

Hűvös, esős tavasz

Újságokban, heti- és képeklapokban újabban a „publicisztikát” keresem, nem az „irodalmat”. A hírekre is csak ritkán vetek pillantást. Nem kerültem távol az irodalomtól. Se a jelentől. Szó se róla. És attól sem álltam el, amit régóta álltok, hogy a mi – kisebbségi – kultúránk alapjában véve „irodalmi kultúra”. A sorjázó ellenvetések, a jobbról és balról egyaránt érkező számonkérések sem ingattak meg ebben. És abban sem, hogy azért, mert irodalmi, egyúttal langyos és áruházi kész kultúra a miénk. Figyelem csendben és türelmesen az „irodalmiságra” kilótt bőséges eszmei és politikai lövedékeket. És már arra sem gondolok, máskor sem volt másként, és máskor sem lesz másként. Mindig voltak és lesznek is, akik az irodalmat felhasználták és felhasználják erre- arra. Valamire. Amiről csak ők tudják, hogy mennyire fontos.

Most mégis inkább „publicisztikát” olvasok. Írók és újságírók, tudósok és tanárok, filozófusok és (ritkábban) politikusok publicisztikáját. Nem azért, mintha a publicisztika az irodalomnál is többet mondana nekem. Alapvetően mégis vers- és regényolvasó maradtam. Honnan akkor ez a hűtlenség?

A publicisztika a pillanat műfaja, és ezért könnyen romlik, felejtődik, fakul. Csak kevés éli túl az újság, a hetilap, esetleg a folyóirat rövid életét. Bár mostanában sokszor gyűjtik könyvbe is; menteni a menthetőt. Ha könyvbe kerül a publicisztikai frás, akkor derül ki róla, hogy helye volt az újságban, frissebb volt és emlékezetesebb is talán. Begyűjtését hagyta volna inkább egy későbbi felfedezőre. Aki elhíreszthetné, tíz vagy még több év múltán, hogy aranybányára lelt, ismeretlen művekre... Előfordult ez már az irodalom történetében. Nem is egyszer. A nagy felfedezések. Például Kosztolányi publicisztikájával vagy Ady újságcikkeivel. Nemrégiben Szép Ernőt láttuk viszont Kispanasz címen összegyűjtött cikkeinek tükrében. Csakhogy... Igen, csakhogy. A felfedezés értelmét Kosztolányi, Ady, meg Szép Ernő „irodalmi” életműve adta meg. A publicisztika súlyához kell a mű súlya. Nagy kérdés, mekkora súlya lenne A kitérőt hatyú-nak a Termelési-regény (kissregény) „előzménye” nélkül, vagy mit találnánk Európa köldökén A látogató, A cinkos, a Kerti mulatság nélkül. Folytathatnám a sort. A novellák, a kései elbeszélések, a Módosulások teszik, tetik „gazdaggá” Herceg János riportjait és lapszéli jegyzetait. Az irodalmi életmű indokolja, hogy – ha lehet – valaki valóban mielőbb lánson hozzá Herceg János szétszórt, sokféle elhintett publicisztikájának begyűjtéséhez.

Mostanában a publicisztikák szerzői semmit sem bíznak a véletlenre. Talán valóban nem kell arra számítani, hogy akad majd egy kései tisztelő, aki megsárgult újságlapokról begyűjti a szétszórt frásokat...

Am azt is bizonyítja ez, hogy nőtt a publicisztikai frások és műfajok árfolyama. Alig akad újság egy-két állandó kolumnista vagy tárcáfró nélkül, és már nemcsak a vasárnapi vagy az ünnepi számokra kérik, tartalékolják az ilyen jellegű cikkeket. Kell tehát az újságnak. És valószínűleg kell az olvasónak is. Az író, a filozófus, a tudós is szívesen írja. Mert ebben a műfajban olyasmire is hozzászólhat, amiben nem igazán jártas, vagy nem is igazán illetékes.

De elmondom nyomban azt is, hogy engem a jól hangzó szerzői nevek, a témák időszerűsége és fontossága mellett más is vonz a publicisztikához. És ez a más időnként (csak időnként?) mindennél fontosabb. A magyar publicisztika az utóbbi években – tíz éve? öt éve? – „külön” nyelvet teremtett. Külön beszédmódot alakított ki. A régről ismert szavaknak új jelentést adott. Különleges mondatszerkezeteket teremtett. Észrevétlenül állandósuló szókapcsolatokat alakított ki. Legfőképpen pedig megtanulta az ironiát. Rájött, hogy súlyos és kemény tényeket szellemesen és fordulatosan is közölni lehet, felszókott a szójáték és a vicc ára. Közben természetesen kiderült, hogy ettől a kemény és súlyos dolgok nem lettek könnyebbek, és az élet sem elviselhetőbb. Sőt... A szójáték nyomán élesekben fénylik fel a mindennapi szorongás és veszedelem.

Hát ezért keresem mostanában az újságokban inkább a „publicisztikát”. Mert van nyelve, van stílusa, mondata, van személyes szóhasználata. Éppen ezért sokatmondó. Elgondolkodtató. És pontos.

Azt sem hallgatom el, hogy magyarországi újságokban keresem az ilyen frásokat.

Mert a hazaiakban nem találok.

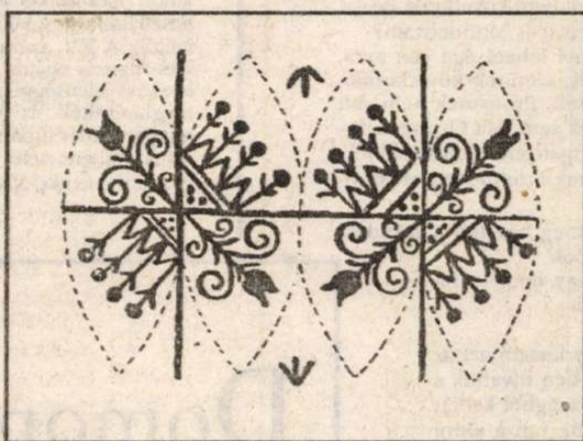
Még nem tanultuk meg a publicisztikának ezt a külön nyelvét. A mi mondataink még mindig súlyosak, körülményesek, még mindig nagyon szigorúan ragaszkodunk régi és mára berozsdásodott nyelvi szerkezetekhez, alig merünk hozzányúlni a szólásokhoz, nem merjük darabjaira szedni az állandó szókapcsolatokat. Akár azt is mondhatom, a hazai publicisztika nyelve még nem lépett be a posztmodern beszédbirodalmába.

Itt cikket, kommentárt, tárcát, polémiát még mindig feszes vigyázzba vágott közírók írnak, akik mintha semmi fontosat nem közölhetnének, ha arcukra nem ül ki a prédikátor komolysága és ha homlokukat nem barázdálják a gondolat mélységét és súlyát „ábrázoló” ráncok. Ne feledjük, másoknak is vannak gondjaik, mégsem merevítették komor gondba a szavakat és mondatokat.

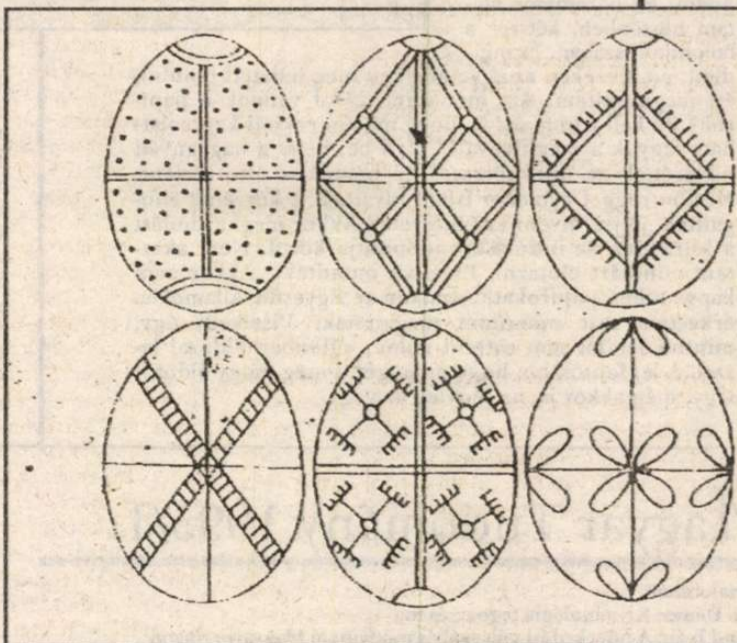
Tanuljunk egy kicsit Esterházy Pétertől, **Főrsi Istvántól**, Kukorelly Endrétől, Orbán Ottótól, Lengyel Lászlótól, Váncsa Istvántól... Másoktól is. Szavakat. Mondatokat. Alanyt és állítmányt. És lépünk ki végre a merev sémákból. Játsszunk a szavakkal, a mondatokkal. Még akkor is – vagy éppen ezért –, ha kint most hűvös, esős tavasz van. S az időjósok sem ígérenek napfényt, meleget, virágzó tavaszt.

Az életünket játsszuk el, ha nem követjük a nyelv útjait, többek között a publicisztika éppen most élő, virágzó és sokféle ágazó nyelvének ösvényeit.

BÁNYAI János



Hímestojás kiterített rajza (Losonc palóc vidéke)



Ormánsági (Baranya) hímestojások

A húsvéti tojásdíszítés a népi díszítőművészet olyan ága, amely különösképpen tele van hiedelmekkel és szokásokkal. A tojás, mint a termékenység szimbóluma, fontos szerepet játszik a hiedelmek között, de maga a díszített tojás ajándékozása a húsvéti ünnepekhez kapcsolódik. Olyan szokás ez, amely falun és városon egyaránt napjainkig elevenen él. A tojáskészítés nagy múltjára utal, hogy már a népvándorlás kori avar sírokban is találtak ilyeneket. De ezt bizonyítják olyan díszítőelemek is, mint amilyen a svasztika egy változata, továbbá egy gerebélyszerű motívum és sok más olyan geometrikus minta, amely csak a húsvéti tojásokon őrződött meg.

A Kilátó mai számát néhány tájegység tojásrajzmintáival illusztráltuk.

F

sen éb
rok m
nön v
föltám
V
melle

zött as
szóba
távoli
az első
tes vol
fiatala
Egyete
fel.

meg:

nadai
kora k
(Nem

zul el
kább f
N
előszö
tőzött,
lanul v
R
egysze
asszon
meg a
megúj