vasárnapi újságok publikum és kritikusszínvonalához alkotnak átmenetet.

MEGISMERVE AZ ÁRUHÁZBAN, újságosboltban és kölcsönkönyvtárban azon csatornákat, melyeken át az irodalmi termék eljut az olvasóhoz, érdemes szemügyre venni magát azt az irodalmat is, mely millió példányszámokban elégíti ki az átlag angol szellemi szükségleteit. Nagy általánosságban a tömegolvasmánynak három főtípusát különböztetjük meg, a detektívregényt, a kalandregényt és a szentimentális szerelmi történetet.

A detektívregény a legelterjedtebb lelki izgatószer, a standardizálódás korának tipikus terméke. Edgar A. Poe agyalta ki, Edgar Wallace csinált belőle gépies tömegárut és napjainkban egyik kiváló angol készítője, Dorothy Sayers az oxfordi egyetemen tartott előadásában demonstrálta rajta az arisztotelészi poétika kérlelhetetlen törvényeit. Ebben a műfajban szinte nem is a tartalom a fontos, hanem a forma. A sikerült detektívregény elindulópontja az első lapon befejezett tényként felbukkanó gyilkosság. Ezután következik a lényeg: a gyilkos megállapítása, a kiderítés, egy növekvő izgalommal („thrill“) játszott játék-találgató. Az olvasó előtt van a látszatbizonyítékok ellenmondó serege, melyek megrostálásával az író — az olvasót az utolsó lapig félrevezetve — kideríti az igazi tettet. Egy detektívregény olvasása emlékeztet tehát a keresztrejtvénymegfejtésre, vagy a kártyajáték izgalmaira. A műfaj ma már meglehetősen konvencionálizálódott, gépies standard-mutatvány lett. Aki egyet olvasott, az tulajdonképpen már ismeri valamennyit. Bemard Fehr kimutatta, hogyan hántott le magáról ez a műfaj minden ékítményt, mindent, ami csak irodalom, mint lelkiéletet, vagy humort és stílust, hogyan desztillálódott le ijesztő emberi automatákkal dolgozó, lélekzet visszafojtó játékká. Kellékei sorában minden hatásos, generációk által levetett

lom elfér, a preromantika elkopott trükkjei, mint baljós sánta figurák, eltolható falak, összekeverve a gépek korának vívmányaival.

Írói között a sok nagygyáros mellett disztíngvált nevekre is bukkanunk, Chestertonra, Father Ronald Knoxra, az oxfordi egyetem katolikus káplánjára. Az olvasógárda nem kevésbé vegyes. A „fan-mail“, az elragadtatott olvasók által a szerzőkhöz írott levelek tanúsága szerint nemcsak a csekély műveltségű osztályok és iskolásfiúk mindennapos olvasmánya, hanem orvosok, papok, ügyvédek, üzletemberek, általában az ú. n. művelt középosztály férfiainak fontos irodalmi tápláléka. Lord Balfour óta egy miniszterelnök sem szégyenli kedvenc olvasmányául bevallani s csak minap tartott a yorki érsek hosszabb előadást a detektívregények dicséretében.

Persze a hihetetlen bőségben nap-nap után megjelenő detektívregényeknek csak kis része műgonddal megírott okos játék. A többség otromba hátborzongatás, esti órák izgalomhajszolása. Különösen alacsony etikai és esztétikai színvonalat képvisel a nagyban importált amerikai változat. Egyelőre azonban még a különböző neveken (pl. Crime Club stb.) működő detektívregény-szétosztó társaságok hihetetlen példányszámokat adnak el. Mégis lassanként mintha a fogyasztó közönség kezdené unni a szokványos tálalást. Időnként új kísérletek látnak napvilágot, mint pl. Crime File-sorozat, mely nem a nyomozás történetét nyújtja, hanem csak annak adatait, néha még a corpus delictiket is. Ez azonban valószínűleg csak ínyenckedés, a lényeg megmarad: a kornak ez a legelterjedtebb olvasmánya. A legelőkelőbb kritikai lapok, Observer, Times Lit. Suppl. is hetenként komolyan megbeszélik a tucatszám felburjánzó termést. Angliában a detektívregényt nem lehet elkerülni, hanem tudomásul kell venni.

A kalandregény előkelőbb családfára tekinthet vissza: középkori gesztákból és a pikareszk regényből fejlődött Dumas közvetítésével modern kommersz áruvá. De míg ötven év előtt Dumas a serdülők olvasmánya volt, addig huszadik századi hasonmása, P. C. Wren vagy Zane Grey a felnőttek olvasmánya, mert a tömegek nem nőnek fel soha. íme egy műfaj, mely az olvasó troglodita ösztöneire, verekedés, szökés, üldözés és rabló-pandurosi izgalmakra van felépítve, nagy testi erőfeszítésekre és féligmese tájakra, indiai dzsungelekre, texasi farmokra és idegenlégiós arab városokra. A Beau Geste és a Sapper-féle Bulldog Drummond történetekben a lényeg folytonos akadályokkal, rejtélyekkel és borzalmakkal telített rohanás a halál elől. Ezek a színtelen staccatostílusban megírott, eseménybő, az angolokra annyira jellemző kötelességteljesítés ideállal motivált, de teljesen valószínűtlen történetek tulajdonképpen a detektívregényeknél is károsabb felnőtt olvasmányok. Chesterton ugyan a Defence of the Penny Dreadful-ban jogosan vette védelmébe ezeket a műveket, mint a serdülőkor nélkülözhetetlen táplálékait, de mint felnőtt olvasmányok a Shejk-ek, Kék Lagúnák és Tarzánok, XVIII-ik századi párbaj- és bosszúhistóriák, modern cowboy- és kalózregények a fantazialás megszokásához, a mindennapi étellel való összeférhetlenségre és e s c a p i s m-re, a sűrű valóság elől légvárakba menekülésre vagy kalandor ösztönök tényleges kiélésére vezet.

Az áruházaknál és újságosboltoknál említett pulp, az Amerikából behozott folyóirat a kalandregény primitívebb fajtáját képviseli. Ezek a csomagolópapírra nyomott heti folyóiratok szigorúan specializálva vannak, egy-egy, kb. százezres forgalmú pulp kizárólag cowboy- vagy gangster, vagy világháborús, természetfölötti, azaz kísérteties, aviatikái, tengerészeti, Verne—Wells-típusú áltudományos vagy szerelmi regényeket közöl. Minden számban legalább két kisregény van átlag harmincezer szó terjedelemben, néha pár novella is. Népszerű regényhősök neveit a szerkesztő a siker érdekében néha a legkülönbözőbb szerzőktől származó műbe is beleírja. A nevek mögött azonban annyi jellemábrázolás van csak, ami három sorban elfér, s a regény hihetetlen élmények megszerkesztetlen sorozata, minden írói elmélyülés, akár csak leírás nélkül. A jól bevált klisék alapján megírott regények mindig azonos explozív drámai helyzetek sorozatai. E. T. A. Hoffmann némely története csekély név- és háttér-másítással mind-egyre új tálalásban kerül a publikum elé. Dumas Három Testőréről elképzelhetetlen mennyiségű bört húztak le amerikai pulp-írók. A lelkiélet vagy képzelőerő híján lévő és vágyaikat meg álmaikat készen, szinte megemésztve kívánó olvasók a fanmail igazolása szerint mindig ugyanazt a történetet és hőst kívánják, akárcsak a mesével betelni nem tudó gyermek.

Szemben a két, majdnem a klasszikus műfajok zártságára emlékeztetően standardizált műfajjal a szentimentális szerelmi regény (gyakran a kalandregény elemeivel keresztezve) lényegesen szabadabb szerkezetű. Struktúráikig egyedül a happy end-ig kötelező, azontúl már csak világnézeti szempontok betartása fontos. A számos angol-amerikai regényíró tanfolyam tanmenete és a nagy novella elhelyező ügynökségek prospektusai szerint a lényeg: a közönség szívét megdobogtatni, mosolyát és könnyét váltakozva foglalkoztatni. Legyen a regényben drámai, de nem túlveszélyes és minél fehérebb szerelmi bonyodalom, a középosztály légköre, de a szabványos romantikus hangulati kellékekkel, sok nőies báj, egyszerű fekete-fehér jellemek, mindez könnyű, esetleg viccelődő, nem megerőltető, s a fejezet végződéseket tablószerűen megíró stílusban. Legfontosabb a könnyen érthetőség és a meglepő hatások keresése. Újabban megkívánják, hogy legyen a regényben egy egészen kevés nemi izgatóanyag is („sex-appeal“), bölcsen keverve megnyugtató hatású erkölcsi tanításokkal és bőséges költői igazságszolgáltatással. Ne legyen azonban a regényben semmi huzamosabban deprimáló vagy kísérteties hatás és brutalitás, kerülendő minden különység, lelki tévelygés és neurózis, minden, ami egyszerű embereknek nehezen érthető, vagy a puritánnak tisztátalan. Ezen követelményeken belül a szerző szabadon válogathatja össze eseményeit és kellékeit. Célszerű azonban számontartania a modern film-drámák hatás eszközeit. A kész mű rendszerint hatvanezer szónál nem rövidebb és nem hosszabb, s főleg könyvekben, ritkábban magazinokban kerül a túlnyomólag női olvasóközönség elé, fölmentve őket egy estére, a mindennappal való szembenézésről. A nagy népszerűségű és még nagyobb jövedelmű specialista szerzők Leavis szerint maguk sem tekintik best-sellereiket irodalomnak. P. C. Wren büszkén hang-

súlyozza, hogy ő nem író, hanem csak szemfüles mesterember és szórakoztató, de mint ilyen fontosabb a társadalomnak, mint D. H. Lawrence vagy James Joyce.

Miként az írók, úgy az olvasórétegek is teljesen elkülönülnek; az elit olvasók ügye lett az igazi irodalom eltartása. Ez a kisebbség nem lépi át a low brow-nak, műveletlennek, ízlésnélkülinek tartott olvasó milliók határát, viszont a tömegek sem tudnak a gúnyos high-brow jelzővel illetett, finomkodóknak, nagyigényűnek, felhúzott szemöldökűnek tartott időálló irodalomról. Ennek következtében a tömegek ízlése változatlan marad, egy ponton stagnál évtizedek óta. Végigtekintve az egy-két évig élő best-sellerek jegyzékén harminc-negyven évre visszamenőleg, azt vesszük észre, hogy a millióknak mindig ugyanaz a típusú regény kell. Verseket, kritikai tanulmányokat, komoly drámákat ugyan ki tart ma számon egy maréknyi érdeklődőn kívül? Nincs ma egy ember sem Angliában, aki versírásból meg bírna élni. A költői pálya a köztudatban a legutolsók közé tartozik. A világháborús leszereléskor kiadtak egy miniszterelnöki rendeletet (Demobilisation Order of Precedence), mely az összes foglalkozásokat nemzeti fontosság szempontjából rangsorba állította. A költőket a negyvenegyedik, utolsó kategóriába osztották a papagáj-idomítókkal és sziluettt-vágókkal együtt.

A civilizációs tömegirodalom apostolai hiába hirdetik, hogy a milliók a ponyván és giccsen át érnek el az igazi irodalom megismeréséhez. Az író-művésznek Angliában is meg kell halni ahhoz, hogy idővel, az irodalomtörténeten és az iskolákon át eljusson a negyven millió olvasóhoz. A múlt századok high-brow alkotásai ma már a tömegolvasónak „biztos” dolgok, mert az évtizedek és a tisztelohordák kanonizálták. A nagy tömegek a klasszikus angol írókat igen respektálják, bár persze nem nagyon olvassák. Cambridgeben 1930-ban több száz egyetemi hallgatónak kellett egy körkérdésre válaszolni: ki a kedvenc írója a múlt századból és a jelenkorból. A legnépszerűbb halott írók Carlyle, Dickens, Hardy, Ruskin és Tennyson voltak, csupa többszillagos, iskolából ismert érték. De a jelenkori favoritok P. G. Wodehouse, E. P. Oppenheim, Zane Grey, G. S. Porter, Warwick Deeping, P. C. Wren és hasonló negyedrangú szórakoztatók voltak. Az utóbbi csoportban a körkérdezett egyedüli támpontja egyéni ízlése volt. Kétségtelen, hogy a ma átlagembere ezekkel az írókkal kellemesen el tudja tölteni idejét. Bennük kárpótlást lehet találni a mindennapi élet korlátjaiért, el lehet velük üzni azt az unalmat, amit a civilizáció idő és emberbősége okozott és el lehet kerülni azt is, hogy egyedül maradjunk és gondolkodni kényszerüljünk.

A betű ma tényleg öl. Megöli az üres időt, époly jól megöli, mint a mozi vagy a meccsrejárás, de melleleg milliókban megöli a gondolkodóképességet és felületességet ültet a helyére. Milyen furcsa paradoxont teremtett is a rotációs, az általános népoktatás, a művelődés erőszakos terjesztése lefelé. Az olvasás kiterjedése ma a kultúra halála. Vájjon sejthette-e ezt az optimista tizenkilencedik század?