

Fülöp Géza:

Fogunk-e olvasni a XXI. században?

Az olvasás jövője

A Jel-Kép c. folyóirat tavalyi 3-as számában nagyon érdekes tanulmány jelent meg a tizenéves korosztály példakép- és értékválasztásairól. A példaképeket csoportosító táblázatban az apa, anya, egyéb rokon, felnőtt ismerős, politikus, tudós, művész stb. mellett, azokat megelőzve találjuk a sportolókat, filmhősöket, popzenészeket. A felsorolt tizenhat kategóriában azonban hiába keressük a regényhősöket. S a tanulmány szerzője is, amikor a személyiségformáló, szocializációs forrásokat felsorolja, csak a családot, illetve a közvetlen ismeretségi kört, az iskolát (benne a kortárs csoportokat) és a tömegkommunikáció médiumait említi. Olvasmányról, könyvről nem beszél (1).

A tanulmányt olvasva az embernek az a benyomása támad, hogy a Gutenberg-galaxis már teljesen kihunyott. Castells amerikai kommunikációkutató pedig már a McLuhan-galaxis haláláról, a tömegmédia végnapjairól beszél. „Bár sokan még a Gutenberg-galaxis elmúlása felett keseregnek, a legújabb közlési eszközök megjelenése már a tipográfiát felváltó rendszernek, a televízió köré szerveződő tömegmédiának is véget vetett” írja Varga Barbara Castellsre hivatkozva (2).

Vannak természetesen az említett felméréssel ellentétes tapasztalataink is. Néha látunk olvasó gyermekeket, s azoknak a könyvtárlátogatóknak a száma is elég népes, akik a könyvtárban könyvet keresnek. Ám a jelzések mindenképpen azt mutatják, hogy az olvasás, a könyv egyre kisebb szerepet játszik – ha még egyáltalán játszik – az emberek, s főleg a fiatalok életében. „A mediális korszak – írja Kibédi Varga Áron egyik esszéjében – talán a hagyományos értelemben vett irodalom halálát jelenti. A kultúrabefogadó közönség életmódja ugyanis radikálisan megváltozik, és ez a változás az olvasást mint társadalmi jelenséget veszélyezteti.” (3)

Ha mármost ezek után választ próbálunk adni a címben feltett kérdésre – ami, be kell vallanunk, tulajdonképpen a lehetetlennel határos, mivel nem vagyunk jövőmondók – arra tehát, hogy fogunk-e olvasni a XXI. században, pontosabban, hogy utódaink fognak-e olvasni, meg kell vizsgálnunk századfordulónk legfontosabb fejlődés- és erővonalait (trendjeit – ha divatos szóval akarnánk kifejezni).

Két tényezőre szeretném felhívni a figyelmüket. Elsőként – lévén olvasásról szó – a kommunikáció terén zajló forradalomra vagy ahogy Szecskő Tamás tanulmányában írta: földrengésre. (4) Négy „rengéshullámról” kell itt szót ejtenünk: a digitalizálás előretöréséről, a multimédia néven ismert új médiumról, az internet hihetetlenül gyors térhódításáról és arról a jelenségről, amelyet konvergencia néven emleget a szakirodalom, s amely a távközlés, tömegkommunikáció és adatátvitel egybeolvadását jelenti. (Észre kell vennünk, hogy mindezekben a fejleményekben a számítógép a főszerep.) Mindegyikük külön-külön is jelentős hatással van és még inkább lesz az információszerzésre, az emberek közötti kapcsolattartásra, de így együttesen – túlzás nélkül állíthatjuk – sarkaiból fogják kiforgatni a kommunikáció világát. Gyökeresen meg fogják változtatni – részben már meg is változtatták – mind a személyközi, mind a csoport-, mind a tömegkommunikációt. S egyelőre alig belátható, sőt beláthatatlan következményekkel járnak majd életformánkra, életvitelünkre, világszemléletünkre, gondolkodási struktúránkra, az egész emberi kultúra fejlődésére. Ezek a változások elkerülhetetlenek, de megjednünk tőlük nem kell, nem szabad. Hiszen az szemtörténeti, filozófiatörténeti és kommunikációtörténeti vizsgálódásokból világosan

kitűnik, hogy a kommunikáció technikája mindenkor hatással volt az emberi gondolkodás alakulására. Elég, ha arra utalunk, hogyan befolyásolta Platon filozófiájának kialakulását az írásbeliségre való áttérés, vagy milyen alapvető élménye volt Szent Ágostonnak a csendes olvasás.

A másik – az olvasásra ugyan közvetett módon, viszont annál károsabban ható – tényező a jóléti-fogyasztói társadalom értékstruktúrája. Hogy csak néhányat soroljunk fel napjaink legjobban mediatizált értékei közül: a siker, a vagyon, az önmegvalósítás, „személyiségmenedzselés”, a fogyasztói hedonizmus. Ezeknek a talmi értékeknek legfőbb terjesztői a reklámpar szolgáltatásban álló médiumok. S mellettük teljesen háttérbe szorulnak a társadalmi-közösségi értékek. A társas érintkezések, a rokoni, baráti kapcsolatok fellazulnak, s lassan elsorvadnak. Nem is beszélve olyan elavult fogalmakról, mint becsület, tisztesség, önzetlenség, empátia, hazaszeretet.

Ilyen körülmények között kellene megkeresni és megtalálni az olvasás, a könyv helyét a XXI. század emberének életében. Mi, akik könyveken nőttünk fel, s el sem tudjuk képzelni az életünket könyvek nélkül, úgy hisszük, erre szükség van. Vissza kell szerezni a könyv becsületét, ki kell jelölni a helyét a számítógépes kultúrában. Ezt a véleményünket nem a nosztalgia mondatja velünk. Három érvel is alá tudjuk támasztani.

Egyfelől figyelembe kell vennünk, milyen szerepe volt és van a mai napig a könyvnek az európai és világkultúra alakulásában. És ez a szerep megmaradt évezredekken keresztül – legfeljebb módosult, hol egy kicsit nőtt, hol egy kicsit csökkent – az információhordozók cserélődésével, a babiloni kőtábláktól a számítógépen szerkesztett kiadványokig. Úgy gondoljuk, a könyv továbbra is szereplője marad az információs, számítógépesített társadalomnak – ha másképp nem, digitalizált formában. Bár az emberiség könyvekben tárolt tudásának belátható időn belül nagyon kis hányada válik digitálisan hozzáférhetővé.

Másfelől a kommunikáció fejlődéstörténetéből tudjuk, hogy egy-egy forradalmi változás, egy-egy új eszköz megjelenése nem szorította ki, nem tette feleslegessé a már bevált kommunikációs technikákat. Mindössze az arányok változtak. Az írás nem tette feleslegessé a beszédet, a nyomtatott könyv az írást és így tovább.

Harmadik érvelünk talán még súlyosabb. Az emberiség – tudjuk – mély válságban van, s ennek csak tünetei a koszovóihoz vagy csecsenföldihez hasonló véres események, a gazdag és szegény országok közötti szakadék mélyülése, a környezetszennyezés, a globális felmelegedés. A válság mélyebben van, az emberi lelkekben. Lehet szappanoperákkal, bárgyú reklámszövegekkel, az internetes kalandozás, a virtuális valóság csábításaival leplezni, de kikerülni belőle csak bölcsességgel lehet. A bölcsesség pedig nem az adathalmazokban, nem a kaleidoszkóp-dobozban élénk varázsolt információmozaikokban van, hanem bölcs emberek írta könyvekben.

Ha pedig mindez igaz, akkor „csak” az a feladat, hogy szülők, nagyszülők, pedagógusok, könyvtárosok, mindnyájan széleskörű összefogással ráneveljük utódainkat az olvasásra, a könyv szeretetére, megbecsülésére. Többek között azzal, hogy jó könyveket adunk a gyermekek kezébe. Mert ha ez nem sikerül, féltő, hogy az emberiség nem fog kikerülni a válságból, hanem még mélyebbre süllyed. S nem csak az olvasás, az irodalom, hanem az egész emberi kultúra végveszélybe kerül.

Irodalom:

- (1) László Miklós: Példa-kép: a tizenéves korosztály értékválasztásai és a média. = Jel-Kép, 1999. 3.sz., p. 33-47.
- (2) Varga Barbara: Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála.= Jel-Kép, 1999. 2.sz., p. 59-74.
- (3) Kibédi Varga Áron: Noé Könyvei. Kolozsvár, Korunk Baráti Társaság, 1999.
- (4) Szecskő Tamás: Földrengések a médiakutatásban. = Jel-Kép, 1998. 1.sz., P. 9-11.