



TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016

Tudománykommunikáció a Z generációnak

Projektvezető: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár

A munkacsoport vezetője: Dr. Szijártó Zsolt PTE BTK egyetemi docens

Képregény(alapú médiaközégek) és ismeretterjesztési lehetőségek- tanulmány

Készítette:

Dr. Maksa Gyula, PTE BTK

Kiadó: Pécsi Tudományegyetem

ISBN 978-963-642-991-1

Pécs, 2013

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	2
2. Ismeretterjesztő kommunikáció és média	3
3. Ismeretterjesztő kommunikáció és képregényes közvetítettség	8
4. Időbeli közvetítés és képregényes emlékezhelyek	13
5. Földrajzi–kulturális terek közötti közvetítés	16
6. Néhány egyéb ismeretterjesztő dinamika.....	19
7. Képregényes ismeretterjesztés Magyarországon: lehetőségek és javaslatok	21
Bibliográfia.....	25

1. Bevezetés

Ez az írás a TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV *Tudományos eredmények elismerése és disszeminációja* kutatás *Fiatalok kommunikációjának megismerése* alprojektjének háttértanulmánya, és a képregény, illetve a képregényalapú hibrid médiaközegek és az ismeretterjesztő kommunikáció kapcsolatáról, megvalósult kommunikációs projektekről és ismeretterjesztési lehetőségekről szól. Az alábbi gondolatmenet az ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezett és helyezhető alkotásokat, konkrét kulturális szövegeket kétféle kontextusban kívánja láttatni. Egyrészt a tudományos népszerűsítés kommunikációelméleti vonatkozásai, ezzel összefüggésben ismeretterjesztés és média, másfelől a tág értelemben vett képregényes ismeretterjesztés kontextusában. Képregényes szakirodalmakat követve azt mondhatjuk, hogy az utóbbinak nemcsak a tudományos ismeretterjesztés, hanem mások mellett a különböző kulturális közvetítések, például olvasás-népszerűsítés, társadalmi célú kampányok vagy némely szervezeti kommunikációs akció is része lehet – és ezt a sokféleséget érdemes együtt láttatni.

2. Ismeretterjesztő kommunikáció és média

A következőkben bemutatjuk a (technikai és tudományos) ismeretterjesztő kommunikáció hagyományos tömegkommunikációs modelljét úgy, hogy annak (részleges) kritikáját is adjuk a mediatisztikus kommunikáció újabb tapasztalatait figyelembe véve. A tudományos kérdések és eredmények bemutatására létrehozott különféle megszólalásmódok, a (tágabb értelemben) tudományosnak tekinthető kommunikációs helyzetek alapján a „tudományos diskurzusokat” hat nagy csoportba sorolja Anne-Marie Löffler-Laurian alkalmazott nyelvészeti érdekltségű cikke (1983). A szerző a hat típust a „küldőt”, a „vevőt” és „az üzenet hordozójának természetét” vizsgálva különíti el, és nyomtatott anyagokat, valamint főként a verbális nyelviséget, az írásbeliséget veszi figyelembe. E tipológia megkülönböztet egyfelől „specializált tudományos diskurzust” (jellemző módon specializált folyóiratokban zajló kutatók közötti kommunikáció), „félíg népszerűsítő tudományos diskurzust” (pl. különféle tudományterületekkel foglalkozó folyóiratok, amelyek egyetemi végzettségű közönséghez szólnak) és „tudományos ismeretterjesztő diskurzust” (amely jellemző módon újságírók által a nagyközönség számára létrehozott szövegekben materializálódik). Másfelől szól „pedagógiai tudományos diskurzusról” (az oktatási rendszerekhez, tanár-diák kommunikációs helyzetekhez kötötten), „szakdolgozat/diplomamunka/doktori dolgozat típusú diskurzusról” (amely speciális tudományos kérdésekről szóló, bíráló szakembereknek és vizsgabizottsági tagoknak készült munkákban mutatkozik meg), és „hivatali tudományos diskurzusról” is (amelynek részesei a tudományos kutató küldők és a jellemző módon nem specializált szakember hivatalos címzettek, kutatási jelentések, pályázati űrlapok). Rétegzetten láttatja tehát a tudománnyal kapcsolatos megnyilatkozások sokaságát, ám az imént említett diskurzus-típusok leírásához a cikkíró minden esetben a küldő – üzenet – vevő fogalmi hármast használja. Ez a fogalmi váz a tudománykommunikációt oly módon teszi elgondolhatóvá, hogy az könnyen párhuzamba állítható a kommunikáció elméleteinek huszadik századi, hagyományos tömegkommunikációs, lineáris modelljeivel (pl. Lasswell 2007).

Különösen a népszerűsítő és a pedagógiai tudományos (valamint talán részben a hivatali) diskurzusok esetében lehet nyilvánvaló a párhuzam, hiszen a hagyományos tömegkommunikációs modellt is egyfajta információs aszimmetria jellemzi. A hagyományos tömegkommunikációban a küldő vagy közlő professzionális kommunikátor egy nagyrészt nem professzionális közönséget céloz meg üzenetével, amelyet olyan technikai eszközök és intézmények – a média – segítségével hoz létre és közvetít, amelyekhez közlőként a nagyrészt

nem professzionális közönség nem fér hozzá. A hagyományos tömegkommunikáció tehát, mint ahogy a népszerűsítő és a pedagógiai sem egyenrangú felek között zajlik, hanem hierarchizált viszonyt feltételez a közlő (a tudás birtokosa) és a nagyközönség tagjai között, amely a tömegkommunikáció esetében annak kanonikus modellje szerint közel egy időben ugyanazt az üzenetet kapja (Gálik 2003, 18-19). Újabb médiaelméletek és újabb mediális tapasztalatok felől viszont ennek a klasszikus modellnek a magyarázó ereje gyengül. Mások mellett egyrészt az információs társadalom bizonyos médiaelméletei által is hangsúlyozott kommunikációs interaktivitás, aszinkron jelleg és individualizáltság (Rogers alapján McQuail 2003, 72-86), másrészt a média kulturális megközelítésének kommunikáció-felfogása, a média rituális oldalának vizsgálata (magyarul bővebben Császi 2002) ásta alá a mediatisztikus kommunikáció hagyományos tömegkommunikációs felfogását. A neotelevíziózás kulturális szociológiai vizsgálata (Császi 2011) ezért is lehet tanulságos a népszerűsítő kommunikáció kutatása számára, hiszen a tabloid televízió éppen a kontinentális európai (és a világ nagy részén a nyolcvanas évekig domináns – Bourdon 2003) paleotelevíziózás hagyományosan didaktikus, ünnepélyes, hierarchikus kommunikációs szituációit próbálta oldani a mindennapiság „ígéretével.” (Casetti & Odin 1990). Párhuzamba állítható ezzel a televíziós tapasztalattal, hogy – noha a modern képregény története korábban is bővelkedett ismeretterjesztőeknek tekinthető alkotásokban – az utóbbi két évtized képregényes ismeretterjesztő projektjei gyakran szintén egyfajta közelség, közvetlenség által megszerezhető szimpátia elnyerésére törekedtek megcélzott közönségeik körében.

Mivel a hagyományos tömegkommunikációhoz köthető klasszikus közszolgálati médiafunkciók egyike (az információ- és magyarázatadás, illetve a szórakoztatás mellett) éppen a tudás- és ismeretterjesztés, talán nem túl meglepő, hogy a neotelevíziózás vagy tabloid televíziózás megjelenése a közszolgálati csatornák ismeretterjesztő műsorszámainak újragondolásához is vezetett. Ahogy a hírműsorok, műsorszámok egyre inkább az *infotainment* irányába mozdultak el, úgy az ismeretterjesztés is egyre inkább az *edutainment* keretei között látszott megújulni. Az ezredforduló után a magyarországi köztvé két nagyszabású vállalkozása is jelezte ezt.

Az egyik ilyen vállalkozás nem annyira tudományos ismeretterjesztőnek, mint inkább olvasáskultúra-fejlesztőnek tekinthető. Ez a brit mintára megvalósított televíziós játék, verseny és valóságshow, a 2005-ös *Nagy Könyv*, amelynek keretei között megválasztották az ország legnépszerűbb regényét. Többek között televíziós regényajánlókkal és interaktív könyvtári, könyvesbolti, valamint iskolai akciókkal is igyekeztek közelebb hozni a regényeket

közönségeikhez, ezáltal minél több résztvevőt bevonni a rendezvénysorozattá bővülő valóságshow-ba. Noha a több mint négyszázezer szavazat bizonyos értelemben eredményességre utal, akár a mozgalommá válást is jelezhetné, a *Nagy Könyv* később nem folytatódott. Valószínűleg annak következtében is, hogy még a programsorozat döntőjének nézettsége is messze elmaradt a nagy általános kereskedelmi csatornák ugyanabban az időszámban adott műsorszámainak nézettségétől (Index 2005). Bizonyára nem segítette elő a *Nagy Könyv* folytatását, hogy a 2005-ös programsorozat az irodalomtörténészek, irodalomtanárok és a kulturális újságírók részéről is számos éles kritikát kapott (ehhez pl. Index 2005; Mohos 2005; Valuska 2005).

Hosszútávon mindenképpen sikeresebbnek tekinthető a szintén közszolgálati Duna TV (szerkesztett formában az MTV-n is megjelenő) tudományos ismeretterjesztő vállalkozása, a kétezres évek közepén számos „szemesztert” megélő *Mindentudás Egyeteme* (2002-2008, majd 2011-ben a *Mindentudás Egyeteme 2.0*, elérhetőség: <http://mindentudas.hu>), amelynek a hivatalos honlapja – a *Nagy Könyvével* ellentétben – még mindig él. A közvetlen előzményének tekinthető francia ötletet (a 2000-től máig létező *Université de tous les savoirs*) követve a tudományos és oktatási intézményrendszer, valamint a média tudományos ismeretterjesztő együttműködésére törekedett, a magánszektor némely nagyvállalatának támogatásával. A tartós fennmaradáshoz hozzájárulhatott a *Mindentudás Egyeteme* mediatisztikus szétterjedése, nemcsak a televízióban és az interneten, hanem a rádióban, a nyomtatott sajtóban (különböző médiaműfajokban) és a könyvkiadásban is. Ráadásul az országos televíziós sorozatnak – konkrét egyetemekhez kötődő – helyi követői is lettek: ilyen a pécsi *Nyitott Egyetem* és a szegedi *Mindentudás Egyeteme*. Több tudománykommunikációval foglalkozó kutatás is született már a *Mindentudás Egyetemével* kapcsolatban (Szabó 2004; Fábri 2005; 2007). Fábri György egy 2007-es cikkében foglalta össze a *Mindentudás Egyetemének* tapasztalatait. Fókuszcsoporthoz, illetve kérdőíves nézői kutatásokra utalva megemlíti, hogy „az orvosbiológiai, klasszikus fizikai, molekuláris kémiai és műszaki előadások népszerűsége, elismerése messze megelőzi a bölcsészeti vagy társadalomtudományi előadásokét”. Ennek egyik lehetséges oka „a természettudós előadók jóval nagyobb fogékonysága az előadást mozgalmassabbá, nézhetőbbé, metaforikusabbá tevő elemek alkalmazására”, mely szerinte tapasztalható volt. Később a tanulmányában egy másik lehetséges okra is utal: (kissé leegyszerűsítve) társadalom- és bölcsészettudományos témák egyébként is viszonylag gyakran megjelennek a médiában, ezekhez képest más, elsősorban természettudományok képviselőinek előadásai inkább jelentettek újdonságot a közönség

számára (Fábri 2007). A tematikus televíziózás újabb fejleményeire és az internet univerzumára tekintve talán kissé szigorú volna elmarasztalni a magyar nyelvű médiatartalmak előállítóit amiatt, hogy a bölcsészet- és társadalomtudományokat részesítenék előnyben a természet-, matematikai és műszaki tudományokkal szemben, vagy legalábbis érdemes volna egy kiterjedtebb vizsgálatot elvégezni (ne felejtjük el például az időjárás-jelentések természettudományos ismeretterjesztő vonatkozásait!), mégis, a hazai képregényes kínálat szempontjából is meggondolandó ez a kérdés. Mert – ahogy később még látni fogjuk – társadalomtudományos kérdések inkább megjelennek a magyar nyelvű képregényekben, feltűnő viszont a műszaki, természettudományos, valamint matematikai ismeretterjesztő munkák hiánya.

Gyakran azonban nem csak általános közszolgálati csatornák közvetítenek ismeretterjesztő műsorszámokat, sőt, ahogyan *A fiatalok kommunikációjának megismerése* című kutatásból (Guld & Maksa 2013) kiderült, a televízió esetében – amely még mindig fontos szerepet tölt be a Z generáció ismeretterjesztő szövegeket illető médiafogyasztásában – éppen a magánkézben lévő, kereskedelmi, ismeretterjesztésre szakosodott csatornák jelentik a fő tájékozási pontokat (például Discovery Chanel, National Geographic, Spektrum.) Összeeseng ezzel a tapasztalattal Szabó Dávid korábbi, 2004-es megállapítása is, aki mennyiségi szempontok alapján úgy tartja, hogy

„Magyarországon a Spektrum, a National Geographic és a Discovery Channel hármasa tekinthető a legfontosabb ismeretterjesztő televíziócsatornának, a képet az Animal Planettel tehetjük még teljesebbé. A négy csatorna közül a Spektrum és a National Geographic rendelkezik a legnagyobb lefedettséggel. Az előbbi 1.510.000, az utóbbi 1.370.000 háztartásban érhető el. A Discovery lefedettsége is megközelíti az egymilliót (940.000), míg az Animal Planet lényegesen kevesebb (690.000) háztartásban fogható.” (a Figyelő adatai alapján Szabó 2004, 29)

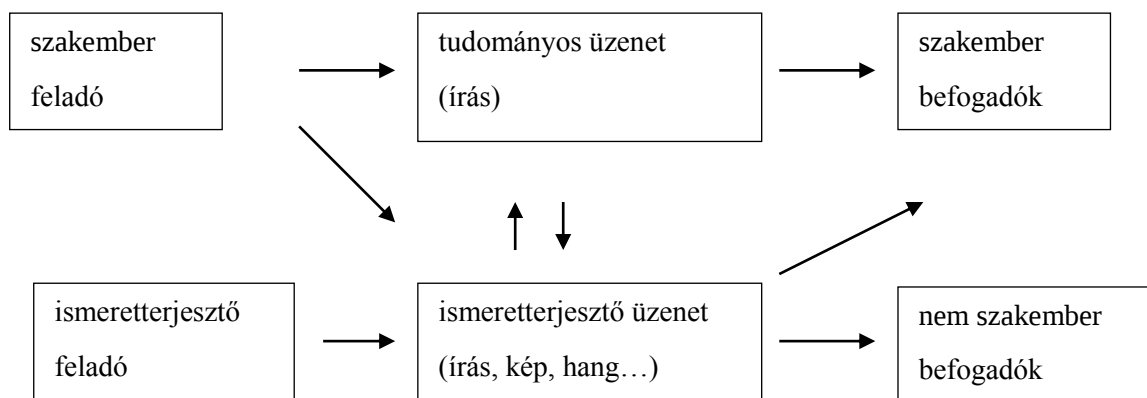
Ez azért is lehet figyelemre méltó, mert gyakran éppen a tematikus csatornák adnak teret a valóságtelevíziózás olyan újabb műfajainak, amelyek bizonyos ismeretek közvetítésével a tanácsadás médiahyományát újítják meg a „hipertelevíziózásnak” is nevezett újabb televíziós korszakban:

„A különböző vetélkedő, átalakító, beavatkozó valóságshow-k, amelyek próbára teszik, megítélik, tanácsolják és jutalmaznak vagy büntetnek a viselkedéseket, nem felülről kényszerítik magukat valamilyen absztrakt ideológia formájában az emberekre, hanem személyes életük legkülönbözőbb területein kínálnak olyan gyakorlati technikákat, amelyekkel sikeresen tudják kezelni a rendelkezésükre álló forrásokat. (...) A self-help- és do it yourself-műsorok már a sajtó és a rádiózás kezdetétől adottak voltak, de csak a posztjóléti korszakban lettek a vállalkozáson, az egyéni felelősségen és a mindennapi élet kezelésének technikáin alapuló műsorok a hipertelevízió uralkodó műfajaivá és tágabb értelemben egy kulturális háló legfontosabb elemeivé.” (Császi 2011, 275-276)

A pedagógiai viszony hierarchizáltságát e tanácsadó valóságshowk tehát oly módon is igyekeznek oldani, hogy a mindennapi élet kontextusában mutatnak be olyan gyakorlati technikákat, amelyeknek nem egyszer valamilyen természet-, társadalom- vagy műszaki tudományos háttere van. (Például táplálkozástudomány, kémia, divatelmélet, közgazdaságtan stb.) Összességében elmondható, hogy a valóságtelevíziózás Császi Lajos által is bemutatott új műfajai (Császi 2011, 261-278) lehetőséget kínálnak a televíziós ismeretterjesztés, ezen belül a tudományos ismeretterjesztés megújítására oly módon, hogy az ismereteket a mindennapiság, a mindennapi élet közegeiben helyezik el.

3. Ismeretterjesztő kommunikáció és képregényes közvetítettség

Visszakanyarodva egy időre ismét a lineáris kommunikációs modellekhez, érdemes Philippe Verhaegen (1990) klasszikus tudományos ismeretterjesztési kommunikációs modelljét is figyelembe venni, hiszen ez jó kiindulópontnak tűnik ahhoz, hogy a képregényes közvetítettség sajátosságairól és a képregény(alapú médiaközégek) lehetőségeiről szövjünk az ismeretterjesztés szempontjából. Az ismeretterjesztést kommunikációtudományi szempontból vizsgáló Philippe Verhaegen szemiológus több mint két évtizede született, Az *ismeretterjesztés kommunikációs aspektusai* című cikke tehát nem szakít a kommunikációs folyamatokról lineáris modellek segítségével gondolkodó elméletek hagyományával, ám elmozdulást jelez például Anne-Marie Loffler-Laurian elgondolásához képest. Philippe Verhaegen a tudományos és népszerűsítő kommunikációt egymástól kevésbé elválasztotta, így a tudományos ismeretterjesztést összetettebben tudja láttatni. A tudományos népszerűsítés dinamikáját így vázolja fel (Verhaegen 1990, 335):



A tudományos ismeretterjesztő dinamika meghatározó mozzanata Philippe Verhaegennél a forrásdiskurzus újrafogalmazása a népszerűsítő diskurzusban. A forrásdiskurzusban az üzenetek feladója és befogadója is szakember, az adott témakör specialistája. Az ismeretterjesztő üzenet esetében viszont nem feltétlenül. Philippe Verhaegen cikke a tudományos szöveget lefordító népszerűsítő szöveg átalakító-újrafogalmazó eljárásaira és ezekkel összefüggésben az ismeretterjesztés pragmatikájára összpontosít. Gondolatmenetének viszonylagos „üzenetközpontúsága” az általa alkalmazott szemio-pragmatikai megközelítési módnak a következménye, mivel a szemio-pragmatika az üzenetben vagy a médiaszövegben keresi a kommunikációs szituációra, a megnyilatkozás által feltételezett befogadóra és a

megnyilatkozáshoz rendelhető „felelősre”, a kommunikáló felek pragmatikus relációjára utaló nyomokat. A szemio-pragmatikai elemzést részletes összefoglalásban bemutató Jean-Pierre Meunier és Daniel Peraya (1993), vagy éppen Philippe Verhaegen munkássága is jelzi, hogy elsősorban a szemio-pragmatikai kutatások segítették a „tudásközvetítés”, azaz a „médiation des savoirs” önálló kutatási területté alakulását a frankofón kommunikációtudományon belül az 1990-es években.

A belga szemiotikus az általa vizsgált népszerűsítő eljárások „jó illusztrációját” találta meg a képregényben (Verhaegen 1990, 342). Néhány évvel ezelőtt e sorok íróját is Philippe Verhaegen idézett cikke készítette arra, hogy médianarratológiai szempontból vizsgálja meg ismeretterjesztés és képregény kérdéskörét (Maksa 2007; Maksa 2010, 34-49). Tanulságos volt megfigyelni azt a kettősséget, hogy Philippe Verhaegen tanulmánya egyrészt a képregénynek mintha inkább eszközszerű, semmint közegszerű felfogását sugallná az illusztráció-metaforával, másrészt viszont – egy lehetséges médianarratológiai megközelítés előfutáraként – a képregényt olyan önálló diskurzusműfajnak tekinti, amelynek vannak megkülönböztető sajátosságai. Szerinte éppen e jellemzők következtében vált a képregény az ismeretterjesztők számára az egyik legkedveltebb „hordozóvá.” A médiumok egyediségére, sajátosságaira, mediativitására és a különböző narratív tervek eltérő médiumokban való megvalósulására, a médiaelbeszélésekre figyelő médianarratológia nézőpontjából egyrészt az a kérdés vetődhetett föl, hogy miképpen vesz részt a képregény, pontosabban a képregény mediativitásának elemei az ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezhető képregényes elbeszélések alakításában. Másrészt az, hogy vajon miképpen alakítja a képregényes közeg az ismeretterjesztést, azaz - az ismeretterjesztő kommunikáció Philippe Verhaegen által elgondolt modelljére utalva - arról mondhatott valamit a médianarratológia, hogy a forrádiskurzus újrafogalmazásának terve milyen médiumellenállással találkozik, hogyan vesz részt az ismeretterjesztés alakításában egy mediativitás. Továbbá, hogy miképpen válik optimális médiumpartnerré különféle ismeretterjesztő projektek esetében, és mit hív elő a képregény mediativitásából az ismeretterjesztés (Maksa 2007; Maksa 2010, 34-49). Akkor ezeket a kérdéseket főként két különböző alkotás kapcsán tettük fel: egy európai uniós környezetvédelmi krimit és egy amerikai graphic novelt választottunk: Cuadra & Miel & David: *Zavaros vizek*, illetve Art Spiegelman: *A teljes Maus* (ezekről a könyvekről később még más vonatkozásban szólunk majd). Arra jutottunk, hogy a tárgyszerűség helyett a viszonyyszerűséget hangsúlyozó képregény-médium mindkét esetben éppen azért alkalmas a hatékony ismeretterjesztésre, mert oldja az ismeretterjesztéshez rendelhető pedagógiai

viszony hagyományos hierarchizáltságát. A hangsúlyozott szubjektivitás és a befogadói aktivitást, együttalkotást feltételező elbeszélői elliptikusság a megfelelő műfaj és témaválasztással ötvöződve olyan közelséget, mégis közvetítést hoz létre a megnyilatkozásért felelős és a megnyilatkozás által feltételezett befogadó között, amely alkalmassá teszi ezeket a képregényeket arra, hogy ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezzük őket (Maksa 2010, 48-49).

A képregénykutatás „kulturális fordulatával” és a formálódó *comics studies*sal összefüggésben, az utóbbi években többen is áttekintették a képregényes népszerűsítés, „terjesztés” különféle érdekeltségeit és területeit: politikai, egyházi és céges kampányokat, kísérleteket, társadalmi célú kampányokat, nemzetközi szervezetek képregényeit, mobilizációs célú kulturális közvetítéseket, képregényes tankönyveket, tudományos és technikai ismeretterjesztő képregények sorát említették és említhetjük mi is. Az intézményesülő *comics studies* egyik, közelmúltban alapított tudományos folyóiratának, a *Scandinavian Journal of Comic Art*nak szerkesztője, Fredrik Strömberg 2010-ben jelentette meg *Comic Art Propaganda: A Graphic History* című munkáját, amely az ismeretterjesztő, népszerűsítő képregényeket is a politikai kommunikáció keretében tárgyalja. Így kerülhetnek egymás mellé a második világháborús és hidegháborús érdekeltségű propaganda-képregények olyan munkákkal, amelyek az atomenergiával, a szexuális neveléssel, a rasszizmussal, a Holokauszttal vagy éppen bizonyos vallási kérdésekkel kapcsolatban kerültek ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába (Strömberg 2010).

Francia nyelvterületen, noha nagy hagyománya van az irodalomtípusként és művészeti ágként is egyenjogúsított rajzolt képregény kritikájának és tudományos vizsgálatának, mégis talán a brit eredetű *cultural studies* közelmúltbeli (újra)felfedezésének köszönhető, hogy az utóbbi időben ismét megélénkült a képregénykutatás (erről bővebben Maksa 2011). Vagy legalábbis a képregénykutatást illetően érzékelhető a társadalmi, gazdasági, politikai kontextust nem egyszer ignoráló, más vonatkozásban ugyanakkor aprólékosan kimunkált korábbi elemzésekhez képest a média kulturális tanulmányozása felé elmozduló szemléletváltás a kommunikáció- és médiatudományban. Ennek egyik megnyilvánulása az *Hermès* kommunikáció, információ és médiatudományi folyóirat 2009-ben megjelent 54. száma, amelynek közel negyven cikke foglalkozik képregényekkel. A folyóiratszám címe is arra utal (*La bande dessinée. Art reconnu, média méconnu*), hogy a képregény esetében elismert művészetről, ám a szerkesztők szerint a tudományos közösség által általában félreismert, vagy legalábbis nem eléggé (el)ismert médiáról van szó. Az *Hermès* szerzői a főként médiának,

illetve társadalmi gyakorlatnak tekintik a képregényt. Nem elsősorban a korábbi frankofón művészképregényes elitkánon alkotásait tüntetik ki figyelmükkel, hanem például az olyan hibrid médiumokat és médiaműfajokat mint a képregényriport (Le Foulgoc 2009, illetve Dabitch 2009), a képregényes videojáték (Chevaldonné & Lafrance 2009, illetve Fastrez & Champion 2009), a képregény-blog (Rouquette 2009). Ez az elmozdulás egyúttal jelzi a képregényes közvetítettségű ismeretterjesztő kommunikáció némely új lehetőségét is. Annál is inkább, mert a médiakultúra-kutató nézőpontjából láthatóan különösen fontossá válnak az ismeretterjesztő, politikai, reklám- és szervezeti kommunikációs dinamikába helyezhető képregények (erről pl. Jalenques-Vigouroux & Espuny 2009). A cikkgyűjteményben a bande dessinée társadalmi funkcióit tekintve is teljes értékű médiaként jelenik meg: betölti az informálás, szórakoztatás és ismeretközvetítés három klasszikus médiafunkcióját. A gyűjtemény szerkesztője, Eric Dacheux, aki részben a szervezeti kommunikáció kutatása felől érkezik a képregénymédia és ismeretterjesztő kommunikációs szempontból érdekes képregények vizsgálatához (Dacheux 2002), olyan társadalmi erőforrásnak tartja a képregénykultúrát, amely lehetőséget ad a polgároknak az egymással való kapcsolatok hatékony alakítására. Nem véletlen, hogy ezzel összefüggésben a képregénymédiát bizonyos szervezetek olyan, nagyon különböző kérdéskörök iránti érzékenységre kialakítására használták már, mint az AIDS elleni küzdelem, az atomenergia (ellenesség), az Észak-Dél szolidaritás kialakítása (Dacheux 2009, 12).

Fredrik Strömberg könyvének és az Éric Dacheux által szerkesztett folyóiratszámnak is vannak feltűnő hiányosságai azzal összefüggésben, hogy az első túlzottan az észak-amerikai, a másik pedig főként a francia-belga képregényre fókuszál. Mindkét munka sok mindent láttat, de homályban is hagy az ismeretterjesztő képregényeket illetően. Nem tudnak például ezek az írások a svájci képregénykultúra társadalmi kommunikációba ágyazottságáról, különös tekintettel éppen a „terjesztésre”, népszerűsítésre – pedig ennek politikai kommunikációs aspektusa is van (a svájci fél-közvetlen demokrácia médiaműfajai). A másik, talán még feltűnőbb probléma a keleti típusú képregényekkel kapcsolatos, amelyek aránytalanul kevésbé vannak jelen a kiadványok a lapjain. Pedig Európában és a világban sok helyen, köztük Magyarországon is a keleti típusú képregények kultúrája a leginkább dinamikus fejlődő.

A fenti példák is mutatják, hogy az intézményesülő *comics studies* kutatóinak érdemes figyelembe venni, hogy nemcsak a képregénykultúráknak létezik legalább három nagy változata: észak-amerikai, európai/francia-belga, ázsia/japán típusú, hanem ezekhez

kapcsolódóan a képregényes szakirodalmaknak is. Talán éppen e különböző kulturális változatok egyre gyakoribbá váló hibridizációi segítik majd elő az eltérő nyelvű és háttérű kutatók párbeszédét – így tűnik ez pl. a *global manga studies* diskurzusában (Berndt 2010). Minden hiányossága mellett Strömberg könyve megmutatja, hogy a képregényes tudományos ismeretterjesztést érdemes általában a képregényes népszerűsítés, „terjesztés” kontextusában szemlélni, a francia cikkgyűjteménynek pedig erénye, hogy a képregényes alakítottság mediatisztikus ötvöződéseire is felhívja a figyelmet.

A képregénymédia igen különféle témájú és érdekeltségű népszerűsítő kommunikációs kampányok kedvelt eszköze/közege volt már másfél-két évszázados története során (ha a modern képregény születését a tizenkilencedik században alkotó genfi Rodolphe Töpffer munkásságától számítjuk). Nemcsak az a kérdés vetődik fel, hogy a képregénymédia, vagy akár annak speciális kulturális változatai, illetve ezek mediativitása hogyan vesz részt az ismeretterjesztő kommunikáció alakításában, hanem az is, hogy a különböző jellegű ismeretterjesztő kommunikációs dinamikákba milyen képregények helyeződnek. Ezekre a kérdésekre keresve a választ, a továbbiakban néhány példát mutatunk be. Először a kulturális közvetítés eltérő ismeretterjesztő kommunikációs helyzetét különböztethetjük meg aszerint, hogy elsősorban az egy korszakban létező eltérő földrajzi-kulturális terek közötti közvetítésről beszélünk, vagy döntően időbeli közvetítésről van szó, majd néhány egyéb ismeretterjesztő dinamikáról is szólnunk.

4. Időbeli közvetítés és képregényes emlékezethelyek

Az időbeli közvetítésre tekintve azt a kérdést tehetjük fel, hogy mely képregények váltak egy mediológiai transzmisszió eszközeivé és alakítóivá. A mediológia egy sajátos szemlélet, egy olyan médiumelméleti nézőpont, amelyből a kommunikációnak arra a történeti, időbeli aspektusára figyelhetünk, amelyet a mediológia transzmisszióknak hív (Debray 2000, 1-32; Debray 2001). A jelenbeli kommunikációra koncentráló szemio-pragmatikusokhoz képest a mediológiát a kommunikáció történeti aspektusa, a hosszú időszakokra érvényes, nemzedékeken átívelő transzmisszió, azaz információk, eszmék, gondolatok, értékek időbeli, akár korokon átívelő közvetítése érdekli. A jelenbeli kommunikációban részt vevők pragmatikus relációja helyett az a történeti közvetítés válik fontossá számukra, amelynek címzettje utólagos, és azok a helyek, ahol és amelyek által ez a folyamat zajlik (pl. egyház, múzeum, könyvtár, iskola). A transzmisszió nem pusztán valaminek önazonosként való továbbítása, hanem átformálása is. (A transzmisszió jelentőségét hangsúlyozva ugyanakkor nem tekinthetünk el attól sem, hogy a hosszú időszakot átfogó, történeti transzmisszió feltétele a gyorsaságra, hatékonyságra törekvő jelenbeli kommunikáció.) A transzmisszió az emlékezethelyekké váló képregények esetében is megmutatkozik. Egy átfogó, médiakulturális és populáris kulturális emlékezethelyeket vizsgáló kutatás (Dunai & Oláh & Sebestyén, 2012) keretei között már született olyan tanulmány, amely a Kádár-kori képregényekről mint emlékezethelyekről szól, és a képregényes emlékezethellyé válás több típusát különbözteti meg (Dunai 2012).

Ilyen például az a helyzet, amikor egy korábbi időszakban született alkotás idézi fel egy közösség számára a képregény létrejöttének vagy hajdani olvasásának korát. A Kádár-kori adaptációs képregények és mai újrakiadásai ilyen szerepet is betölthetnek. A másik jellemző helyzet az, amikor egy képregényes elbeszélés narratív tartalma idéz fel egy korábbi időszakot. Ilyenek a történelmi témájú képregények. A mai magyar képregényes kínálatban is szerepelnek ilyen alkotások. Ezek egy része is a hagyományos magyar adaptációs képregényeket követi grafikai stílusával és elbeszélés-technikájával. Ilyen például Fazekas Attila és Bán Mór *Tűzvihar* című, 1956-os témájú képregénye (2006), vagy a korábban albumban még meg nem jelent *Szigetvár ostroma* (2004) Sarlós Endrétől. A történelmi múltat felidéző képregények egy másik csoportja a rendszerváltás után másfél évtizeddel, a magyar képregénykultúra 2000-es évekbeli megújulásakor, intézményes kiépülésekor jelent meg, ezek az ún. *graphic novelek*. Lényeges különbség a két műfaj között, hogy az utóbbi

nyíltabban, vállaltan szubjektív, általában erősen autobiografikus, sok esetben önéletrajzolás. Magyarországon ilyenek Marjane Satrapi iráni tematikájú könyvei (*Persepolis I. Gyermekkorom Iránban* - 2007, illetve *Persepolis II. A visszatérés* - 2008), Will Eisner: *Az összeesküvés* című munkája (2005), amely a „Cion bölcseinek jegyzőkönyve” történetét mutatja be. A műfaj legismertebb alkotása Magyarországon bizonyára Art Spiegelman Holokauszt-képregénye a *Maus: Egy túlélő története* (A teljes *Maus* címen jelent meg 2005-ben). Ez utóbbi – mivel az emlékezésről maga is önreflexív módon szól – kedvelt témája az emlékezetkutatásnak, a *memory studies*nak (például Merino 2010; Demirhisar, Lew & Repezza 2012). A *Maus* azért is különleges alkotás, mert egy mediológiai értelemben vett transzmissziós ismeretterjesztő dinamikát öntükrözni is képes: „a nemzedékeken átívelő ismeretterjesztés-alakítás, a múlt megértése/megértetése a tétje a cselekményének” (Maksa 2010, 42). A kerettörténet szerint Art Spiegelman beszélteti édesapját második világháborús megpróbáltatásairól, amelyeket képregényben jegyez le – e születő képregény alakulása is témájává válik az elbeszélésnek. Egyetérthetünk Hayden White törtéénsszel, aki szerint a *Maus* a „holokausztról szóló legmegindítóbb elbeszélések egyike, (...) nem utolsósorban azért, mert a történet egy kis részéről szóló teljes igazság felfedezésének és elbeszélésének nehézségét is ugyanannyira a történet részének tekinti, mint az eseményeket, amelyek értelmét fel akarja tárni” (White 1997, 258).

Létezik egy harmadik, kevésbé vizsgált típusa a képregényes emlékezésnek és emlékezethellyé válásnak. Ekkor képregényrajzolók egy csoportja kollektív munkát, jellemző módon antológiát vagy kiállítást hoz létre, amelynek egy történelmi esemény vagy szereplő áll a középpontjában. A rajzolók ekkor hangsúlyozottan saját nézőpontjukból, saját viszonyukat az ábrázolthoz világossá téve alkotják meg az emlékezés tárgyát. Az így létrejött sokféleség egyúttal a kollektív emlékezet heterogenitását is érzékeltetni tudja. 2008-2009-ből egy érdekes külföldi és egy szintén figyelemre méltó hazai példa is hozható ennek illusztrálására. Egyrészt a svájci, pontosabban genfi *Calvindrier*, másrészt a magyarországi *Mátyás, a király*. Hasonlóságaik ellenére mindkettő reflektál a képregénymédia közegének azon sajátos kulturális változatára, amelyben létrejött.

Kálvin János születésének 500. évfordulójára – a Genfi Protestáns Egyház megbízásából – kiadott képregénynaptár és programajánló előszava szerint is a helyi képregényplakátos tradícióból építkezik. A genfi képregény(plakát)-rajzolók alkotásaiból álló *Calvindrier* élettörténetének, illetve gondolkodásának bizonyos elemeit emeli ki úgy, hogy minden egyes művész egyúttal saját Kálvin-képét, Kálvinhoz való sajátos viszonyát is jelzi rajza által. A

2008-as *Reneszánsz év*hez kapcsolódó *Mátyás, a király* magyar képregényrajzoló verseny és antológia az irodalmi és történelmi ismeretterjesztés magyar képregényes előzményeit is figyelembe veszi, de valójában eltér a Kádár-kori adaptációktól abban, hogy szabadabban kezeli a forrásszövegeket (ezúttal Mátyás-mesék és kortárs magyar írók Mátyás-novellái). Az antológia elbeszélései hagyják jobban érvényesülni a grafikát, és tematikus elemeikkel is aktualizálnak. Így hozzák létre Mátyás-király hol inkább heroikus, hol inkább parodisztikus ábrázolásait. Összességében a *Mátyás, a király* egy olyan transzkulturális képregényantológiának tekinthető, amely mintegy kicsinyítő tükröként a kortárs magyar képregénykultúrának, jelentős részben észak-amerikai típusú képregényeket tartalmaz, és helyet ad egy keleti jellegű képregénynek is. (A versenyben több Mátyás-manga is szerepelt, az antológiába viszont mindössze egy került be. Ez azzal is összefügghet, hogy a keleti képregény esetében a hazai populáris elismertség és a kulturális intézményrendszer általi elfogadottság nem esik egybe. Fél évtizeddel ezelőtt, 2008-ban ez talán még inkább igaz volt, mint manapság.)

5. Földrajzi–kulturális terek közötti közvetítés

A kulturális ismeretterjesztés egy másik típusa az, amikor a képregényes közeg földrajzi-kulturális terek közötti közvetítésben vesz részt. Noha lehetne szólni képregényes útleírásokról, képregényriportokról is, legalább ennyire érdekesek kommunikációs szempontból némely hibrid mediatisztikus közegek, különösen a turizmus és a kulturális diplomácia területén. Az utóbbi években több képregényes útikönyv is megjelent. A legkézenfekvőbb Brüsszel efféle mediatisztizálása volt, hiszen a belga fővárost számos képregény ábrázolja, és magában a városban is sok képregényeket idéző falfestmény van. Az utóbbi években ezért is szerepelhettek képregényes séták brüsszeli turisztikai ajánlatok között, és össze is állítottak képregény- és képregényes street art-idézetek alapján útikönyveket még a 2000-es évek közepén. Később a képregényekkel foglalkozó Casterman a Lonely Planet turisztikai kiadóval együtt indított be egy ma is futó képregényes útikönyvsorozatot, amely turisták által kedvelt nagyvárosokat mutat be. Keleti képregényes megoldásokat idéző Japán útikönyv, egyúttal kulturális kézikönyv is megjelent néhány évvel ezelőtt elsősorban hosszabb időt az országban tölteni kívánók számára.

A kulturális diplomácia utóbbi évtizedeket jellemző átalakulására tekintve elmondható, hogy a külkapcsolatok specialistáin túl is sokakat bevonó totális diplomácia és médiadiplomácia korában a diplomatáknak már nemcsak nemzetközi kapcsolatokkal foglalkozó szakember kollégáikkal kell szót érteniük, hanem szélesebb körben kell megnyerőnek lenniük. Túlzás nélkül állítható, hogy a kulturális diplomácia mostanában különösen kedveli a képregény-kiállításokat. Sokan bizonyára úgy vélik, hogy a képregény a küldő ország populáris kultúrájának egy sokak számára könnyen megkedvelhető szelete, a kiállítás-megnyitók pedig alkalmat adnak a személyes találkozásra, ismerkedésre a fogadó ország olyan polgáraival, akik ugyan nem diplomaták, ám feltételezhetően nyitottak a küldő ország kultúrája felé. Európai követségek és kulturális intézetek számos kiállítást szerveztek az elmúlt néhány évben. Mások mellett a spanyol Cervantes Intézet, a német Goethe Intézet, svájci és francia követségek, de a magyar Balassi Intézet is rendezett képregény-kiállításokat. A nemzetközi kapcsolatokban a médiakulturális, művészeti és tudományos dimenziót előtérbe helyező „soft power”-szemlélet segíti ezeket a rendezvényeket. A „soft power” és a képregényes kulturális közvetítés persze nemcsak az állami kultúrdiplomácia intézményei által kapcsolódhat össze, hiszen az észak-amerikai és japán „soft power” döntően nem állami intézmények akciói nyomán alakítják.

Nemcsak a mozi- és televíziós iparral összefonódó superhősös és Disney-comics ideológiai vonatkozásaira gondolhatunk itt (az utóbbival kapcsolatban született az egyik legrégebbi, ma is hivatkozott képregényes társadalomtudományos munka: Dorfman & Mattelart, 1976), hanem az utóbbi évtizedben tapasztalható keleti képregényes fellendülésre is Európában. Úgy tűnik, hogy sok helyen a manga és az anime, a japán képregény és rajzfilm olyan életstílusajánlat részeként jelenik meg, amely alakítja többek között az étkezési és öltözködési szokásokat, a tárgyi világot, a szabadidő eltöltését stb. (Rafoni 2008). Világosan megmutatkozik ez olyan specializált összejöveteleken, anime- és mangaconokon, amelyek rendszeresen vannak Magyarországon is. Például a tízéves Magyar Anime Társaság által szervezett, a budapesti Petőfi Csarnokban tartott legutóbbi nagy országos Animecon (2013. augusztusában) sem csak rajzfilmnézésről és képregény adás-vételről szólt, hanem a rajzfilmek és képregények egy összetett ajánlaton belül jelentek meg. Szusi-ebéd, kalligráfiai előadás, japán popvideók, cosplay-aktivitás, videójátékok, hagyományos japán társasjátékok mellett. Egyfelől a japán kulturális referenciák sokaságát kínálta a rendezvény, nem egyszer ismeretterjesztő szándékkal, másfelől olyan „kereteket”, amelyekben a több ezer résztvevő aktívan sajátíthatta el és alakíthatta a neki szóló ajánlatot. Többek között karaoke, anime-szinkronizációs játék, cosplay, rajzverseny, japán édességkészítő verseny és számos egyéb vetélkedő sokasága kínált lehetőséget a részvételre. Feltűnő volt, hogy szinte kizárólag a Z generáció tagjai vettek részt a rendezvényen. Már egy 2008-as felmérés is azt mutatta, hogy a 18 év alattiak (és a nők) körében Magyarországon is a képregények közül legnépszerűbbek a keleti típusúak a legnépszerűbbek (Bayer 2008). A *Fiatalok kommunikációjának megismerése* kutatás során is azt tapasztaltuk, ha az adatközlő említi a képregényolvasást, akkor kizárólag mangára gondol, és jellemző módon elektronikus hordozón, tableten vagy laptopon keresztül fér hozzá a képregényhez (Guld & Maksa 2013). Szemben az európai követségek és kulturális intézetek által támogatott kiállításokkal, a japán hivatalosság nem képviseltette magát a 2013-as országos Animeconon, miközben több ezer embert érintő, „részvételi” kulturális közvetítés zajlott, amely során a külső szemlélő számára egy vélhetően erősen idealizált Japán képe bontakozott ki.

Vannak olyan térségek és országok a világban, ahol jelenleg még sem az állam, sem a magánszektor nem képes jelentősen költeni a soft power alakítására. Ide tartozik a Szaharától délre lévő Afrika nagy része is. Ennek ellenére innen is találunk példát sikeres kulturális közvetítésre (noha európai támogatókkal). Marguerite Abouet a nyugati médiában Afrikával kapcsolatos sztereotípiák módosítására tett kísérletet. Elefántcsontparton játszódo

képregényeit eddig tizenöt nyelvre fordították le (Kwami 2012). A felnőtteknek szóló *Aya de Youpogon* (2005-2010) és a gyermekképregény *Akissi* (2010-től) európaiak számára is ismerős műfaji kódok keretei között mesél az abidjani mindennapokról. Az egyes kötetek végén olvasható „elefántcsontparti bónuszok” a képregényes elbeszélésekhez kapcsolódó kulturális ismeretterjesztő magyarázatok: szómagyarázatok, receptek, az elbeszélésben előkerülő, de bővebben nem tárgyalt helyi szokásokról szólnak. Az alkotót ez esetben persze vélhetően nem elsősorban valamiféle soft power alakítása készítette. A képregényei európai sikere lehetővé tette, hogy megvalósítsa afrikai olvasáskultúra-fejlesztő és könyvtáralapító projektjét, a *Könyvet mindenkinek* (*Des livres pour tous*) – franciaországi minisztériumok és magánvállalkozások támogatásával.

6. Néhány egyéb ismeretterjesztő dinamika

Az előző fejezet végén már szoltunk egy afrikai-európai olvasásfejlesztő projektről, de nem érdemes elfeledkeznünk azokról magyarországi kommunikációs helyzetekről sem, amikor szintén olvasáskultúra-fejlesztői ismeretterjesztő dinamikába helyeződnek/helyeződhetnek képregények. Az irodalmi adaptáció volt évtizedeken a magyar képregény domináns műfaja. Ettől több is igaz, hivatalosan a magyar képregény feltételezett irodalmi népszerűsítő szerepe miatt nyert ismét létjogosultságot a Kádár-korban. Olvasáskultúra-fejlesztő szerepet szántak az akkoriban alárendelt helyzeten lévő képregénynek, amelyet nem tekintettek önálló médiának. Újabban a képregényadaptációk (újra)kiadásán kívül egyéb akciók is alkalmasnak mutakozhattak az olvasáskultúra-fejlesztésre.

Ezek közül kiemelkedik a 2009-től minden évben megrendezett Szegedi Képregényfesztivál, amelynek a Somogyi Károly Városi és Megyei Könyvtár ad otthont. Ismeretterjesztő rendezvényről van szó, legalább kétféle értelemben. Egyrészt egy szélesebb kör számára mutatja be a képregények változatosságát, és egyfajta média-ismeretterjesztést valósít meg a képregénnyel kapcsolatban. Másrészt a résztvevők be vannak vonva a könyvtár terébe, ahol a szakmai és ismeretterjesztő előadások mellett képregény-vásár, dedikálások, rajzolás, játékok és sok egyéb, képregénnyel kapcsolatos történés zajlik. A képregények és a képregény iránt érdeklődők középpontba állításával invitálja a könyvtár megcélzott közönségét, és hívja fel a figyelmet az olvasás örömeire úgy, hogy a csendes olvasást egy-két napra felváltja a képregénykedvelők zivaja.

Érthetjük akár úgy is, hogy sajátos módját választotta az olvasás-népszerűsítésnek a holland Joost Swarte is, akinek *Az olvasás függőséget okoz* című képeslapsorozata magyarul 2011-ben jelent meg. A sorozat annak a – képregényrajzolásban jól ismert – brüsszeli iskolának a *ligne claire* stílusában született, amelyet előszeretettel használtak már sokféle kommunikációs kampányban. Joost Swarte tizenkét képeslapja egy-egy olyan képszöveg, ahol egy-egy mehökkentő kép mellett, fokozva annak abszurditását, a cigarettás dobozokról ismert figyelmeztetéseket olvashatjuk (a szintén ismert fekete keretben): ezek a képszövegek első látásra az olvasás káros következményeire hívják fel a figyelmünket.

Vannak olyan népszerűsítő kommunikációs helyzetek, amikor a forrádiskurzusnak jogi-hivatali szövegek tekinthetők. Ekkor a külső szervezeti kommunikáció egyúttal népszerűsítő is. Nemzetközi szervezetek megbízásából is adnak ki képregényeket, és az Európai Unió

kiemelkedik ezek közül, melynek luxemburgi kiadóhivatala és az Európai Bizottság különböző főigazgatóságai rendszeresen jelentetnek meg képregényeket. Ezek az EU főbb tevékenységeit, szakpolitikáit, a szervezet által fontosnak tartott témákat mutatják be. Már a kilencvenes években készült egy rasszizmus ellenes képregényfüzet, amely nagyrészt egyoldalas gegekből állt, de az igazi áttörést az először 2002-ben kiadott *Zavaros vizek* című környezetvédelmi krimi hozta. A kommunikációs és képregényes szakma által is díjazott *Zavaros vizeket*, amely az Európai Unió intézmények működésének bemutatását is célozta, az utóbbi években több más, szociális, agrár- és kutatási szakpolitikai kérdésekről szóló képregény is követte. Jelenleg is 11 képregény férhető hozzá ingyenesen az EU Bookshop internetes helyén. Közös ezekben az alkotásokban, hogy keresik a közelséget, szimpátiát az EU-polgár befogadóval, többnyire igyekeznek populáris képregényes műfajokat választani (mint az előző két esetben is). Közös céljuk, hogy csökkentsék azt a távolságot (olykor szakadékot?), mely az EU-polgárok nagy részét elválasztja a szervezet hivatali központjaitól. Ehhez hívják segítségül a képregényes közeget. Érdekes elmozdulás, hogy míg korábban az európai képregény hagyományos műfajaival és grafikai stílusával dolgoztak, addig az újabb kiadványok között találunk egy olyan kiadványt egészségügyi témában (JD Morvan & Huang Jia Wei: *Infected*, 2011), amely keleti képregényes megoldásokat ötvözt a francia-belga bande dessinée eljárásaival. Képregényes szempontból erényük ezeknek a kiadványoknak, hogy a jogi-hivatali diskurzus nem telepszik rá a képregényes elbeszélésre. Többnyire legfeljebb a kiadványok végén (esetleg elején) találunk olyan magyarázatokat, hivatkozásokat, amelyek nem feszítik szét a képregényes elbeszélés kereteit (szemben például a Kádár-kori adaptációs képregényekkel, ahol a forrásdiskurzus nem engedte a képregényszerűség érvényesülését: nem volt hangfestészet, sokszor háttérbe szorult a grafika, a nyomtatott verbális szöveg dominálta a megnyilatkozást). E szervezeti kommunikációs kiadványok van, amikor tudományos ismeretterjesztőnek is tekinthetőek, még akkor is így van ez, ha egyúttal érthetően politikailag is elkötelezettek. Olyan témák tárgyalása esetében mutatkozik ez meg, mint például a fenntartható fejlődés, a biogazdálkodás, az egészséges táplálkozás.

7. Képregényes ismeretterjesztés Magyarországon: lehetőségek és javaslatok

Magyarországon létezik az ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezett képregényeknek két olyan típusa, amely a Kádár-korban is elterjedt volt: az irodalmi adaptáció és a történelmi képregény. A rendszerváltás után, bár a példányszámok csökkentek, ám az ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezhető képregényeket tekintve választék bővülés tapasztalható.

Egyrészt tehát tovább él az adaptációs hagyomány. A magyar képregény-kiadásokat az ismeretterjesztés szempontjából nemrég áttekintő Losonczy Attila is fontosnak tartja részletesen bemutatni ezt a hajdani kultúrpolitikai törekvések szerint a szépirodalmi népszerűsítést célzó, máig létező képregénytípust (Losonczy 2013). Az általa említett Cs. Horváth Tibor forgatókönyvíró munkái, Fazekas Attila, Gugi Sándor, Korcsmáros Pál, Sebők Imre, Zórád Ernő rajzolt elbeszélései ma is jelen vannak a magyar képregényes kínálatban. Nemcsak az évtizedekkel ezelőtt készült képregény-adaptációk újrakiadásai mutatják a továbbélést, hanem például a 2000-es évek magyarországi „képregény-reneszánsza” is hozott ilyen műveket, a korábban már említett *Tűzvihar* is ilyen. Korábban a rendszerváltás táján, 1988-ban indított *Botond* magazin történelmi képregényei is ebbe a körbe tartoznak.

Másrészt – főként a fordításoknak köszönhetően – újabb típusok, műfajok is megjelentek. Ide tartoznak a korábban már említett, történelmi ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezhető, vállaltan szubjektívebb, önéletrajzolásról sem mentes graphic novelek: Art Spiegelman, Marjane Satrapi, Will Eisner művei. Különleges műfaj a képregényről szóló képregény, amely egyszerre tekinthető képregényes szakirodalomnak (ekként is hivatkozunk rá) és médiaismeret-terjesztésre alkalmas kiadványnak. Ebből a műfajból magyarul Scott McCloud könyvei olvashatóak (*A képregény felfedezése* és *A képregény mestersége*), amelyek a magyarországi képregényes intézményrendszer 2000-es évekbeli újra feltalálásával és önállósulásával párhuzamosan számíthattak nagyobb érdeklődésre. Figyelemre méltóak továbbá az Európai Unió intézményeinek az előző fejezetben említett, magyarul is olvasható képregényei, amelyek nyomtatott változatban az EU-s információs pontokon férhetőek hozzá. A vallási témájú ismeretterjesztés is jelen van: példaként hozható erre a II. János Pál pápa életéről szóló képregényfüzet vagy az *Új Ember* katolikus lap sorozata. A rendszerváltás után társadalomtudományos népszerűsítő munkákkal is találkozhatott a hazai közönség. Egy angol

nyelvű ismeretterjesztő sorozat három darabjának fordítása *Nesze Neked* címmel jelent meg az 1990-es évek közepén. Később a *Háborúfüggők* című kiadvány, mely elsősorban elkötelezett politikai alkotásnak tekinthető, szintén részben képregényes módon tárgyalt társadalomtudományi szempontból érdekes kérdéseket. A keleti képregény első magyarországi sikersorozatának, a 2006-ban indult *Árnybírónak* is lettek ismeretterjesztő vonatkozásai, hiszen a hazai fogadtatása egyúttal a középkori Koreát is témává tette. 2010-től a magyar piacon is jelen van a vitákat generáló *Hetalia: Tengelyhatalmak* című történelmi manga, amely az egyes országokat egy-egy képregényalak által megszemélyesítve ábrázolja, ennek megfelelően politikatörténeti eseményeket személyes konfliktusok képében mutat be. Ez a politikai propagandától sem idegen eljárás eddig szokatlan volt a magyar nyelven olvasható történelmi képregények esetében.

Az ismeretterjesztő képregények sokfélesége mellett vannak hiányosságok is, és éppen a tudományos népszerűsítés területén. Magyarországon feltűnő a technikai és természettudományos, valamint matematikai ismeretterjesztő munkák hiánya. Ezzel összefüggésben most három, fordításra érdemes képregényt, illetve sorozatot említünk, figyelembe véve a mai magyar képregény kulturális kötődéseinek változatosságát is.

Az észak-amerikai típusú graphic novelek között bestseller volt angol nyelvterületen az amerikai-görög *Logicomix* (görögül 2008, angolul 2009), amely egyfelől Bertrand Russelről szól, másrészt a képregény alkotói is színre viszi saját magukat és az alkotás folyamatát egy kortárs athéni közegben. Egyszerre válik témává Russel viszonya saját korának politikájához, filozófiájához és matematikájához, egyúttal a képregényalkotók viszonya mindezekhez. A nézőpontok sokféleségével és az elbeszélői keretekkel való játékra a graphic novel műfaj kiválóan alkalmas, és Art Spiegelman *Mausa* után a hazai közönség számára sem ismeretlenek a *Logicomix* szövegalakító eljárásai.

Az európai képregényben meghatározó francia-belga alkotások között korábban sem volt ismeretlen a tudományos és egyéb ismeretterjesztés-paródia, valószínűleg a képregényes ismeretterjesztés elterjedtsége és kulturális beágyazottsága miatt. (Még képregényrajzolás-kézikönyv paródia is akad!) A rendszerváltás utáni magyar képregénykultúra legendás magazinjában, a pár éve megszűnt *Kretén* magazinban is olvashatóak voltak Gotlib klasszikus ismeretterjesztés-paródiái. Az újabb képregények közül a 2002-ben induló *La rubrique scientifique* (azaz *A tudományos rovat*) című francia-belga típusú albumsorozat különlegességét az adja, hogy ugyan a tudományos népszerűsítés kanonikus eljárásai eljárásait alkalmazza, ám forrásdiskurzusnak tekint olykor egyáltalán nem kanonikus

„diszciplínákat” is. Ezek egy részét neologizmusok révén ő maga hozza létre, így kerülnek egymás mellé olyan különböző státuszú „tudásterületek”, mint a hőstudomány (*hérologie*), az érzékenységtudomány (*sensitivologie*), az ufókutatás (*ufologie*), a politikatudomány (*politologie*), a reklámológia (*pubologie*) és gravitációtudomány (*gravitologie*).

A harmadik, és a Z generáció képregényes tájékozódása szempontjából legizgalmasabb sorozat keleti típusú alkotás. A No Starch Press manga-kézikönyvei lényegében olyan tankönyvek, amelyek egy-egy műszaki, természettudományos vagy matematikai kérdéskört mutatnak be. A sorozatban vannak általánosabb és specializált tankönyvek is a relativitás-elmélettől a statisztikáig, a molekuláris biológiától a lineáris algebráig. Olyan manga-elbeszélésekről van szó, amelyek talán éppen azért lehetnek sikeresek, mert egyfelől a mindennapi életből vett példákkal világítanak meg elsőre attól távolinak látszó elméleteket, teszik ezt úgy, hogy közben a manga-elbeszélések tematikus elemeivel és narratológiai eszköztárával dolgoznak. A kalkulussal (differenciál- és integrálszámítással) foglalkozó rész például egy lelkes kezdő újságíró világmegértési problémáin keresztül, ugyanakkor ezen ironizálva mutatja be a kérdéskört. Az egyes fejezetek végén azért klasszikus tankönyvszerű összefoglalást is olvashatunk. Az önmagát „geek entertainment” vállalkozásnak hirdető No Starch Press sorozata merész, de érdekes vállalkozás, hiszen a legpopulárisabb képregényműfajok keretei között tesz kísérletet bonyolult összefüggések megvilágítására.

A szűk értelemben vett képregényes kiadványok mellett nem érdemes elfeledkezni a képregényalapú mediatis közegek lehetőségeiről sem az ismeretterjesztő kommunikációban. Ezzel kapcsolatban talán az egyik legszembetűnőbb, hogy ma Magyarországon is részben rajzolt képregényes és fotóregényes nyelvkönyveket használ a közoktatás és a nyelviskolák. Ezek alaposabb vizsgálata azért is fontos volna, mert valószínűleg ezek a kiadványok erősen alakítják az oktatásban résztvevők képregényes anyanyelvét. Ami az egyéb nyomtatott hordozókat illeti Joost Swarte korábban már említett olvasás-népszerűsítő képeslapsorozatához hasonlóan egyéb hibrid közegek is bevonhatóak volnának ismeretterjesztő dinamikába: pl. szórólapok, képregényplakátok, képregényes játékok. Az utóbbi kettő kombinációjára találunk a tudományos ismeretterjesztés szempontjából nézve is megfontolandó közelmúltbeli példát a reklámkommunikációban. A Vista utazási iroda megbízásából 2013 nyarán olyan rajzolt plakátokat helyeztek el utcákon, buszmegállóknak, amelyek alakíttósága részben képregényes, egyúttal játékokra invitálják a járókelőt. (A humoros nyaralási jelenetek sokaságát egyszerre mutató rajzokon bizonyos kiemelt szereplőket kell megkeresni.) Ehhez hasonló, mindennapi környezetbe helyezett,

játékos képregényplakátok használata a tudománykommunikáció esetében is elképzelhető volna. Mint ahogy az interaktivitást és játékosságot szintén magában hordozó webcomics használata is (e hibrid média sokféle kísérletéről szól Kovács 2009). Az elektronikus hordozóknál maradva, kiaknázható volna a képregényblogok magyarországi népszerűsége is. Csordás Dániel önéletrajzoló képregényblogja többször megkapta a Magyar Képregény Szövetség legrangosabb díját, az Alfabéta-díjat. Tudománnyal foglalkozó szakemberek és képregényrajzolóknak lehetséges közös vállalkozásai a népszerűsítő blogok, akár a tudományos eredmények disszeminációjában manapság divatos „kutatói blog” műfaja is találkozhatna a képregénybloggal. Mind nyomtatott, mind elektronikus hordozókon megjeleníthető a képregényes infografika. Annál is inkább érdekes lehet ez, mert a tudománykommunikációban használt infografikák természete nem egyszer hasonló a képregényekéhez: a lineáris olvashatóság és a tabuláris elrendezés, az egy képben, egy oldal terében egyszerre láttatás, a vizuális retorikai alakzatok használata gyakran a képregények és az infografikák közti hasonlóságot mutatja.

Az előbbieken felsorolt eredményeket és lehetőségeket áttekintve, valamint *A fiatalok kommunikációjának megismerése* alprojekt tapasztalatai alapján is (Guld & Maksa 2013) úgy tűnik, hogy a Z generációt bevonni szándékozó tudománykommunikáció számára különösen a számos egyéb kulturális aktivitással együtt megjelenő keleti típusú képregény és némely képregényalapú hibrid közeg, a mobilhordozókon is élvezhető webcomics, képregényblog, valamint a képregény-játékok lehetnek érdekesekek.

Bibliográfia

BAYER ANTAL (2008) Milyen képregényt olvasnak ma Magyarországon? In Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra IV.* Budapest, Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat, 143-148.

BERNDT, JAQUELINE (ed.) (2010) *Comics Worlds and the World of Comics. Towards Scholarship on a Global Scale.* (Series Global Manga Studies, vol. 1). Kyoto, International Manga Research Center, Kyoto Seika University.

<http://imrc.jp/2010/09/26/20100924Comics%20Worlds%20and%20the%20World%20of%20Comics.pdf> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

BOURDON, JEROME (2003) La télévision est-elle un média global? Une perspective historique. In Institut national de l'audiovisuel (INA): *Télévision, mémoire et identités nationales.* Paris, L'Harmattan, 59-92.

CASETTI, FRANCESCO & ODIN, ROGER (1990) De la paléo- à la néo-télévision. *Communications*, 51, 9-26.

CHEVALDONNÉ, YVES & LAFRANCE, JEAN-PAUL (2009) BD, dessins animés et jeux vidéo, même combat! *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 107-115.

CSÁSZI LAJOS

(2002) *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete.* Budapest, Osiris-MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

(2011) *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája.* Budapest/Pécs, Gondolat Kiadó/PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

DABITCH, CHRISTOPHE (2009) Reportage et bande dessinée. *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 91-98.

DACHEUX, ERIC

(2002) Rapprocher l'Europe des citoyens, une nécessité? Analyse critique de la politique de communication des institutions européennes. *Recherches en communication*, 18, 199-221.

(2009) Introduction générale. *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 11-17.

DEBRAY, RÉGIS

(2000) *Introduction à la médiologie*. Paris, PUF.

(2001) Malaise dans la transmission. *Les Cahiers de médiologie*, 11, 17-33.

DORFMAN, ARIEL & MATTELART, ARMAND (1976) *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants*. Paris, Alain Moreau.

DUNAI TAMÁS (2012) Keretek között: A képregény mint a Kádár-kor emlékezhelye. In Dunai Tamás, Oláh Szabolcs & Sebestyén Attila (szerk.): *Kultpontok. Emlékezhelyek a magyar populáris kultúrában*. Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó, 99-107.

DUNAI TAMÁS & OLÁH SZABOLCS & SEBESTYÉN ATTILA (SZERK.) (2012) *Kultpontok: Emlékezhelyek a magyar populáris kultúrában*. Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó.

FÁBRI GYÖRGY

(2005) Tudomány és közönség új találkozásai. *Világosság*, 2005/1, 3-15.

<http://www.vilagosság.hu/pdf/20050411210020.pdf> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

(2007) A két kultúra és a harmadik: természettudomány, bölcsészet a médiakommunikációban – a Mindentudás Egyeteme tapasztalatai alapján. *Magyar Tudomány*, 2007/2.

<http://www.matud.iif.hu/07feb/10.html> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

FASTREZ, PIERRE & CAMPION, BAPTISTE (2009) L'hybridation BD/jeu vidéo: émulsion impossible? *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 117-118.

GÁLIK MIHÁLY (2003) *Médiagazdaságtan*. Budapest, Aula.

GULD ÁDÁM & MAKSA GYULA (2013) *Kutatási jelentés*. TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016 *Tudománykommunikáció a Z-generációnak* című kutatás *Fiatalkommunikációjának megismerése* alprojekt. Pécs, Pécsi Tudományegyetem.

GÜNCE DEMIRHISAR, DENİZ & LEW, ILAN & REPEZZA, MARINA (2012) From Collective to Individualized Memory in the Age of Globalization: Interview with Henri

Lustiger Thaler. *New Cultural Frontiers: on-line sociological review*, Vol.3. Special Issue 2012. <http://www.newculturalfrontiers.org/from-collective-to-individualized-memory-in-the-age-of-globalization/> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

INDEX (2005) Alig nézte valaki a Nagy Könyvet. *Index*, 2005. december 19. <http://index.hu/kultur/media/nkonyv6834/> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

JALENQUES-VIGOUROUX, BÉATRICE & ESPUNY, CÉLINE PASCUAL (2009) Des bulles pour le développement durable. *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 133-139.

KOVÁCS NÓRA (2009) WebcoMix – képregények az interneten. *Mediárium*, 2009/3-4, 65-80. http://epa.oszk.hu/01500/01515/00006/pdf/mediarium-iii_3-4_07.pdf (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

KWAMI, MILTON (2012) Marguerite Abouet: Grande bédéiste ivoirienne de succès. *Africa Nouvelles* 2012. mai 30. <http://www.africanouvelles.com/africains-de-la-diaspora/communautes-africaines/474-marguerite-abouet-grande-bedeiste-ivoirienne-de-succes.html> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

LASSWELL, HAROLD D. (2007) A kommunikáció szerkezete és funkciója a társadalomban. In Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média, nyilvánosság, közvélemény*. Budapest, Gondolat, 56-67.

LE FOULGOC, AURÉLIEN (2009) La BD de Reportage: Le cas Davodeau. *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 83-90.

LOFFLER-LAURIAN, ANNE-MARIE (1983) Typologie des discours scientifiques: deux approches. *Études linguistiques appliquées*, 51, 8-20.

LOSONCZY ATTILA (2013) A képregények az ismeretterjesztés szolgálatában. *Könyv és Nevelés*, 2013/1.

http://olvasas.opkm.hu/portal/felso_menusor/konyv_es_neveles/a_kepregenyek_az_ismeretterjesztes_szolgالاتaban (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

MAKSA GYULA

(2007) Ismeretterjesztés és képregény. *Médiakutató*, 2007/tavaszi (8. évf./1. sz.), 7-14.

http://www.mediakutato.hu/cikk/2007_01_tavasz/01_ismeretterjesztes_es_kepregeny/01.html
(Letöltve: 2013. augusztus 25.)

(2010) *Változatok képregényre*. Budapest/Pécs, Gondolat Kiadó/PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.

(2011) Közelítések, elmozdulások, lehetőségek. Magyar képregény a bande dessinée újabb tapasztalatai felől. *Korunk*, 2011/2, 24-30.
http://www.korunk.org/letoltlapok/Z_VKorunk2011februar.pdf (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

MCQUAIL, Denis (2003) *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, Osiris.

MERINO, Ana (2010) Memory in Comics. Testimonial, Autobiographical and Historical Space in MAUS. *Transatlantica*, 1/2010. <http://transatlantica.revues.org/4941> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

MEUNIER, JEAN-PIERRE & PERAYA, DANIEL (1993) *Introduction aux théories de la communication*. Paris/Bruxelles, De Boeck Université.

MOHOS SÁNDOR (2005) A Nagy Könyv egymilliárdért. Egy irodalomtanár tűnődései. *Elektronikus Könyv és Nevelés*, 2005/4. http://www.tanszertar.hu/eken/2005_04/mohos.htm
(Letöltve: 2013. augusztus 25.)

RAFONI, BÉATRICE (2008) Le néo-japonisme en France: une alter-mondialisation culturelle. In Fendler, Ute – Lüsebrink, Hans-Jürgen – Vatter, Christoph (éds.): *Francophonie et Globalisation Culturelle. Politique, Médias, Littératures*. Frankfurt am Main – London, IKO (Verlag für Interkulturelle Kommunikation), 255-274.

ROUQUETTE, SÉBASTIEN (2009) Les blogs BD, entre blog et bande dessinée. *Hermès*, 54 (*La Bande Dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 119-124.

STRÖMBERG, FREDRIK (2010) *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulation en images*. Paris, Eyrolles, Paris, 2010. (Az eredeti kiadás: *Comic Art Propaganda: A Graphic History*. Ilex, Lewes/East Sussex, 2010.)

SZABÓ DÁVID (2004) Az ismeretterjesztő televíziók szerepe és véleményformáló hatása. *Világosság*, 2004/5, 29-42. <http://www.vilagossag.hu/pdf/20041206152855.pdf> (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

VALUSKA LÁSZLÓ (2005) Csodát várnak (A Nagy Könyv). *Magyar Narancs*, 2005/22. http://magyarnarancs.hu/tudomany/csodat_varnak_a_nagy_konyv-64132 (Letöltve: 2013. augusztus 25.)

VERHAEGEN, PHILIPPE (1990) Aspects communicationnels de la transmission des connaissances: le cas de la vulgarisation scientifique. *Recherches Sociologiques*, 1990/3, 323-351.

WHITE, HAYDEN (1997) A történelmi cselekményesítés és az igazság problémája. In Hayden White: *A történelem terhe*. Budapest, Osiris, 251-278.