

2013. május 18. - **Pipikönyvek vagy zseniális divatteremtés? - Női „betörés” a magyar irodalomban**

Az olvasásszociológiai elemzések egyértelműen azt mutatják, hogy a könyveket nők veszik elsősorban. Olyat kell írni, ami nekik tetszik, és erre - úgy tűnik - egyre inkább a női szerzők képe. Ha volna

valaki, aki meg tudná mondani, melyik könyv lesz üzleti siker, a kiadók sorba állnának érte, ő pedig a világ leggazdagabb embere volna. Ne feledjük: a Harry Potter és A szürke ötven árnyalatának kéziratát is úgy hajította ki sok kiadó, hogy valószínűleg bele sem olvastak! Most már bánják, mert dollár milliárdoktól estek el.

Magyarországon 42 milliárd forintra becsülik - tankönyvek nélkül - a könyvpiac éves forgalmát. Azt lehet tudni, hogy melyek a legnagyobb kiadók, és azt is, hogy regényből, illetve szórakoztató irodalomból mennyit adnak el, de hogy a női szerzők valóban sikeresebbek-e, mint a férfiak, azt a pénzügyi statisztikákból lehetetlen kibogarászni. Szeretném előrebocsátani: a cikkemben tudatosan nem foglalkozom azzal, hogy egy-egy szerző vagy könyv irodalmi szempontból mennyire értékes. Ezzel kapcsolatban létezik ugyan valamiféle közmegegyezés; mindenesetre amikor az interjúalanyaimmal a nagybetűs irodalmi kánonról beszélgettünk, igazán egyikük sem tudta megmondani, hogy az mit is jelent. Azt sem, hol vannak a határai, és mit kell ahhoz tudni, vagy hol kell ahhoz megemlíteni, hogy egy szerző úgy érezze, benne van.

- Hogy a nők „betörték” volna az irodalomba, hogy valamilyen komoly fordulatot kellene látnunk, az igaz is, meg nem is - gondolja tovább Szilágyi Zsófia irodalomtörténész. - Nekem kicsit úgy tűnik, hogy a női szerzők - inkább a magyarokról beszélek - valahogy „beszorultak” a szórakoztató, könnyű, ponyva- stb. irodalomba; és ha ez így van, akkor meg ugyanaz történik, ami már volt egyszer a két világháború között.

Akkor is kiemelkedően sikeres és népszerű írónőink voltak, Erdős Renée, Földes Jolán, Kosáryné Réz Lola vagy akár Tutsek Anna, mégsem kerültek át a kánonba, nem lettek tananyaggá, többé vagy kevésbé el is felejtettük őket. Vannak természetesen remek női alkotók az úgynevezett magasirodalomban is (bár nem hiszem, hogy ma ez könnyen értelmezhető kategória lenne), akár a világban, akár nálunk, de voltak korábban is. Áttörésről ezért nem, inkább módosulásokról, változásokról beszélnék. Az irodalomban létezéshez persze nemcsak írni kell, hanem jelen is kell lenni, ma pedig különösen, arccal, hanggal, felolvasóesteken - és itt már némi harckészség is szükségeltetik. Ez pedig sok női alkotótól idegen, fárasztó a férfiak küzdelmeibe belépni - magyarázza Szilágyi Zsófia.

Tóth Krisztina egészen biztosan az irodalmi kánon része, többször is beválasztották a tíz legjobb magyar író közé. Mégis azt mondja: bármit tesz is le az asztalra, még mindig elhangzik a kérdés (a háta mögött biztosan), hogy akkor is ilyen sikeres lenne-e, ha nem volna tündöklően szép. Noha ő úgy gondolja, nem számít, hogy nő vagy férfi a szerző, egy dolog fontos: a szöveg, amelyből ő tudatosan kivonja a személyiségét.

Vizsgálhatjuk a kánon fogalmát más szemszögből is: Baráth Katalin békebeli bűnügyi történeteiről jelent meg írás az Élet és Irodalomban. Akkor az írónő most már része az irodalmi kánonnak? Ő erről egyébként azt mondja, a krimiszerzőknek mindig is könnyebb volt elismerést kivívniuk, mint mondjuk a szerelmes történetek íróinak, mert aki kitalál egy lebilincselő bűnügyi rejtélyt, arra már igazán nem lehet azt mondani, hogy liba. A libairodalom ugyanis közismert

fogalom, az angol chicklit fordítása. A szó első tagja pipit, fiatal nőt jelent, a második az angol irodalom szó rövidítése. Elsősorban nőknek szóló, úgynevezett életmód-irodalmat (is) jelent, de a fogalomnak jelentéstartalma az is, hogy közepesen művelt hölgyközönségnek szól, elsősorban nők írják, és üzletileg nagyon sikeres művek. Persze egyre több nő kéri ki magának, hogy ha őket így minősítik a fürdőkádban olvasott regények miatt, akkor a lövöldözős-összeesküvős, meztelen nők férfiírodalmat miért nem nevezik dicklitnek (farokirodalomnak)... Attól persze, hogy valami sikeres, jól olvasható és szórakoztató, még egyáltalán nem feltétlenül chicklit. Nem véletlenül tettem egymás mellé a felvezető szövegben a zseniális és múlhatatlan értékű Harry Pottert és a zsibbasztóan buta A szürke ötven árnyalatát, ugyanis mindkét mű szerzője multimilliárdos lett. J. K. Rowlingot - aki húsz évvel ezelőtt azért jelölte csak kezdőbetűkkel a keresztnévét, hogy a Harry Potter reménybeli vásárlóit ne riassza el, hogy nő írta a könyvet - és E. L. Jamest - akinek már csak azért van ilyen neve, mert a sajátjánál ez így trendibb - nyilván irodalmi világok választják el egymástól, mindazonáltal mindketten műfajt vagy divatot, vagy irodalmi tematikát -megint csak nagyon képlekenyek a fogalmak - teremtettek.

Utánuk szerzők százai írtak ugyanolyan vagy hasonló témájú könyveket. Műfajt teremtett Joan Harris gasztroregényeivel csakúgy, mint a „szingliregény” megteremtője, Helen Fielding, a Bridget Jones naplójának írója. Stephenie Mayer világa pedig éppúgy elpusztíthatatlannak tűnik, mint hősei, a szerelmes vámpírok. Világdivatot teremtett persze Dan Brown is A Da Vinci-kóddal, és igaz ez számos más férfira is - a legmenőbb trendekre valahogy mégis a nők éreztek rá az utóbbi időben.

Halmos Ádám, a Libri Kiadó szerkesztője viszont ragaszkodik ahhoz az álláspontjához, hogy nincs női áttörés. Sikeres témák, felkapott könyvek vannak, meg jól eltalált piaci rések, sok író nő sikeres, de nem feltétlenül sikeresebb a férfiaknál. Áttörés abban van, hogy nők az olvasók, a férfiak kétségbeejtően kevés könyvet vesznek a kezükbe, épp csak minden ötödik olvas, de ők sem szépirodalmat (és ha mégis, azt a toaletten ülve teszik - tette közzé nemrég egy amerikai felmérés).

Ezért joggal mondhatta a Booker-díjas író, Ian McEwan, hogy „abban a pillanatban, hogy a nők eltűnnek a föld színéről, a regény is meghal”. A pszichológusok úgy gondolják, hogy a nők képessége erősebb arra, hogy beleéljék magukat egy történetbe, és a fantáziájuk is színesebb, ezért szeretnek olvasni. A szürke ötven árnyalatának sikere óta azt is tudjuk, hogy vannak bizonyos dolgok, amelyeket az olvasmányok alapján elképzelni egy nő számára bizsergető, de látni kiábrándító.

A nők nehezen szakadnak el attól; amit megszerettek. Ma már sorozatokat rendelnek meg a kiadók, illetve ha valami vagy valaki nagyon sikeres, szinte törvényszerű, hogy évente piacra kerül egy új könyve. Nagyon nem lehet tévedni, mert ha a közönségnek bejött az alapséma, rá lehet húzni a következő kötetre is, az olvasó pedig megszokta, hogy joghurtban, mosóporban és regényben megbízható márkáktól változatlan minőséget kap. „Ha valami tetszik nekik, őryöngve követelik a folytatást, írnak, telefonálnak, és elátkozzák a kiadót, ha két napot késik a hön áhított kötet” - meséli nevetve Büchler András, az Ulpius-ház Könyvkiadó kommunikációs vezetője.

Legalább annyira fontos, hogy a szerző személye izgalmas legyen, mint az, hogy mit írt. Jó példa erre Ugrón Zsolna: kastély Erdélyben, gyönyörű szerelem és jó családi sztorik, profi személyes márkáépítés. És lám: ma már minden magyar könyvesboltban önálló gondolat kapnak az arisztokrata nők könyvei.

Egészen más stílus, de hasonló séma: kit érdekelne Liptai Claudia butácska regénye, ha

szerzőjét nem látta volna az ország bugyiban, bugyi nélkül, és ne tudnánk, hogy azt a bugyit mikor és ki húzta le?

Büchler András úgy véli, még az sem elég, ha izgalmas a szerző személye, a márkát építeni kell. Meg kell tudni szólítani a közönséget, tartani velük a személyes kapcsolatot a Facebookon és más online felületeken, elmenni közönségtalálkozókra. A legdivatosabb női szerzőknek a Fradi-B-középpel vetekedő szurkolótáboruk van, elsősorban az interneten. Hatalmas az összetartás: egy romantikus történelmi regény szerzőjének, Fábián Jankának a rajongói soha nem vennének a kezükbe Fejős Éva-könyvet, és fordítva. A vásárlási statisztikák viszont azt mutatják, hogy függetlenül a jelenkori nagy kedvenc személyétől, a mai női olvasó - függetlenül attól, hogy tini vagy háziasszony - szívesen vásárol Jane Austen-regényeket, hiszen minden valamirevaló férfi regényhős a lelke (vagy inkább a könyvet olvasó nő lelke) mélyén Mr. Darcy, aki most, hogy betöltötte a kétszázadik évét, még vonzóbb, mint valaha.

Egyetemista koromban még azt tanultam, hogy ha egy könyvből Magyarországon tízezer példánynál többet adnak el, azt legalább Jókai vagy - maradjunk a nőknél - Szabó Magda írta; mára viszont a legsikeresebb szerzők úgy verik a százezres eladott példányszámokat, hogy ez már nem is számít kiemelkedőnek. Persze minden kiadó felfelé kerekít, és a százezres példányszámokat nem egyes könyvekre, hanem könyvsorozatokra kell érteni.

-Ma Magyarországon az egyik legsikeresebb női szerző Leiner Laura, akinek a nevét valószínűleg csak az ismeri, aki maga is tini vagy tini szülője, tanára. A Szent Johanna Gimi 7+2 kötetének megjelenése után a magyar középiskolákban hetekig nem lehetett tanítani, konténerszám kobozták el a példányokat az órák alatt, a szülői értekezleteken csak erről volt szó. Egy-egy dedikálás idején utcákat zártak le; amikor megjelent az utolsó kötet, és ezzel véget ért a regénybeli gimnáziumi osztály története, az én lányom a barátnőivel (mert ez az örület is lányos dolog) zokogva olvasta fel a kedvenc részeket, és hetekig nem írt leckét, mert gyászolt. Leiner Laura védi magánéletét, azt lehet róla tudni, hogy huszonéves, felépített egy márkát, amelynek része a könyv, a saját márkabolt, az ajándéktárgyak, a pólók, a rendezvények, a virtuális gimnázium online osztályokkal és internetes arculattal.

A Ciceró Kiadó szerkesztője, Till Katalin áldja azt a pillanatot, amikor „éppen költöztünk, vezetőváltás volt, napokig nem működtek a számítógépek, halálosan fáradt voltam, de egyszer csak valami csoda folytán a gépem elkezdte letölteni a napok óta feltorlódott leveleimet. Jó kedvem lett, és gondoltam, felhívom a Leiner Laura nevű lányt, aki egy ifjúsági regénysorozat ügyében írt. Mikor olvasni kezdtem a kéziratot, két dolgot azonnal tudtam: a szöveg nagyon jó, és nincs ehhez fogható tiniknek szóló könyv a piacon."

Azóta persze van, mert mindenki ilyet ír, most már trend a gimiregény. Gondolhatnánk, hogy elég a jó szimat, de nem. Nyugat-Európában a nagy könyvesboltokban méteres gondolákat töltenek meg a bolondos családok és a velük élő állatok vicces történeteiről szóló könyvek, Gerald Durrell találta fel a műfajt, természetesen egy nő, Brunella Gasperini tette ismét világsikerré. Magyarországon Mirtse Zsuzsa írt -a nyugati példa alapján tehát szupertrendi - könyvet Fogadó a Négy Macskához címmel. Till Katalinnal egyetértettünk abban, hogy évek óta nem olvastunk ilyen szórakoztató hazai regényt. A kiadó nagy sikernek várta, de semmi. A kutya sem vette - talán mert macskákról szól.

Persze az már önmagában kész főnyeremény, kiadó egyáltalán elolvassa a kéziratot; az igazán élelmes szerzőnek magának kell kiadnia a könyvét és elkezdenie a terjesztést, aztán a szájhagyományra és az internetre - bízni a népszerűséget, mert nem szabad elfeledkezni arról sem, hogy a bloggerek nagy része is nő. Sokaknak bejött ez az indulás, mások nem, mindenesetre így lett híres Baráth Katalin vagy Fábián Janka. Akkor jelentkezett náluk a kiadó

amikor már mindenki róluk beszélt. Számos vállalkozás létezik a piacon, amelyeknek a fő profilja magánkiadások megjelentetése. A szerkesztői és lektori munka a nyomdaköltséggel együtt körülbelül nyolcszázezer forintba kerül néhány száz példány esetében. Ahhoz, hogy nullszaldós legyen egy könyves vállalkozás, számítások szerint legalább 1500 darabot el kell adni az adott műből.

Nem győzzük eleget hangsúlyozni, hogy biztos recept nincs, csak majdnem biztos. Számos tanfolyam indul itthon is, ahol úgynevezett kreatív írást lehet tanulni, sőt: kifejezetten női regényírást. Vass Virág nemcsak műveli ezt a műfajt, hanem tanítja is. Sikeres újságíró, az Elle magazin volt főszerkesztője, dekoratív, világot látott, igazi nagyvilági szépség, akinek a személyisége alkalmas arra, hogy branddé, márkává váljon. Amikor az egyik neves kiadó felkérte, hogy írjon regényt, fél év gondolkodási időt kért: tanult, olvasott, elővette az asztalfióknak írt kéziratait, és tudatosan olyanná alakította a szöveget, amelyikről tudni lehetett, hogy legalábbis sikergyánús, de mégsem libairadalom. És bejött. A tudatosság is lehet bombasiker.

Rácz Zsuzsa Állítsátok meg Terézanyut! című művével történelmet írt, mert ő volt az első olyan női szerző itthon, aki remek humorral és hatalmas öniróniával tudott beszélni a korosztálya problémáiról, és ezzel eladási rekordokat is képes volt megdönteni. Számára a „miért sikeresek a női írók?” kérdésben az az izgalmas, hogy a könyvek és a tudás férfias világát bevették a nők, és beszélni kezdtek azokról a dolgokról, amelyek őket foglalkoztatják. Számára sokkal fontosabb, hogy kellemes, szórakoztató, örömet adó legyen az, amit ír, mintsem hogy meghódítsa a kánont. A népszerűségét ő is tovább építette: egy gyógyszeripari nagyvállalattal évről évre arra biztatják a nőket, hogy írják meg a saját történetüket (idén például az anya-lánya kapcsolatról). Díjat alapítottak, amelyet olyan nők kaphatnak, akik az oktatás- és az egészségügyben példamutató munkát végeznek. És mindez egy „szingliregénnyel” kezdődött, melyben a nők magukra ismertek, és amely megnyitotta őket.

A tanulságot végül így foglalja össze Szilágyi Zsófia: „Ha tökéletes sikerrecept létezne, kevés izgalom maradna, akkor nem lennének számos kiadó által visszautasított, majd később világsikert elért könyvek. Marketingre, a célközönség megtalálására, a könyvek tálatására, a szerzők felépítésére minden könyvnek szüksége van, a jó irodalomnak is, hiszen látszani kell a könyvtengerben valamiképpen - és ez teljesen független attól, férfi vagy nő írta-e az adott könyvet.” **Farkas Adrienne**