

Az online irodalmi folyóiratok szerkesztői nem csupán a munkájukat végzik töretlen lelkesedéssel, hanem előszeretettel reflektálnak is arra, valamint annak közegére és működési mechanizmusaira. Erre utal legalábbis az elmúlt időszakban rendezett számos, a hazai folyóirat-kultúra ezen viszonylag friss szegmensével foglalkozó tanácskozás és szakmai találkozó. Ahogy 2012. év végi számában a slam poetry egyre inkább megkerülhetetlen jelenségével foglalkozott lapunk, úgy 2013 végén az interneten működő irodalmi folyóiratok szerkesztőségeihez fordultunk körkérdéssel – egyetemi orgánumoktól a klasszikus folyóiratok online testvérlapjaiig, specifikusan irodalmi-irodalomkritikai felületektől az összművészeti portálokig –, hogy áttekintő képet nyújtsunk erről a területről, valamint a hozzá kapcsolódó szellemi és kultúraszervezői erőfeszítésekről. A hol egy irányba mutató, hol pedig erőteljesen divergáló válaszok nem csupán az online irodalmi szcena sajátosságaiba és a print médiumok világától való eltéréseibe engednek betekintést, hanem egyfajta lenyomatát is adják egy, a hagyományos folyóirat-centrikus magyar irodalmi életet alapjaiban érintő mediális fordulat aktuális állásának.



## KÖRKÉRDÉS AZ ONLINE IRODALMI FOLYÓIRATOKHOZ

A Szépirodalmi Figyelő az alábbi körkérdést intézte az online irodalmi folyóirat-paletta ismertebb képviselőihez:

1. Paradigma- vagy csak platformváltás: más szerkesztési, illetve szövegalkotási módot igényel-e az online folyóirat-készítés?
2. Végleg eldőlt-e már a nagy online–offline csata, avagy szükség van-e párhuzamos felületekre az olvasók megtartásához, eléréséhez?
3. Hogyan lehet helytállni az online versenyben, mivel lehet kitűnni, és egyáltalán versenytársak-e az online irodalmi folyóiratok?
4. Van-e olvasó a like-ok mögött: tudjuk-e, hogy kiknek írunk, és mik az online irodalmi folyóiratok olvasóinak valódi igényei?

Összesen tizenhat orgánum szerkesztőségéből kaptunk nem csupán informatív, de gyakran továbbgondolásra érdemes vagy akár egymással termékenyen szembeállítható válaszokat, melyekért ezúton is köszönetet mondunk. A válaszok – a megkérdezett lapok, illetve portálok abc-rendjében – az alábbiakban olvashatók.

### *A Vörös Postakocsi Online*

1. Néha nyomasztó a gyors reagálás folyamatos kényszere az online szerkesztésben, ha hiba van, azonnal javítani kell; ha olyan szöveg érkezik, amit azonnal közölni kell (szerzője és/vagy témája miatt), akkor nem lehet mélnézni, időzni, túl sokat mérlegelni, s néha mégis az derül ki utólag, hogy nem kellett volna annyira sietni. Talán a versek a legnagyobb nyertesei az online közlésnek, a tekintet egészen egyszerűen be tudja fogni a képernyőn megjelenő rövidebb sorokat. Azonban a széppróza, illetve a szakszöveg bizonyosan nehezebb helyzetben van, több erőfeszítést igényel végigolvasásuk, bár azonnali kereshetőségük, a végtelen időzés lehetősége mégis ad egyfajta biztonságot az olvasónak.

Személy szerint az adott szöveghez szorosán vagy éppen kevésbé szorosán kapcsolódó képekkel szeretem illusztrálni a textusokat s egyúttal segíteni az olvasókat; a pihentetés és a gyönyörködtetés lehetősége erősen megvan bennük. A szerkesztési folyamatban furcsa az állandó kapcsolattartás kényszere a szerzővel (ez ma már nyilván így van a nyomtatott lapok esetében is), néha kifejezetten fárasztó, hogy nem elegendő tényeket befogadni és továbbítani a szöveg közlésével kapcsolatban, hanem sok esetben majdhogynem lélekápolást is kell folytatni, vagy éppen jó érzékkel felismerni a zaklatást vagy a sértődöttséget a levél írója részéről.

2. Abban biztos vagyok, hogy az offline lapoknak is szükségük van online jelenlétre és archívumra, mindazzal együtt is, hogy sokan rendszeres vásárlói, olvasói vagyunk a print irodalmi lapoknak. A közösségi oldalakon, a digitális gyűjteményekben való láthatóság egyszerűen létkérdés; a Facebook számomra például az ismerősökkel való kapcsolattartás mellett az olvasói figyelmem irányítója: arra is kíváncsi vagyok, ismerőseim mit ajánlanak elolvasásra, illetve a különféle folyóiratok milyen friss közleményeket osztanak meg velem. Abban még mindig bizonytalan vagyok, hogy online vajon milyen hosszú szöveget képes az olvasó végigbogarászni, s csak automatikusan nyomja-e a lájkot (például a téma és/vagy a szerző miatt), vagy valóban végig is olvassa a szöveget (nyilván nem mindig). Az olvasás fizikai cselekvésében számomra a nyomtatott felület még mindig verhetetlen, mindazzal együtt, hogy teljes mértékben hiszek az online lapok fontosságában és pótolhatatlanságában. Utóbbiak egyedisége – és ez talán a mi oldalunkon is egyre inkább érzékelhető – bizonyosan megmutatható abban is, hogy a web 2.0 műfajai megtermékenyítően olvadnak össze a klasszikusnak tekinthető szépirodalmi, illetve szaktudományos műfajokkal. Őszintén szólva engem ez mind a mai napig elvarázsol olvasóként. A veszély persze ugyanebben van: az online lapokra éppen emiatt sütik rá könnyen a kóklerség bélyegét, az internet biztosította szabadság sokszor az igénytelenséget, a szakmaiság hiányát is magával hozza – erre akad is mindig példa. Annál nagyobb elismerés viszont kevés van, ha egy „nagy” szakmai név adja szövegét egy online lapnak közlésre.

3. Ma már pontosan látszik az online lapok arculata, ahogyan ezzel együtt az is, mely oldalak működnek a print változattal párhuzamosan, illetve melyek rendelkeznek főállású szerkesztőséggel. Valahol minket

is az ezekhez való viszony határoz meg: már nincs print változatunk, pontosabban az évi egy nyomtatott lapszám az éves online közlések esszenciájaként értendő, illetve a szerkesztőség összes tagja alapvetően lelkesedéssel dolgozik. Ez egyáltalán nem jelent kevesebb felelősséget, viszont érzékelhető ebben valami különös szabadság, bátrabb ötletelés, szélesebb figyelem akár építészeti, képzőművészeti témákban, illetve interjúk (lásd a 2013. nyári interjúsorozatunkat), esszék (lásd az *Objet trouvé*-rovatunkat), kritikák (lásd a *Sujet retrouvé*-rovatunkat) egyedibb hangvételű szövegfajtáiban. Az online lapok egymáshoz való viszonyát érzésem szerint sokban meghatározza az aktualitásban való versengés vágya és kényszere: elsőnek lenni ennek vagy annak a friss kötetnek a recenzálásában, interjú készítésében, tudósítások közlésében (utóbbi műfaj majdhogynem zavaróan elszaporodott mostanában). Ez sokszor együtt jár a könnyen megúszni módszerével, éppen ezért kitűnni úgyis lehet, ha lemondunk az instant reagálásról, de mondjuk szakkönyv-kritikák vagy szaktanulmányok közlésével mégis felmutatunk valami nagyon egyedit – miközben lemondunk a gyorsaság gonosz kényszeréről.

4. A Facebook talán jó mérője lehet annak, hogy kinek írunk: az olvasók, ha kommentelnek, inkább ott kommentelnek, semmint a honlapon, követhető az adott cikk megosztása, valamiféle népszerűsége, majdhogynem olvasókra történő lebontása. A mi esetünkben szerintem nagyon pontosan látszik egy szorosabb értelemben vett olvasóközönység, amit barátaink, illetve szakmai kapcsolataink határoznak meg. Talán közhelyes, amit erről gondolok: éppen ez inspirál az igényességre, az egyedi arculat keresésére, annak kiagyalására, mivel is lehetünk mások a többi online felülethez képest.

Bódi Katalin  
szerkesztő

*Ambroozia*

1. Ha létezik részleges paradigmaváltás, akkor az történik a szerkesztésben. A versrovat szerkesztése ugyanúgy működhet, mint egy nyomtatott lapnál, annyi különbséggel, hogy színes szöveget, mozgó betűket meg hasonlókat lehet használni – bár ilyen megoldásokkal nem nagyon élnek a költőink. Utóbbi megállapítás tulajdonképpen minden műfajra

érvényes: nagyon kevés tollforgatónk van, aki élne a digitális közeg(ek) lehetőségeivel.

A prózai szövegekkel már más a helyzet. Felmérések szerint az online olvasók átlagosan négy és nyolc perc közötti időt töltenek el egy oldalon – ezek az olvasók valószínűleg sosem fognak elolvasni több tízezer leütéses novellákat vagy kritikákat, tanulmányokat. Az ilyen méretű szövegeknek a nyomtatott lapokban van/lehet esélyük.

2. Online–offline csata, kiváltképpen jelentős csatározás érzésem szerint nincs. Igaz, hogy amikor 1995-ben az internet publikus lett, és nem egészen egy évvel később az Egyesült Államokban megjelentek az első online irodalmi lapok, nagyon sokan szembeszálltak azokkal, és az életképtelenségükről cikkeztek. De azóta elárasztották a világhálót az irodalmi vagy részben irodalmi lapok.

Lobbizás viszont van. A hagyományos lapok – természetesen – mindent megtesznek azért, hogy a mecénatúrától megszerezzék a pénzt az előállítási költségekre. Az online lapok szerkesztői pedig elégedetlenkednek, amikor látják, hogyan dobnak ki évente több tízmillió forintot néhány tucatnyi példányban eladható lapok papír- és nyomdaköltségére.

Visszatérve a csatára. Ha lenne is, nem sok értelme volna. Ahogy annak idején a ludditáknak nem sikerült megakadályozniuk az ipar gépiesítését, és ahogy a kódexmásolásból jó pénzt kereső klérus sem tudott Gutenberg nagyszerű találmányának (vagy koppintásának?) útjába állni, úgy az információnak a netes felhőbe kerülését sem lehet megakadályozni. De még csak elodázni sem. Ezzel szembemenni olyan, mintha egy kamasznak próbálnánk elmagyarázni, hogy zenét csak magnókazettáról hallgathat – tehát ciki. Az információ – s benne az irodalom – mindenhol ott van, egy-két kattintásnyira. Eszközaink segítségével bárhol olvashatunk kedvünkre valót. Olyan műveket, amik tetszenek. És annyiért, amennyit hajlandók vagyunk áldozni rájuk.

Nincs csata. Invázió van. Bár az irodalomban némileg lassúbb, mint például a zenében. Hosszabb lesz a kifutása. Nyomtatott irodalomra még legalább húsz évig szükség lesz. Száz nyomtatott irodalmi lapra a Kárpát-medencében aligha – de néhányra (tízre? tizenötötre?) mindenképpen. Hogy azután mi lesz? 2020-ra tervezi az Intel vállalat a számítógépek vezérlésére alkalmas agyimplantátumok sorozatgyártását. Meglehet, akkor már olvasni sem kell majd, csak áttölteni az agyba az információt. Az lesz a valódi kihívás – ha tényleg bekövetkezik.

3. Valamiféle verseny létezik, de – legalábbis jelenleg – úgy veszem észre, hogy ez inkább egészséges versengésként mutatkozik, nem vére menő, kirekesztős háborúként. Példa erre az is, ahogy a szereplők igyekeznek keresztül–kasul linkelni egymás oldalait. Ráadásul az online irodalmi „jelenlétek” nagyon sokfélék: portálok vagy azok részei, hírfolyamszerűségek, havonta vagy több havonta frissülő folyóiratok, a nyomtatott lapok internetre feltöltött állományai stb. Mindenféle olvasó megtalálja a saját ízlésének és ritmusának megfelelő lapot/oldalt. Talán éppen ezért nem vagyunk ádáz konkurensei egymásnak. Szurkolás ellenben van, általában az évnek abban a periódusában, amikor a mecénatúra a pályázatokról dönt – hiszen mindenki egyre többre vár és egyre kevesebbet kap, ez pedig szokott szülni némi tünékeny irigységet. Kitűnni pedig két módon lehet: remek írásokkal, valamint jó marketinggel.

4. Elég sok mindent lehet tudni az olvasókról és az igényeikről. Először is maga a tartalomkezelő rendszer, hacsak nem valami gagyi szoftver, már önmagában egy fontos információval szolgál: mutatja a cikkek olvasottságát. Emellett az analitikai szoftverek, mint a Google Analytics vagy a Piwik, temérdek információval szolgálnak: hány olvasónk volt egy bizonyos időszakban, ez mennyivel több vagy kevesebb egy másik időszakhoz képest, mennyi közülük az új vagy a visszatérő, mely országokból hányan, milyen arányban olvastak minket és hány percig tették ezt – és még sok más információt is szolgáltatnak, egészen addig, hogy milyen képernyőfelbontással tekintették meg az Ambroozit (vagy bármi mást). E programok éppen csak az olvasók életkorát és nemét nem képesek megmutatni – de erre ott van a Facebook: az analitikai alprogramja éppen erről képes kimutatást készíteni (igaz, csak az FB-s kedvelőkről). Akár célzottan, az olvasóinkra tervezve is írathatnánk a műveket, például megadva bizonyos kulcsszavakat – ám ez talán már nem is lenne irodalom.

*Király Farkas*  
szerkesztő

*Apokrif Online*

Nehéz bármi újat – és ettől korántsem függetlenül – érdekeset mondani online–offline irodalmi kérdésben. Maga a platformváltás – azaz már itt is vitatkoznék a prekoncepcióval, hiszen meggyőződésem sze-

rint csak a platformok *bővülése*, nem annyira *leváltása* zajlik – nyilván megkérdőjelezhetetlen tény. Az internet ugyanis nem ugyanaz, mint a papír, még akkor sem, amikor „kinyomtatjuk” az internetet (értsd: az ott megjelent tartalmakat). Közhelyeket halmozok közhelyekre, mikor azzal érvelek, hogy a más kontextus más olvasási stratégiát hív elő, a korábban megszokotthoz képest másként figyelünk és más kapcsolatokat is teremt a figyelmünk szövegek és információk közt, amikor egyik linkről a másikra kattintva találkozunk – akár primer, akár szekunder irodalmiságú írások esetében.

Mindez azonban nem feltétlenül kell hogy a nyomtatott szöveg halálát jelentse. Jelentheti, de úgy vélem, csak akkor, ha a nyomtatott kiadások maguk jelentik be tulajdon halálukat, ezzel a kommunikációs, beszédaktus jellegű megoldással egyben elősegítve is azt. Ha elfogadjuk az internetes szövegközlés *más* jellegét a nyomtatottal szemben (s az offline haláltánc nulladik pontjaként jellemzően ezt a különbözőséget szoktuk megjelölni), akár észrevesszük, akár nem, azt is kimondjuk, hogy a net nem „válthatja le” az irodalom vagy bármi más papíralapú közlését. Erre ugyanis csak akkor lenne képes, ha pontosan ugyanazokkal a funkciókkal bírna, csupán előállítására és hozzáférése volna könnyebb, egyszerűbb, költséghatékonyabb, *miközben* pontosan ugyanazt nyújtaná, mint nyomtatott elődje. Azonban nem véletlen, hogy az online irodalmi fórumok (éppúgy, ahogy bármilyen más online sajtótermék) látványosan elkülönülnek, saját helyüket keresik a papíralapúakkal szemben (és nem fordítva), nemcsak a fent már említett kontextuális és befogadási tekintetben, hanem (a legtöbb esetben) stílusukat, nyelvezetüket, műfajaikat, gyakran már szövegelőállítási eljárásaikat is tekintve.

Nem véletlen, hogy a legtöbb internetes irodalmi oldalon (tisztelt a „régivágásuként” emlegetett kivételeknek) az irodalomkritika általában rövidebb terjedelmet kap („a netes olvasók türelmetlenek a hosszabb írásokat végigolvasni” típusú, elterjedt szerkesztői hozzáállás okán), cikkekben legtöbbször elkerülik az adott szakma (esetünkben: az irodalomtudomány) szakzsargonjának szigorú és következetes használatát – logikusan, hiszen hacsak maga a netes felület nem direkt „rétegeközönség” számára üzemelő „szakhonlap”, általában egy-egy nyomtatott folyóiratnál szélesebb olvasói réteget szólít meg, már csak azért is, hogy – a kevés „fizetős” honlap kivételével – minden internethasználó számára egyetlen kattintással hozzáférhető. Így hivatkozárendszerük is másként működik, hiszen nem szövegek közötti, hanem a megfizetendő nyomtatott sajtó elérését).

ben utalnak más művekre (kivéve, ha azok csak offline érhetőek el), gyakran hosszabb idézésre sem szorulnak, hiszen egyetlen hiperhivatkozás beszúrásával a teljes hivatkozott írásművet elérhetővé tehetik (így egyszerre mindjárt az épp olvasotton felül további, tetszőleges számú szöveget az olvasó elé tárva).

Példánknál maradván, az internetes irodalomkritika (szemben a nyomtatottal) lehetővé teszi jó minőségű fényképek, videók és hangfelvételek megosztását is (ezek közül a fénykép ugyan helyet kaphat nyomtatott szöveg kíséretében is, de annak előállításai költségeit és így többnyire a végleges produktum fogyasztói árát is jelentősen növeli az eljárás). A cikkek ilyen jellegű „feldúsítása” természetesen nem minden esetben üdvös (bár véleményem szerint nem is az ellenkezője, pusztán, ahogy hangsúlyoztam is, *más* olvasási stratégiát hív életre), hiszen az olvasó figyelmét egyszerre többfelé irányítja: mondjuk könyvkritikát olvasunk, melynek első bekezdése mellett láthatjuk a könyvborító (mint az olvasói „első benyomást” általában jelentékenyen befolyásoló tényező) képét, láthatunk fotót a szerzőről, megtekinthetjük (feltéve, hogy az adott könyvhöz készült ilyen) akár a könyv rövid, kedvescsináló ajánlóját (trailer), akár magát a könyvbemutatót is végignézhetjük, míg médialejátszókon hallgathatunk az alkotóval készült, belinkelt interjút, hallhatjuk a mű egy-egy részletét a szerző felolvasásában stb. A figyelmünk elkalandozik, de visszatalálása magára a kritika szövegére semmiféle akadályba nem ütközik. Azt, annyit és úgy fogadunk be, amennyit kedvünk, időnk, türelmünk épp enged.

Mindezzel nem tud versenyre kelni egy nyomtatott könyvkritika – szerencsés esetben azonban nem is kíván versenyre kelni vele, lévén nem ez a dolga. A nyomtatott írásművek közönsége persze lehet, hogy csökken, valójában azonban úgy látom, sokkal inkább specifikálódik. Az internet térnyerésével ugyanis azok maradnak meg a nyomtatott irodalom olvasóinak (hiszen nem kívánok leragadni a fenti példánál, a kritika az egész jelenségnek pusztán egyetlen, szemléltető jelleggel idecitált alapesete), akiket specifikusan az offline tartalmak érdekelnek – akár olvasási konvencióik, mondjuk úgy: irodalmi, olvasási szocializációjuk, akár elmélyedési szándékuk vagy a nyomtatott közlések mindmáig, korántsem ok nélkül megmaradó presztízse okán. Azok az olvasók „válnak le” a nyomtatott sajtóról, akik mindeztől jobbján tájékozódottak belőle, más lehetőség nem (nagyon) lévén (vagy anyagi helyzetük nem teszi lehetővé a többé-kevésbé „ingyenes” internet mellett a megfizetendő nyomtatott sajtó elérését).

A legtöbben azonban – azon kevesek, akiket még egyáltalán lázba hoz bármiféle kulturális termék, lévén szerintem sokkal inkább ez, az úgynevezett magaskultúra iránt érdeklődők számának aggasztóan csekély mértéke az igazi probléma –, ha csak megengedhetjük magunknak, éppen fogyasztási mohóságunk, telhetetlen érdeklődésünk okán az internetes irodalmiságot afféle bónuszként, örömteli mennyiségi növekedésként éljük meg. Szívünkben és (lelki értelemben vett) virtuális polcunkon jól megférnek egymás mellett on- és offline irodalmi termékek (különleges ingyencégeként egyazon lap egymástól különböző netes és nyomtatott változatai pedig különösképpen), hiszen végeredményben úgyis a szöveg a lényeg, ami, bárhogyan is csűrjük-csarvarjuk, ha jó, bármilyen formában és csomagolásban is az. Ha meg nem, akkor úgyszincs miről beszélni, akár kommentben, akár kocsmaasztalnál.

*Nyerges Gábor Ádám*  
főszerkesztő

### *Bárkaonline*

1. Sem paradigma-, sem platformváltás. Attól, ha valami új megjelenik, terjed, gazdagszik, még a régebbit, régebbieket nem kell felváltania. Elférnek egymás mellett. Hol igen, hol nem igényel más szövegalkotási és szerkesztési módokat – műfaja, rovata, szerzője, szerkesztője és online felülete válogatja. Nálunk is, a Bárkaonline-on. Nem szükség-szerűen, nem kötelezően.

2. Nemhogy végleg, egyáltalán nem dőlt el, s remélhetőleg még sokáig nem is fog. Természetes, hogy szükség van párhuzamos felületekre, s még számos más felületre is, mindenre, ami hozzájárul az olvasók eléréséhez, megtartásához. Igaz, hogy generációk nőnek föl, amelyek tagjai egyre kevésbé vesznek a kezükbe könyvet, folyóiratot, mégis sokan vannak ma is, s nem csak az idősebb korosztályokhoz tartozók, akik nem szeretnek hosszabb szövegeket és szépirodalmat a monitorról olvasni. Ráadásul szerverek, szolgáltatók, portálok tűnnek el rendre, az átlag internethasználó számára pedig velük együtt számtalan szöveg, mű. A nyomtatott folyóiratok megőrzik.

3. Munkával, az irodalom és a minőség iránti elkötelezettséggel talán helyt lehet állni és ki is lehet tűnni. Amikor 2006–2007 fordulóján lét-

rehoztuk a Bárkaonline-t, többek között ezt írtam a beköszöntőben: „Nem kell tőlünk tartani, nem akarunk egyetlen már létező irodalmi portállal sem versenyezni, nem törekszünk senkinek sem a helyére, nem akarunk senkit, sehonnan kiszorítani, s egyébként is úgy hisszük, hogy nagy az Úristen internetes óceánja, elférünk rajta mindannyian.” Ma is így gondolom, s azóta hány új internetes folyóirat jött létre. És természetesen versenytársak az online folyóiratok, mint ahogy a nyomtatott folyóiratok is azok, de csak annyira. Az igazi versenytársunk az idő és a kor, amelyben élünk.

4. Úgy tudjuk, hogy van olvasó a like-ok mögött, miért is ne lenne, miért is like-olna manapság bárki olvasatlanul verseket, prózákat, kritikákat, tanulmányokat, beszélgetéseket, helyszíni tudósításokat, híreket? Azt tudjuk-e, hogy kiknek írunk egyébként, általában? S hogy nekik mik a valódi igényeik? S a nem valódiak...?

*Elek Tibor*  
főszerkesztő

### *FÉLonline*

1. Véleményem szerint sem a paradigma-, sem a platformváltás fogalma nem közelíti meg jól azt a jelenséget, ami az irodalmi, kulturális szövegekkel az interneten történik. E terminusok azt sugallják, mintha a tartalmak médiumuktól függetlenül, önmagukban, valahol a materiákon túl léteznének, és vagy a papíron, vagy az interneten egyszer csak – valamilyen autoritás által – megvalósulnának, csakhogy ez így nem igaz. Nem igaz a nyomtatott szövegekre sem, de az interneten a *content* mediális konstruáltsága jobban megmutatkozik, mivel újszerűsége, szabályozatlansága voltán nem, vagy nehezebben rejtőznek el azok a formulák (megjelenítő eszközök, szerverek stb.), melyek előállítják. Ugyanakkor a tartalomszolgáltatás az online kulturális felületeken többnyire a nyomtatás közegében megképződött gyakorlatok szerint működik, úgy a szövegszerkesztés és a weblap kinézete, mint a terjesztés terén.

Paradigmaként, egy fejlődéstörténet állomásaként is csak a papír világa felől érthetjük a jelenséget, amennyiben az ezzel kapcsolatos kérdések mindig a print laphoz képest mutatnak rá a weblapok másságára. Csakhogy a weblapok mássága nem szűkíthető a szövegek közlési formáira, az úgynevezett „csatornára”, amelyen keresztül „jön” az iro-

dalmi „műalkotás”. Valójában nem a(z) internet előtti, esztétikai, politikai-korlátozó) kultúra vált platformot, hanem a platformok váltanak (az internetes gyakorlatokban megképződő) kultúrát. Nem az irodalom valósul meg az interneten, hanem az internet alakítja át teljes mértékben azt a kulturális gyakorlatot, amelyet irodalomnak (vagy irodalmi, kulturális folyóiratnak) nevezünk.

2. A fentiek értelmében az online és az offline tartalomközlés nem áll szemben egymással, teljesen más közegben, mindenben különböző konfigurációk szerint működnek. Ez az úgynevezett olvasóra is igaz, hiszen a könyvek „olvasója”, „szerzője”, „értelmezője” és „kánonja” bizony a könyvek lapjain marad. Az online közegben is megvannak a tipikus akciók és reakciók, csak „követőnek”, „posztolónak”, „kommentelőnek” nevezik ezeket. Ezért is válnak parttalanná (és fölöslegessé) az offline szöveg megjelenést, kritikát, kánont és az irodalmi blogokat, Facebook-csoportokat stb. összevető és boncolgató viták. Ezek a médiumok egymással nem kompatibilisek, a felületek ki sem zárják, de meg sem erősítik egymást. Viszont tény, hogy a magyar irodalomfogyasztó az interneten van, és elsősorban internetes tartalmak révén találkozik az ún. kulturális szövegekkel. Az online irodalmi lapok napi több száz, ezer olvasót is fel tudnak mutatni, míg a print irodalmi lapok többségükben 300 példányban készülnek el – havonta. Az állami pénzen eltartott intézményi irodalom sajnos még mindig nem ismeri fel az átrendeződött erőteret, a fogyasztási (ismeret- és információszerezési) szokások változását, és a Nagy Irodalmi Folyóiratok (meg a Fontos Egyetemi Tanszékek) többségükben képtelenek arra, hogy saját színvonaluk megtartása érdekében szakszerűen mozduljanak el a költség-hatékony (olcsóbb) és egyáltalán olvasót (közönséget) felmutatni képes internetes tartalomszolgáltatás felé, így ezt a független online lapoknak kell megtenniük.

3. A kulturális tartalmakat közlő internetes lapok nem úgy versenyeznek egymással, mint a nyomtatott lapok. Tartalmaik nem olyan termékek, mint egy újságéi, amelyből ha tájékozódni szeretne az olvasó, példányt vásárol. A weben óránként több száz lapot hívunk le, és egy témában egyszerre több másodszoveget (beszámolót, kritikát) is megtekinthetünk. Verseny tehát inkább a gyorsaságban, a folyamatos frissülésben van, illetve abban, hogy az olvasók igényeihez a leginkább alkalmazkodni tudjunk.

4. Egy átlagos tartalom a látogatók 12–13%-ához jut el a Facebook adatai szerint. Saját megfigyelésem alapján az egyes cikkeket az azt látogatók tízszerese olvassa el. Az olvasók igénye egyértelmű: rajongásuk tárgyai, ismerőseik, barátai szövegeit olvasni vagy azokról értesülni, megtudni, hogy egy-egy terméket (könyv, mozijegy, színházi este) érdemes-e megvásárolni vagy sem. Az interneten a „művelődés” (polgári) illúziója nélkül olvasnak a böngészők. Azt pedig, hogy kik ők és hányan vannak, rengeteg forrásból megtudjuk: leginkább a Facebook demográfiai adatait érdemes összevetni a Google Analytics mindenre kiterjedő mérésével. Ezek alapján érdemes fejleszteni a tartalmat és a lapot kinézet, struktúra és technikai platform szempontjából.

*Braun Barna*  
főszerkesztő

### *Irodalmi Jelen Online*

1. Az online vagy nyomtatásban megjelenő folyóiratok egyforma szerkesztési és szövegalkotási igényességet kívánnak meg. Az anyagok megjelenésének időzítése az eltérő. Az Irodalmi Jelen három pilléren áll. Az online-ra napi rendszerességgel kerülnek fel az anyagok. A helyszíni tudósítások szempontjából ez a legfontosabb; munkatársaink a történelmi Magyarországon zajló irodalmi, kulturális eseményekről számolnak be. Színes, fotókkal tűzdelt riportok születnek, s ez – úgy érzem – lapunk egyik erőssége. Havonta megjelenő nyomtatott számainkba viszont ezek nem kerülnek be, hiszen aktualitásukat veszítik. Aradon megjelenő regionális napilapunk havi irodalmi melléklete a nyolcoldalas Irodalmi Jelen, melyben a helyi szerzőkön kívül válogatást hozunk az online-on publikált anyagokból. Újságpapírra nyomtatjuk, így ez is megkülönbözteti az előbbiektől. Úgy érzékelem, manapság egyre több irodalmi folyóirat nélkülözhetetlennek tartja az online megjelenést is, abból az okból, hogy nagyszámú olvasót akar azonnal elérni. Tehát hangsúlyossá vált a napi anyagfrissítés, ugyanakkor az olvasók reakcióiból kiviláglik, mi a fontos a számukra. Ennek függvényében átgondoltabban lehet szerkeszteni a nyomtatott lap-számot. Ezért nem paradigma- vagy platformváltásról beszélhetünk, hanem egy megváltozott koncepcióról, stratégiai álláspontról, megítélésről, illetve két egymást kiegészítő publikációs formáról.

2. Szerintem nem csatáról van szó, hanem alkalmazkodásról, az olvasói igények és habitusok megváltozásáról. Tizenöt évvel ezelőtt – Ady példáját idézve – alig vártuk, hogy az újságárusnál megjelenjen a kiadványunk, amelyben írásunk szerepelt, s szívszorongva rohantunk kora reggel a kioszkhoz. Ma már ez nem így történik. Az online átvette a vezető szerepet, azonnal kinn vagyunk a „kirakatban”. Hatványozottan nagyobb az esélyünk arra, hogy olvassák novellánkat, versünket, tárcánkat, mintha az valamelyik nyomtatott irodalmi folyóiratban jelent volna meg. Azt is tudjuk, hányan, mikor, meddig olvastak egy anyagot, hányan töltötték le; olyan információhalmaz birtokosai leszünk, amelyet a nyomtatott termékkel nem tudunk ennyire könnyen és költségmentesen elérni. Miért ragaszkodunk mégis a papírkidához? Azért, mert empirikusak vagyunk, hatalma van felettünk a kézzelfoghatónak. A papír tapintása, a nyomtatott betű illata, színe lenyűgöz bennünket, és erről a bővületről nem mondunk le egykönnyen a jövőben sem.

3. Versengés mindig volt és lesz is, bármennyire közhelynek hangzik. Képernyőn olvasni egészen más, mint papíron; az üveg felületén, egy kis ablakban információk halmaza fér el. Ezt kell „eladni”, megszerettetni az olvasóval. Színek, grafikák, képek a munkaanyag, és persze a szó, annak érdekfeszítő ereje. Mi 2008 októbere óta többször is oldalformát, dizájnt cseréltünk. Nemcsak olvasóink visszajelzése, de a többi online lappal folytatott versenyfutás is erre készítetett. Az irodalmi folyóiratok közül elsőként, 2001 óta olvashattak bennünket digitálisan, pdf formátumban is. Lapunk tizenhárom évi archívuma ma is könnyen visszakereshető, megtekinthető.

4. A „tetszik”, „nemetszik” voksológusok identitása a mi portálunkon nem azonosítható. A Facebook-on is csak azokat láthatjuk, akiket a hálózat kiemel. A mindenkori olvasónak, ha irodalmi portálról van szó, a minőségi szöveg a legfontosabb. De mindenki rákattint egy érdekes hírre, izgalmasnak ígérkező interjúra, helyszíni tudósításra. Az irodalmi portálok érdekszférákat is kiszolgálhatnak, egy-egy csoportosulást, szakértőkből, holdudvart is támogathatnak. Az Irodalmi Jelen tágabb körben szemlél a világon magyar nyelven alkotók munkáiból, Debüt rovatunkkal pedig a fiataloknak nyújtunk közlési lehetőséget. Az utóbbi években növekvőben az irodalmi portálok száma, ami azt is jelenti, hogy az írott szóra éhezők tábora színes palettáról válogathat. Az olvasói igények pedig nem transzcendensek, nem kell őket kitalálni,

misztifikálni. A mindenkori olvasó érdekfeszítő szövegekre kíváncsi. Végezetül hadd álljon itt a szerkesztőségünk névsora: Bege Magdolna főszerkesztő-helyettes, Mányoki Endre (vers, próza) és Szőcs Géza főmunkatársak, Boldog Zoltán (kritika, interjú, videó), Laik Eszter (helyszíni tudósítások), Varga Melinda (Kolozsvár), Hudy Árpád (olvasószerkesztő), Szőcs Tekla (fotográfia).

Böszörményi Zoltán  
főszerkesztő

### Kortárs Online

Cicero rég ráérezett valamire, hiszen a változatosság valóban gyönyörködtet: így van ez az online felületek világában is, melyek a jelenlegi kínálattal a magyar folyóirat-kultúrára jellemző gazdagságot képezik le, ennek hagyományait folytatják, illetve újítják meg. (Nem lehet véletlen, hogy online *folyóiratokról* beszélünk, és nem az internet világból vett *portál* vagy *szájt* kifejezés az elterjedt. Bár talán megérne egy felmérést, melyik online kulturális felület hogyan definiálja magát, továbbá hogy az olvasó számára melyik kifejezés milyen jelentéstartalommal bír.)

Az online megjelenésnek ráadásul tér-időbeli korlátja nincs, olcsó és dinamikus, olvasottsági adatai mérhetőek, követhetőek, elemezhetőek. A print kiadványok archiválására szolgáló és a nyomtatott folyóiratokkal párhuzamosan, akár egyedi tartalommal működő felületeken túl így számos folyóirat már online született meg, miközben megfigyelhető egy fordított trend is: az eredetileg online-ként feltűnő felületek törekszenek a virtuális világból való kilépésre, akár közösségi rendezvények, rádióműsorok vagy nyomtatásban is megjelenő antológiák, kiadványok formájában. A print formátum legitimációs ereje nem szűnt meg tehát: a technika gyorsuló fejlődésének követésére, így például tablet-kompatibilis e-kiadványok szerkesztésére, a honlapok folyamatos fejlesztésére, újratervezésére csak keveseknek van kapacitásuk, lehetőségük. A külső megjelenés, a print-kultúra által meghatározott rovatstruktúra vagy szövegtípusok megújítására, a képek innovatív alkalmazására, a nem lineáris olvasásra szabott megjelenítésre (vö. a megújulásra törekvő vagy újonnan induló hírportálokkal), a szerkesztés módjára, az olvasók bevonásának mértékére különböző megoldásokat és nagyon szétszórva találhatunk jelenleg. Vagyis az online képvegyes. Kicsit olyan, mintha *paradigmaváltást* prédikálnának a szerep-

lők, de inkább a *platformváltásra* innának, és a mezőnyből ki-ki az on- és offline jellemzők különböző arányú keverésével tartja vagy szerzi meg olvasóit.

Mégis, valós versenyről csak akkor beszélhetnénk, ha ezek a felületek a piacról élnének meg (ha egyáltalán meg tudnának élni: többségükben nagyon sok a létrehozók, működtetők által hozzáadott, pénzben nem kifejezhető érték). A reklámpiacon való részvételtől azonban nincs szó, hacsak a kulturális tartalomszolgáltatás mellett hír- és adatgyűjtés, egyéb szolgáltatási piár- és marketingtevékenység nem társul a felület tevékenységeihez; a külső szponzori forrás még ritkább. A kultúrának majdhogynem nincs is valós piaca, és eleve Budapest-centrikus: míg a hirdetői szféra globális szinten teljesen átalakul, és egyre inkább a személyre szabott igényekre specializálódik (lásd a Google-hirdetések erősödését, szemben a bannerek, leugró hirdetések pozíciójának gyengülésével), addig hazánkban még a napi egyedi látogatószám (tíz ezres bűvös határ) alapján is csak nagyon kevés fizetett hirdetés kerül ki kulturális termékekről (hagyományosan színházi előadások, filmek, esetleg könyvek, kisebb részben események, programok ajánlói) a kifejezetten kulturális portálok többségére; ezek közül is csak a nagyon specifikus tartalommal vagy célközönséggel bírók járhatnak sikerrel.

Egyrészt a legtöbb felület tárgyával, a kultúrával nem képes produkálni a megfelelő számokat, és nem alkalmaz (nem tud alkalmazni) olyan munkatársakat, akik feladata a (reklám)menedzsment. Másrészt viszont a kulturális élet résztvevői (művészeti ágaktól függően különböző mértékben) maguk is állami pénzeket használva igyekeznek fennmaradni, gyakran a hirdetést spórolva meg, a kapcsolatépítésre, barterekre alapozva. A finanszírozást tekintve a működéssel és a rendezvényekkel kapcsolatos támogatások – esetlegesen állami megrendelők által fizetett reklám formájában – egy kalapból kerülnek szétesztásra, ahol a támogatás mértéke nem alapulhat csupán a kedvező statisztikákon – bár az sem állítható, hogy átlátható volna, hisz sohasem mentes lobbitevékenységektől, illetve ideológiai-kultúrpolitikai megfontolásoktól. Viszont pont a központi finanszírozásnak e kevéssé pozitív jellemzője engedi meg a már említett változatosságot és gyönyörködtetést.

A magukat kulturális (irodalmi) folyóiratként definiáló online felületek különböző okokból jöttek létre; ide sorolhatóak a blogszerű, egy-egy művészeti ágra specializálódott képződményektől kezdve az egyetemi kötődésű felületeken keresztül a hosszabb múltra visszatekintő lapok online kiadásai is. Mindannyian megszólítanak egy közösséget

és közönséget, méghozzá a szerkesztők, szerzők, tartalmak és olvasók tekintetében kisebb-nagyobb átfedésekkel. Ezzel pedig együttesen adják az adott kor kultúrájának lenyomatát, amely tendenciájában amúgy is egyre fragmentáltabb képet mutat. Ennek megfelelően ezek a felületek nem versenytársak, hanem inkább egymás *társai*, hiszen a kulturális élet közvetítőiként annak résztvevői és alakítói is egyben. A maga módján mindegyikük egyediségével, egyszeri koncepciójával tűnik ki azok számára, akiket ilyen vagy olyan okból képes megszólítani. Ennek felismerése és elfogadása, az egymással szemben mutatott kölcsönös nyitottság, az egymással való párbeszéd elengedhetetlen a nagy egészben betöltött szerep következetes és felelős vállalásához, nem különben a jobb érvényesüléshez.

Vágó Marianna Rita  
felelős szerkesztő

### KULTer

1. Lassan az válik paradigmaváltó gesztussá, ha egy újszerű jelenség-halmazról végre nem akarunk paradigmaváltásként beszélni. Jelen problémakörnél az is kérdéses, hogy honnan közelítsünk hozzá. Az olvasó, a médium, a tartalomszolgáltatás folyamata vagy a szöveg materialitásának eltűnése szempontjából van komolyabb tétje a változásnak? Persze ezek a problémakörök összeérnek, de nem kell, nem érdemes túlmisztifikálni például a szerkesztői, szövegalkotói folyamatot; hasonló mediális átalakulásról van szó, mint amikor a kódexmásolást felváltotta a nyomtatás. Most nagyságrendileg több emberhez juttatható el bármilyen tartalom, ez az olvasás és egyben a tartalomlétrehozás demokratizálódásának egy újabb lépcsőfoka. Élmenytársadalomban élünk, ahol a részesedés a fő motiváció: ha az ember interaktívan bekapcsolódhat a folyamatokba, úgy érzi, nincs jelen hiába. Ezzel áttörtünk egy falat, viszont lemondunk az auráról és lemondunk az olvasható szöveg materialitásának másodlagos szintjéről is – mármint ha a kézirat ez esetben elsődlegesnek, a nyomtatott írást pedig másodlagosnak tekintjük. De lemondunk a tartalmak feletti kontrollról, sőt sokszor úgy tűnik, a mennyiség javára a minőségről is – ebbe az egybe nehezen tudok beletörődni, legalábbis az online kulturális folyóiratok nem járhatják ezt az utat, inkább legyen kevesebb, első közlésű minőségi tartalom, mint sok silány anyag vagy újraközlés. A baj csak az, hogy a pénzosztó szervezetek is statisztikák alapján döntenek. Nem tudom,



tehetnének-e másképp, de ezzel azt erősítik, hogy termelni kell a cikkeket, a híreket, az interjúkat, bármit, csak legyen sok – a termelés viszont végtelen sok hibalehetőséget hordoz.

2. Nincs online–offline csata, ez még a szó metaforikus értelmében véve is félrevezető. A print folyóirat-kultúra egyszerűen nincs versenyhelyzetben, a termékei úgy viszonyulnak az online kulturális színtér felületeihez, mint az őseink tudása a miénkhez – a netkultúra megörököl kulturális tartalmakat, szokásokat, formátumokat, kisajátítja ezeket, és háttérbe szorítja a kevésbé hatékony részterületeket. Kiépít egy saját eszköztárat, megteremt egy addig ismeretlen együttállást, ami bizonyos értelemben megkönnyíti az olvasók életét, másrészt el is bonyolítja a válogatás folyamatát, hiszen az online hálózat kiemelt csomópontjai nem szükségszerűen a legmegbízhatóbbak, leghasznosabbak is egyben. Ami valamely kevésbé ismert felületen jelenik meg, kevésbé élményszerűen tálalva, elvész az információtengerben, s egy idő után nehéz lesz előhalászni belőle – s ezen a problémán a keresőprogramok sem segítenek. Úgy gondolom, hogy bizonyos print periodikáknak még hosszú ideig jelen kell maradniuk a kulturális színtéren, hiszen egyes funkciók nehezen pótolhatók online, húsz-harminc oldalas tanulmányokat például még mindig nehezemre esne online vagy e-book readeren olvasni. Mindig lesznek print kulturális lapok, csak néhány évtized múlva a ritkaságuk miatt műtárgyi értékűvé, unikálissá nemesednek majd.

3. A saját szervezésű programok éppúgy hozzájárulnak egy felület műhelyként való reprezentációjához, sikeréhez, mint az, hogy mennyire egységes és egyedi az arculat, a rovatstruktúra, a szerzőgárda, vagy mennyire használja ki a multimediális lehetőségeket a tartalomszolgáltató felület. A KULTer.hu és a József Attila Kör égisze alatt szervezett 2013-as *KULTOK II.* – *Online kulturális folyóiratok* című konferencia előtt például feltűnt, hogy a legtöbb megkeresett szerkesztőség rendkívül nyitott, igényli és látja értelmét az együttműködésnek – ez nem mond ellent annak, hogy az egyes weblapok között egészséges, inspiráló versenyhelyzet áll fenn. Bár rendkívül különböző stratégiákkal dolgozunk, a legnagyobb erőket – főleg kvantitatív értelemben – a komolyabb anyagi forrással rendelkező szerkesztőségek tudják mozgósítani, viszont az, hogy a színtéren érvényesülni képesek hozzánk hasonló, teljesen nonprofit médiumok is, azt jelzi, vannak, lesznek al-

ternatív utak, s ha monopóliumokat nem is döntünk meg, van igény arra, amit csinálunk.

4. Lehet róla elképzelésünk, és ez részben tényleg a Facebook-felületen való visszakövethetőségnek köszönhető, de például a Google Analytics statisztikái, az oldalletöltések és az egyedi látogatók száma, az oldalon töltött idő is mind-mind lehetőséget adnak a spekulációra – ha többre nem is. Persze nem ragadhatunk le ezen a szinten, az igényekről is elmondanak valamit a like-ok, az igazán fontos viszont az, hogy a szerkesztők következetesek legyenek, mert ha van egy rendszer, egy fejlődőképes weboldal, ahol egyre ritkábban mutatkozik minőségi ingadozás, az megtalálja a saját közönségét. A különös ellentmondás a neten éppen az, hogy minél kevesebb a szöveg és minél több a (mozgó)kép, annál több a látogató és a like. A könnyen hozzáférhető információt szívesebben osztják tovább az emberek, egy kulturális tartalomszolgáltatónak viszont az elmélyültebb, részint szakmai, szűkebb réteg más típusú igényeit kell kielégítenie, lemondva ezzel a gigantikus számokról és az ezzel járó csillogásról is – bár lehet, hogy van arany középút, csak még nem találtuk meg.

Áfra János  
főszerkesztő

### *Kultúra & Kritika*

1. A platformváltás más szövegalkotási módot is jelent, hiszen alkalmazkodni kell a szövegek újfajta befogadási módjához. Az online felületen fontos az áttekinthetőség, a pontos tördelés, hiszen az olvasó először csak átfutja a cikket, s ha az igazán felkelti az érdeklődését, akkor olvassa el a teljes szöveget. Hogy egyáltalán megtörténjen az a bizonyos kattintás, már ahhoz is szükséges egy frappáns, figyelemkeltő cím. Ezek az elvárások elvileg ugyanúgy érvényesek a nyomtatott anyagokra is, de – saját tapasztalatom alapján – mintha ezekre az anyagokra több időt és energiát szánnánk. Még mindig intimebb a lap és az olvasó viszonya, mint a képernyő és a befogadó közötti kapcsolat. Hogy az offline-ról online-ra váltás egyben paradigmaváltást is jelentene-e, azt viszont nem tudom megítélni.

2. Úgy gondolom, hogy fontos a párhuzamos felületeken való jelenlét. A Kultúra & Kritika két online felülettel is rendelkezik: egy hivatalos

honlappal (www.kuk.hu), valamint egy blogfelülettel (kultura-es-kritika.blog.hu). Mivel elsősorban online működünk, a legtöbb olvasónkat ezeken az oldalakon keresztül érjük el. Ugyanakkor az immár öt éves Kultúra & Kritikának három válogatáskötete is megjelent *Arts critica* címmel, hiszen jó érzés nyomtatott formában is találkozni az egyes rovatok legjobb írásaival. A kötetek nálunk egy-egy periódust is lezárnak. Hasznos újra és újra elővenni az online már megjelent anyagot, és dolgozni vele, hogy aztán print formába kerülhessen. Ez másfajta készülést is igényel: az ember talán megpróbál még jobban odafigyelni, még koncentráltabb lenni a szerkesztésnél, hiszen az online felület megengedi az utólagos javítást, helyesbítést, a nyomtatott szöveg véglegessége azonban ezt már nem teszi lehetővé.

3. Nem baj, ha jelen van az egészséges versenyszellem, és ez motiválja is a résztvevőket. Egyetemi portálként (PPKE BTK, Esztétika Tanszék) ezt a versenyt talán szabadabban kezeljük. Facebook oldalunkon például rendszeresen megosztunk más irodalmi-kritikai portálokon megjelent írásokat is, ajánlva a „versenyársak” kínálatából. Úgy látom, a versenynél talán fontosabb az, hogy odafigyeljünk más szerkesztőségek munkájára, és megnézzük, hogy mi az, amit jól csinálnak, amiből érdemes tanulni. Fontosnak tartom az online folyóiratok közötti (nemcsak online) együttműködést; erre jó példa volt legutóbb a Jurányiban tartott *Szerk.éj* nevű esemény, ahol a szakmai programok, beszélgetések mellett a személyes ismerkedésre, tapasztalatcserére is lehetőségünk nyílt. Ami kifejezetten a Kultúra & Kritika sajátosságaként említhető, hogy a zsidó-keresztény hagyományokra alapozunk, ezt az örökséget tartjuk szem előtt. Gyakran foglalkozunk olyan témákkal (szakralitás, misztika, teológiai esztétika), amelyeknek más portálok nem szentelnek (elég) figyelmet.

4. Abból a szempontból speciális a helyzetünk, hogy nem kifejezetten irodalmi portálként működünk. Az Irodalom rovat ugyanolyan szereppel bír nálunk, mint a Film, Filozófia, Esztétika, Kiállítás, Színház, Zene és koncert, Építészet és design, Tanulmány rovatok. A rovatok sokféleségéből adódóan sokféle hang érvényesül. Ahogy a küldetésnyilatkozatunkban is megfogalmaztuk, nem az a célunk, hogy beszámoljunk minden aktuális kulturális eseményről és minden újonnan megjelent kiadványról, hanem az, hogy rámutassunk a művészetek (film, irodalom, kiállítás, színház, zene), valamint a filozófia és az esztétika

területén az általunk legkiemelkedőbbnek ítélt alkotókra és alkotásokra, művészeti jelenségekre. Ezért szentelünk kiemelt figyelmet a témaválasztásnak, a „szóvá tételnek”. Hiszen ezzel próbálunk segíteni olvasóinknak a tájékozódásban, így választásaink miatt felelősséggel tartozunk. Igényesen, mégis közérthető módon próbáljuk megfogalmazni a kiválasztott kiállítás, film, kötet, előadás, koncert erényeit úgy, hogy közben rámutatunk a gyengéire is.

Véleményem szerint a like-ok mögött vannak olvasók, valódi elvárásokkal, érdeklődéssel. Nálunk elsődleges szempont a klasszikus értelemben vett műhelymunka, amelynek keretében tanárszerkesztőink (Cseke Ákos és Hörcher Ferenc) vezetésével mi, diákszerkesztők közösen dolgozunk a szerzőkkel az egyes írásokon. Megvitatjuk, hogy milyen témákkal érdemes foglalkozni, „mi fér bele a profilunkba”, milyen aktuális eseményekről, kiadványokról, művészeti alkotásokról adjunk számot. Persze szem előtt tartjuk, hogy mire lehetnek kíváncsiak az olvasóink (ezek visszajelzések alapján megfogalmazódó feltevések), de gyakran írunk olyan témákról is, amelyek kiesnek a „mainstream” diskurzusból. Kimondott célközönségünk nincs, igyekszünk arra törekedni, hogy olyan írásokat közöljünk, amelyek azok számára is követhetők, akik egyébként nem szakavatottak a témában, mindezt úgy, hogy a „szakmaiság” követelményének is megfeleljünk.

*Ikker Eszter*  
diákfőszerkesztő

### *Librarius*

1. A net és a digitalizálás egészen új lehetőségeket nyit meg előttünk, ami mára közhely, ugyanakkor sok átalakulási folyamat csak most kezdődik el. Egy internetes folyóiratnak éppen ezért más irányelvek alapján kell működnie, mint a nyomtatottnak, már csak ergonómiai okok miatt is. A hosszú prózának és tanulmánynak továbbra is papíron a helye, miközben a neten jobban kereshetőek. A paradigmaváltást azonban nem is annyira az ergonómiai okok indokolják, hanem a két médiumfajta időhöz való viszonya. Míg egy print folyóirat bármikor ugyanabban a formában levehető a polcra, vagyis térbeli dimenziói vannak, addig a netes lapok hírfolyamként, időben jelenítik meg aktuális mondandójukat. Ennek következtében villámgyors reakcióképességgel rendelkeznek a napi történéseket illetően, ez pedig látványo-

san képes élővé tenni egy írói gondolatot, verset. A közösségi oldalakon keresztül realtime módon van bekötve az irodalom, máshogyan képes hús-vér mondatokra, mint eddig. Olykor szemtanúja vagyok, ahogy belerobban egy-egy vers, és összerántja az információs hálót, mert van benne valami, amit csak az a szöveg képes értelmezni a napi eseményekből – na, ez az igazi paradigmaváltás. Egy másik lényeges különbség, hogy a neten borsos nyomdászámlla nélkül megjelenhet a szövegek képes illusztrációja.

2. Mindenképpen szükség van mindkettőre. Más természetű lények, ahogy az e-könyv és a nyomtatott könyv is. Pillanatnyilag. De ha valaki most szocializálódik olvasóként, neki természetesebb lesz a digitális betű. Mindenki saját hagyománya alapján ítéli meg ezt a kérdést. Én két éve olvasok tableten, és már nem zavar. Carver épp olyan élvezet kütyün, mint papíron. Ugyanakkor egyértelmű a tendencia, a profitorientált irodalmi szórakoztatóipar a kisebb költségvetésű digitális megjelenés felé tereli a nálunk idejétmúlt formákat öltő szépirodalmat. Nem sok értelmét látom néhány száz példányban nyomtatni, de ehhez szükség van egy e-könyvolvasó táborra is.

3. Persze hogy versenytársak, ugyanabból a kézről esznek, az NKA tenyeréből. Amikor elindítottam a Librariust, le is csesztek más lapoktól, hogy elveszem előlük a támogatást. Rosszul esett, hogy ilyen gonosz vagyok. De úgy voltam vele, elfogadom a kihívást, maradjon állva a jobbik – már ha ugyanakkora költségvetésből mérhetik össze koncepciójuk életképességét. A verseny jót tesz, mert az olvasóról szól: ki milyen ravaszságokkal tudja még jobban és izgalmasabban kiszolgálni az olvasó embert. Bár igazi versenyről akkor beszélhetnénk, ha piaci viszonyok között kellene fönmaradnia az irodalmi és művészeti portáloknak, vagy legalábbis részben ehhez lenne igazítható egyfajta normatív állami mecénatúra. Ugyanakkor vannak olyan kis látogatottságú szakmai portálok, amelyek esetében – tudományos jellegüknél fogva – nincs értelme versenyről beszélni. Pici nyelv a magyar, a portálok nagyjából ugyanazokon az olvasókon osztoznak. Az a kérdés, hogyan tudunk a főnti realtime lehetőségének használatával szélesebb érdeklődési kört bekötni. Nagy szükség lenne egy hatékony irodalomtörvényre is, amivel külső támogatási formákat is elérhetnénk. Annyi mindent lehet már társasági adóból támogatni, ráférne az irodalomra is. Azért az utóbbi időben a portálok együttműködési szándéka is erősödött, job-

ban odafigyelünk egymásra, hirdetjük egymás eseményeit, pályázatait. A Librariusnak a jövő évben lesz erre nézve egy átfogó javaslata, amivel erősíthetjük a kulturális szféra jelenlétét a neten.

4. Erre a kérdésre statisztikai elemzésekkel lehet válaszolni. A like-ok mögött igények, tájékozódási szándékok húzódnak meg. Tudjuk, hogy egy kézirat minden egyes sorával olvasót veszít. Én például ma képes vagyok kopfokból tájékozódni, ezért úgy kell megszerkesztenem a saját cikkeinket, hogy miközben fölkeltem az olvasóm érdeklődését, hiányérzetet is keltsek benne. Mi van, mi a túró ez? Ez a fajta titokzatosság egyébként a legjobb irodalmi szövegek sajátja, miközben a profi sajtó is ezzel dolgozik: nemcsak információt, információhiányt is közöl. Ez a szerkesztés művészete. És ebben is más, mint az offline médiumok, vagyis teljesen más igényeket elégít ki. Azt biztosan állíthatom, hogy csak a jól megdolgozott szöveg kelendő online és offline, illetve azok a műfajok, amelyek munkaigényesek: riport, jegyzet, interjú. Az interneten jelenleg primer irodalmi szöveg ritkán arat akkora sikert, mint az előbbi műfajok. Ezért néha arra is gondolok, léteznie kell egy netes szépirodalmi nyelvnek, ami alapvetően ebben a médiumban képes elementáris hatást gyakorolni, és lájkolják ezerrel.

*Podmaniczky Szilárd*  
főszerkesztő

### Litera

1. Sokszor faggattak már minket ebben a kérdésben. Sokszor faggattunk mi is másokat. Nagyon nem húznám túl a problémát: az online felület bizonyos értelemben szembemegy az olvasási szokásainkkal, legalábbis az irodalom egyes formáival. Azt tapasztalom, ez azonban még, megengedem, erősen alanyi: a képernyőn öt-hat flekknél hosszabb szövegeket követni egy huzamban nem lehet (nem tudok), még akkor sem, ha a szöveg dinamikája ezt követelné. Persze, ne vágjon közbe senki, megteszem én készséggel: az e-bookok kora jó, sőt már itt is van. OK. A másik érvem tárgyyszerűbb. Ha a Litera példáját veszem, igyekszünk napi három, olykor négy anyaggal pörögni, mert az online felület természetéhez hozzátartozik egyfajta sebesség, anyagáramlás, a net-világban edződött szem erre jár. Tehát ellentmondásokat és feszültségeket látok, termékenyeknek vélem őket, mint minden erősen korszakváltó időben.

2. Párhuzamos felületekre szükség van. Talán az a pontos, ha azt mondom: hiszek a könyvben. A papírban, a gerincben, a könyvjelzőben, a tartalomjegyzékben. Az illatban. De ezt már sokan elmondták. Hogy aztán a könyvtárgyak eltűnnek-e? Ez nagyrészt kereskedelmi kérdés, nagyrészt olvasói igény kérdése. Életmód kérdése.

3. Maradjunk Magyarországnál. Kis kultúra, több szereplő. Sok igazságtalanság. Az online lapokra ugyanaz vonatkozik, mint más kulturális formákra: amíg az állami támogatás dominál, addig nagyon nehezen képzelhető el akár csak egyensúly közeli állapot létrejötte. Különösképpen azért, mert a magyar kultúrában számtalan értékpontban nincs konszenzus. Megfordítom: alig látok pontokat, amelyekben konszenzus van. Ekképp az állami támogatásokat az ideológiai szakadékok mentén szembenálló felek értékválasztásai jellemzik. Az egyoldalúság vádja hol az egyik, hol a másik oldalról pacifikálhatatlannak tűnő patthelyzetet idézett elő. A történet nem ma kezdődött.

Kitűnni jó írásokkal, interjúkkal, az irodalomban amúgy ritkán váratlan eseményekre adott gyors reakciókkal lehet. Ki lehetne tűnni mással is, de erre senkinek nem biztosít semmiféle értelmezhető költségvetést senki. Elsőként régi vesszőparipámra pattanok mindig: Magyarország provinciális jellege mélyül, ennek a folyamatnak a megállítása vagy visszafordítása a kultúra eminens feladata volna, pénz híján, tehát politikai akarat híján viszont nem megy. (A magánmecenatúra egyelőre az első generációs újjagzdagodás mentális nehézségeivel küzd. Ha művészetet támogat, inkább hivalkodik, mint szolgál.) Az online kérdésre fordítva a választ, ha a Literán lehetőség volna bármely változtatásra, és ezt (is), azt hiszem, mindannyiunk nevében mondhatom, azonnal felállítanánk egy angol, francia, olasz, német, orosz nyelvű szerkesztőségi kontingenst, amely a külföldi lapokat szemlézné napra nap. Mivel én németes vagyok, ha a Perlentaucher.de-re kattintok, elszorul a szívem: napi bontásban szemlézik a lapokat, frissítenek, és ez a léptékű munka „csupán” a saját lapjaira terjed ki. Ehhez ellenben – lásd fent.

4. Ezekről az igényekről bizony az olvasóknak kellene számot adniuk: az online kommentfelületek erre is kimondottan alkalmasak. Ha látunk valamely kibontakozó tendenciát, amelynek eddig nem jártunk utána, adásai maradtunk olvasóinknak, igyekszünk pótolni a mulasztást.

Jánosy Lajos  
szerkesztő

## Műút.hu

1. A portál napi munka, ami másféle rendet követel a szerkesztésben. A heti és kétheti rovatok határozzák meg ennek fő ritmusát, hiszen jelenleg főleg az ezekben megjelenő anyagok (írások, képek, képregények, videók) jelentik a Műút portál printtől független tartalmát. A nyomtatott lapszámok megjelenése viszont a portál életében is izgalmas időszak, hiszen ilyenkor a dizájn frissül – számunkra is ekkor derül ki, hogyan fest az egész az aktuális print szám vizualitásához igazítva. A portálon futó rovatainkhoz rövidebb szövegeket kérünk, ugyanakkor mégiscsak kísérletezünk, kísérleteznünk kell az olvasási szokások megváltoztatásával, ezért kimondottan hosszú szövegeket is közreadunk – például tanulmányokat a print változattól függetlenül. A portál analitikai adatai arra engednek következtetni, hogy vannak, akik ezeket is végigolvassák (itt most nyilván az egy lapon töltött időre gondolok). Muszáj elfogadtatni a hosszú szövegeket, hiszen ezen sok minden áll vagy bukik: önmagában a „netesedés” nem irt ki egyetlen műfajt sem, az viszont igen, ha az olvasók nem hajlandók elolvasni bizonyos szövegeket (például a terjedelmük miatt) a képernyőről. A digitális média a szerzőknek is lehetőséget kínál arra, hogy másféleképpen gondolkodjanak az írásról – amivel persze nem muszáj élni, de lehet. Szerzőink kisebb része él is a kisebb lehetőségek egyikével-másikával.

2. A Műútnál nem volt csata. Nem szívesen képzeljük el a jövőt a print nélkül – ez mindenképpen fontos prioritás marad. Ugyanakkor szükséges a portál is – sőt az is szükséges, hogy egyre önállóbb felületként gondolkodjunk róla, amely természetes módon épít a printre. A szerkesztőség körül intenzívebb élet zajlik annál, mint amit a kéthavi megjelenés sejtetni enged. Több szöveget kapunk, mint amennyit a lap befogadni képes, emellett pedig gyakran vannak rendezvényeink, a folyóirat mellett könyvsorozat is működik stb. De túl ezen, a portál olyan kísérletek helye is, amelyekhez csak a digitális médium kínál megfelelő felületet. A Műút mellett már jó ideje működik a Dűlő című online társalap, amely még messze nem használta ki a pdf-ben rejlő lehetőségeket. Mindezzel azt is akarom mondani, hogy a szerkesztők és a szerzők kreatív hajlamainak a kiéléséhez is szükségünk van a párhuzamos felületekre. Nem egyre, nem is kettőre. A print nyilván megteremtette már az olvasóközönségünk alapjait, s ez a közönség bízik bennünk, ami alatt itt és most azt értem, hogy figyelemmel kísérik, mikor mit

találunk ki, és ha talán nem is mindig tetszik nekik elsőre, azért továbbra is kíváncsiak rá.

3. Ha versenytársak, akkor azt hiszem, nem nagyon tisztázottak ennek a versenynek a körülményei és a feltételei. Vagy a céljai: olvasók száma, publikációk színvonala vagy igényesség külsín tekintetében – mi az, ami itt igazán számít (miközben mondanánk, hogy persze mind)? Különböztetnénk is mondhatnám, hogy egyszerű a válasz: színvonalas szövegeket kell közölni és hozzá igényes dizájnt kreálni. Az első nálunk adott a folyóirat köréből kiindulva. A másodikért meg elég sokat dolgozunk. Belső fejlesztésű a portálunk, amelynek alakítása tekintetében nincs pihenő időszak. A 2013. április 2-i indulás után nyártól érhető el az önálló dizájnnal bíró mobilfelület is, amely ugyanúgy frissül kéthavonta a nyomtatott lapszámhoz igazítva, mint a számítógépről elérhető főfelület. Ennek kialakításában elsőrendű szempont volt, hogy méltó legyen a print változat komoly népszerűségnek örvendő kiviteléhez. Még mindig sok ötletünk van, és állandóan merülnek fel újabbak. A dizájnon túl a kevésbé látható szférában, a portál gépházában is gyakoriak a változások, finomítgatások, mikor mire van szükség – különösen az újabb kreatív ötletek megalapozásához.

4. A Facebook és a Twitter ebben sokat segít. Egy olyan anyagot, amelyet nem ajánlunk ezeken a felületeken külön is az olvasók figyelmébe, lényegesen később vesznek észre. A közlétezés pillanatától viszont azonnal emelkedik az olvasottsága. Mi olyan olvasókkal számolunk, akik napi szinten is igénylik a nyomtatott Műútban megismert és megszokott színvonalat. Másrészt a Műút mégiscsak kötődik Miskolchoz, Borsodhoz, a helyi történelemről szóló tudósításoknak megint csak megvan a maguk célközönsége. S a két (meg a többi) célcsoport között vannak átfedések.

*Antal Balázs*  
szerkesztő

*Prae.hu*

1. Szeretnénk, ha a gúnyban fürdő szkeccstől a temetői elmélyültségig minden előfordulhatna a prae.hu művészeti portálon. Papír alapú médium nem lehet ennyire szabad szerintem, ami a művekről szóló cikkek hangoltságát illeti. Köz hely, hogy intenzívebbnek tűnő élményt

nyújt, de rövidebb időre szól az internetes tartalom, így rövidebb, blikkfangosabb a fogalmazásmód, de ez a napilapok terén is így alakul, ráadásul szakszövegek szintén nagy mennyiségben terjednek interneten, mivel ott alacsonyabb az előállítás költsége. A fenti elveket figyelembe kell venni, de legfontosabb, hogy saját nyelve legyen az adott médiumnak, ami főleg a cím- és leadszerkesztésen múlik. A saját nyelv megtalálása pedig minden médium számára a legnehezebb: ez egyben alkotó és marketingfolyamat.

2. A prae.hu nem működtet offline tartalmat, s viszont, a Prae csak azért van elektronikusan, mert így könnyebben elérhető – a prae.hu és a Prae tehát két teljesen különböző médium. Ráadásul a prae.hu esetében van még táblamagazinos kiadás is, valamint külön kiadásnak tekinthető a Facebook-oldal, hiszen ott főleg képek-címek-alcímek vannak. Jól látható, hogy ahol sokszorosítható a tartalom, ott sokszorosítani igyekszünk, mert így szóródik nagyobb térben az olvasó elé. Van, amit offline, és van, amit pedig online célszerű közölni. Továbbá az offline archiválásában az online világnak nagy szerepet kell játszania.

3. Vannak sztenderdek, melyek használata célszerű. Legfontosabb a tartalomelőállító közösség, azaz a szerzők és a szerkesztők köre – ez a leglényegesebb a technikai ötletek mellett, talán előttük. Ugyanis hülyekre nem lehet alapozni.

4. A prae.hu művészeti portál, így az online irodalmi folyóiratok nevében nem tudok nyilatkozni. Ám a látogatók oldalanként eltérő céllal jelennek meg, egy-egy médiumnak az a feladata, hogy a neki leginkább megfelelő közönséget megtalálja és összefogja – az internet ehhez annyiban járul hozzá, hogy térben egymástól távol lévő személyek is könnyen elérhetik. Arról tudunk nyilatkozni, hogy egy-egy egyszerűbb olvasást igénylő szövegünk mögött, mint például egy-egy petíció, valódi olvasók álltak. A valódi igények mindig elvárások a médiummal szemben, és ha nagy közönség nincs kielégítve, akkor létrejön az ő igényeiket kielégítő médium.

*Balogh Endre*  
főszerkesztő

### Spanyolnátha

1. Ne legyen mindegy, hogyan, hol olvasom a *Tízest* szót: kőtblára vésetten vagy a Spanyolnátha közelgő, tizedik születésnapjára készült torta felirataként. Ha az a kérdés, hogy más online folyóiratokhoz képest a *Tízest*tel ünneplő lapban jövőre is más lesz-e a szerkesztési és szövegalkotási mód, akkor a válasz az, hogy igen, más(-)különböen a lap nem különülne el karakteresen társaitól. Ha az, hogy nyomtatott folyóirathoz képest más-e, akkor a válasz az, hogy esetében nem, *alapvetően* ne legyen más, ugyanakkor meg éppen hogy *alapvetően* sok mindenben legyen az, hiszen nem célszerű *mindenben* összevetni a *köves* műveket a *tortásokkal*. Borzasztóan unalmas lenne, ha minden szerzőnk ugyanúgy alkotna nyomtatott lapnak, mint nekünk, azaz ha időnként éppen mi nem generálnánk kizárólag a saját felületünkön működő műegyüttest. Igenis, lapszámról lapszámra sütnünk kell a kötortákat! Lásd például a HiperSpan című projektet, amely már sokadik alkalommal a hipertextualitás alapelvét használja fel különböző alkotások egymáshoz kapcsolásához, ahol a hipertext egy főszövegből és a hozzá linkkel kapcsolódó szövegek, képek és zenék összességéből áll, melyek túl azon, hogy bizonyos szavakkal, kifejezésekkel utalnak az alapszituációra, egymással is kontaktusba kerülnek. „A HiperSpan a linkelés és a hiperszöveg művészi átgondolása, a Spanyolnátha reflexiója az internet egyik igen fontos vívmányára, a virtuális viszonyok közt működtetett gondolkodás serkentő szerepére” – írja a projektet alapító, s azt 2009-től vezető Székelyhidi Zsolt.

Amit a kilencvenes évek elejétől megtanultam a nyomtatott periodikák szerkesztőségeiben, lényegében azon ismeretek alapján működtetem ma is a lapot. Avatag az avatarom? Nem attól leszek morcos, ha emiatt „lekonzervatívózzák” a lapot, hiszen az elvek elhatározás kérdései voltak és ma is azok, nem kevés munkánk van abban, hogy lassan egy évtizede következetesen alkalmazzuk, alakítjuk azokat. Megtisztelő, hogy újabb netnemzedékek bevallottan követik ezeket az elveket, jó tudni például, hogy a nálunk kialakult gyakorlat alapján ragaszkodnak ők is végtelenségig az első közléshez. Attól azonban feszült leszek, hogy még ma is előfordul, igaz, nagyon ritkán, hogy egy-egy régebb óta foglalkoztatott, idősebb szerzőnk megjelenésre váró írását azért kell visszautasítanunk, mert időközben közli a Fészbukon. Mert az szerinte más, mint a Spanyolnátha. Szerintem is. Nem titok, hogy egy évre átlagban csak 0,75 db ebből adódó sértődés esik, de akkor is dühítő, nem?

2. Van az a szép szó, Kosztolányinál *ragadva*, hogy játékháború. Ott is villogott kard, porzott határdomb. Alien vs. Predator. A párhuzamos felületek a végtelenben *összeartanak*; a muszájmettmásnakisvan és/vagy a megélhetési portálok szépen elvannak az újítók, eredetiek, sajátosak mellett, akárcsak nyomtatott társaik egy hasonló relációban. Mi sem vagyunk harctalan nemzedék. Csata, ha van, addig nem dől el, amíg az interneten megjelenő periodikák között sincs elfogadható „ítészi rend”: amíg csak internetségüknek köszönhetően kerülnek egy kalap alá a kizárólag hálózatra szerkesztett folyóiratok a nyomtatottakat kísérő holdakkal (béverziós portálok), addig hogyan is állhatna tekintélyes csatasorba a fo(r)galmi zavarokkal is küszködő onlájni szakma? De nem is kéne neki odaállnia: az online–offline folyóiratkultúra viszonyában ne legyen értelme hadjáratokról beszélni. Egy halvacsorán a kés használati értékét a villáéval ütköztetni sületlenség: a szállkák elleni háborúban csak együtt működnek jól.

3. Ha van verseny, meg tudnák mondani a versenyzők, hogy miért is folyik? Indíthatnánk egyet a „2013-ban ki tudott a legdurvábban behazudott, olvasói adatokat elemző statisztikákkal ámulatba ejteni” címmel. Tessék megnézni, tanult kollégák mikkel igyekeznek rendre kikezdeni még ma is az onlájni folyóiratokat: naponta hányan olvassák őket és (jól) fizetnek-e. Nem sikerült alaposan belegondolniuk abba, hogy ha kizárólag ezen ismérvek alapján vetnék egybe az általuk élvonalbelinek tartott nyomtatott folyóiratokat, rendjeik és rangjaik hogyan borulnának. Egy képzőművész barátom karikatúrája jut eszembe: a házas csigák egy homokdűne mögül kukkolják a parton napozó meztelen csigákat. Játsszuk azt, hogy a homokdűne az internet. A folytatást Önökre bízom.

4. A nyomtatott lapokat intézményi kötelezettségből, sznobizmusból, támogatásból stb. előfizetők között vannak-e olvasók? Arculat, egyéniség nélküli, saját küldetését megfogalmazni, célközönségét megjelölni nem tudó lapot – mindegy, hogy nyomtatott-e vagy onlájni – nem fog számottevő sokaság olvasni. Sok a csúnya lap nyomtatva is, onlájni is. Persze attól, hogy szép, önmagában még nem lesz belbecsületesebben szerkesztett. Olvasót odavonzani, huzamos ideig megtartani, ez a mi munkánk, nem csak a levés.

Vass Tibor  
főszerkesztő

*Új Forrás Online*

1. Az online folyóirat mindenképpen más szerkesztési módot igényel. A világhálóra felkerülő szöveg más munkafolyamatokon megy át. A nyomtatott folyóiratnál (legalábbis az Új Forrásnál) lapszámban gondolkodunk, szövegeket pakolunk össze, s valamilyen lazább vagy szorosabb tematikus csomópontok köré rendezzük el őket. A világhálóra egyesével kerülnek fel a szövegek, viszont a print szám havi megjelenésével szemben az online bizonyos periodicitást tartva folyamatosan frissül. A nyomtatott szám összeállított anyaga a főszerkesztőtől a tördelőhöz kerül, onnan a betördelt lapszám a szerzőkhöz korrektúrára, a kijavított anyag pedig megy a nyomdába, s onnan kezdve kész a lapszám az örökkévalóság számára – értékeivel és hibáival együtt. A világhálóra felkerülő szöveg online szerkesztői felületen nyeri el a formáját, jóval gazdagabb képi és mozgóképi illusztrációval, más szövegekre mutató linkekkel. A publikált szöveg viszont ebben az esetben bármikor javítható, ha a szerző, a szerkesztő vagy bárki más hibát vagy javítandó tartalmat fedez fel benne. S egy gombnyomással véglegesen törölhető is akár. Lényeges szempont, hogy a világhálón megjelenő szöveget a számítógépen vagy a mobil eszközökön másként olvassuk, mint a nyomtatottat, s ezt szerkesztőként is érdemes szem előtt tartani.

2. A háborús metaforikával óvatosan bánnék, mert félek, hogy először csak szóban, majd a valóságban is vér fog folyni. Valóban igaz azonban, hogy a nyomtatott folyóiratok számára sok szempontból komoly kihívást jelent a világháló. Ez viszont nemcsak kihívás, hanem lehetőség is. Ha körülnézünk a hazai mezőnyben, azt látjuk, hogy a legtöbb jelentős múlttal rendelkező folyóirat a nyomtatott számok mellett a világhálón is megjelenik, s ez utóbbit nem pusztán online archiválásra, hanem a printtől eltérő tartalmak publikálására is használja. Ma még ragaszkodunk a nyomtatott folyóiratokhoz, nem utolsó sorban azért, mert a megjelenés szempontjából nagyobb presztízse van. Ez persze összefügg a világháló nyújtotta lehetőséggel, azzal, hogy ott bárki (szintén) bármit közzé tehet. Viszont az online folyóirat ugyanolyan szerkesztői (tehát szelektív) munkát igényel, mint a hagyományos lapok kiadása. Nem tudom, mit hoz a jövő, de abban szinte biztos vagyok, hogy a nyomtatott lapok, ha a számuk és példányszámuk csökkenni is fog, nem tűnnek el. A különböző médiumok (mint korábban a könyv, a rá-

dió, a tévé, majd az internet) sajátos munkamegosztást kialakítva ma is tovább élnek egymás mellett, és – szerintem – ez lesz az online–offline lapok esetében is. Egy nyomtatásban megjelenő, szépen tördelt, ízléses külsővel rendelkező folyóirat az olvasás mellett olyan esztétikai élményt tud nyújtani, amit az online kiadás a jelenlegi technológiai színvonal mellett még nem.

3. A verseny – mint metafora – már jobban tetszik, de azt hiszem ez is félrevisz. Talán nem kell túlzott idealizmus ahhoz, hogy azt gondoljam, valamennyi (online és print) folyóirat szerkesztője ugyanazért a célért, a magyar kultúra nivójának emeléséért dolgozik. A „művelt és tájékozott olvasó” (tegyük fel, hogy van ilyen) minden színvonalas online irodalmi folyóiratot elolvas, hogy képben legyen, így (elvben) nem egymástól vesszük el az olvasókat. A versenyt vagy – egye fene – a harcot sokkal inkább azokkal vívjuk, akik szerint mindez, azaz a kultúra nem fontos. Az Új Forrás törzs saját metaforikája erre a kortapasztatatra Csendes Toll nagyfőnöknek köszönhetően az indián rezervátumban való lét. Békességben élünk a mások által számunkra kijelölt területen, de ha kell, kiássuk a csatabárdot.

Persze értem, mire irányul a kérdés, s igyekszem is válaszolni. Az online folyóirat ugyanúgy (csak más eszközökkel) tud kitűnni, mint a hagyományos lapok: színvonalas és színes, a webkettő kínálta lehetőségeket minél jobban és okosabban kihasználó publikációkkal. Kell egy önálló arculat, csak az adott lapra jellemző finomságok (ilyen például az Új Forrás online kiadásában az Acsai Roland által szerkesztett Indiáner című gyerekirodalmi rovat, továbbá tervezünk egy újat Füstjelek címen, Szűcs Balázs Péter fogja írni, s a magyar és világirodalmi aktualításokat szemlézi majd), és kell egy csapat, akik rendszeresen dolgoznak azon, hogy az online felület folyamatosan frissülni tudjon.

4. Minden irodalmi publikáció nagy kérdése a fogadtatás, illetve a visszajelzés (legtöbbször annak hiánya). Külön felmérést igényelne annak felderítése, hogy „van-e olvasó a like-ok mögött”, vagy pusztán baráti gesztusból nyomunk like-ot egy-egy szövegre. Mindenesetre ez olyan lehetőség, amely a szerkesztők számára gyors és viszonylag szignifikáns visszacsatolást ad egy-egy poszt fogadtatására nézve. Hasonló „mérőszámot” kínálnak a Facebook-megosztások és az ezzel szorosan összefüggő honlap-látogatottsági adatok. Ezek mindenképpen tükröznek

valamifajta igényt az olvasók részéről. Mindenestre annyit leszögezhetünk: a világháló ma már jóval több embert ér el, mint a nyomtatott folyóirat, s ez a személyes szóbeli és egyéb visszajelzésekből nagyjából lemérhető.

*Szénási Zoltán*  
felelős szerkesztő

### *ÚjNautilus*

1. A versszöveg vagy a próza létrehozásának megvannak a maga belső törvényszerűségei. Az új médium váratlan kontextusokat teremthet ezeknek a tartalmaknak, ami aztán átalakíthatja a belső törvényszerűségeket is. Technikai felület és szövegstruktúra egymásra hatása a folyóiratok esetén inkább egy folyamatnak látszik, mely ugyanakkor egy kettős reflexió kihívásával szembesít: a belső formahagyomány és a technikai médium által lehetővé váló kontextusváltások egyidejű reflexiójára. Egy másik szempontból talán azt lehet mondani, hogy az új platform inkább a befogadási szokásokat, az olvasás ritmusát, időszervezetét, a koncentráció minőségét változtatja meg. Az internet ugyanakkor igencsak megkönnyíti, gyorsítja a szerkesztői háttérmunkát, a szövegekről való előzetes és utólagos vitát, dialógust. Az ÚjNautilusról két olyan „műfajt” tudnék megemlíteni, melyekkel kifejezetten az online felület által megkövetelt rövideg és frappáns reakciókészség követelménye miatt kísérletezünk: a társadalmi esszét, publicisztikát és a klasszikus szövegek rövid, pár bekezdésnyi, kedvcsináló jellegű, de szakmailag is átgondolt kommentárok kíséretében való újraközlését.

2. Offline folyóirattal mi soha nem próbálkoztunk, így nincs igazi tapasztalatunk erről a „csatáról”. 2006-ban eleve online közösségként szerveződöttünk meg, nem láttunk okot ezen változtatni. Én úgy gondolom, hogy a papíralapú kiadás a könyvméretű kiadványok esetén indokolható, mivel Dosztojevszkijt, Marxot, Kemény Zsigmondot, Thomas Mannt vagy Viktor Pelevint nem igazán lehet neten olvasni. Ha offline felületben gondolkodok, akkor szívesebben képzelek el versfelületnek épületfalakat, hirdetőtáblákat, aluljárókat vagy milliós bérleti díjú utcai reklámfelületeket – persze ingyen, mondjuk ilyen felirattal: „Ez az Audi akárhány millióba kerül. Ez a Berzsenyi-vers viszont ingyen van.” Tehát inkább az utcára, a társasági és a társadalmi élet te- reibe vinném a művészetet, „visszatársadalmasítanám”, hogy ne csak

könyvtári vagy múzeumi darab legyen, hanem környezetünk aktív alakítója, a mindennapok természetes közege.

3. Én nem érzekelek online versenyt. Ha egy internetes folyóirat így fogja fel a működését, akkor előbb-utóbb oda jut, hogy a like-okért fog versengeni. Ami egyfelől persze nagyon jó, pályázatoknál és egyéb intézményes helyeken ez bizonyára kiválóan mutat. Másfelől erős a veszély, hogy sematikussá válik a lap. Éppen ezért nem gondolom azt sem, hogy versenytársi viszonyt kellene feltételezni az online irodalmi folyóiratok között. Mindegyik kicsit más, saját profilja van, többé-kevésbé saját olvasóközönsséggel – ami természetesen nem jelenti azt, hogy az olvasók mindig ugyanazok, de ha egy lap be tudott vonzani valamiféle közönsséget, akkor azt már sikerként könyvelheti el.

4. Az ÚjNautilus olvasói közül én magam sokat ismerek, így a visszajelzések is sokkal személyesebbek lehetnek. Ez az olvasótábor sokszor ténylegesen is alakítja a készülő anyagokat, akár úgy is, hogy olvasóból íróvá válnak az emberek, vagy egy-egy visszajelzésnek köszönhetően újabb szövegek születnek egy adott témában. Végül is talán nem az igényeket kell kiszolgálni, hanem közösen kialakítani azokat.

*Dobás Kata és Borbély András*  
szerkesztők