

# Birodalmi irodalom

## A reggeli

*A Kellogg's kukoricapehely (corn flakes) dobozának gerincén egy ismeretlen mai szerző A reggeli című kisprózai műve olvasható.*

*A szöveg a következő:*

A reggeli legfontosabb étünk. A reggeli az első lehetőség arra, hogy szervezetünket ellássuk a napi teljesítményhez szükséges energiával. Az egészséges reggelinek sok szénhidrátot kell tartalmaznia, és zsírszegénynek kell lennie. Ezenkívül szervezetünket elegendő fehérjével, vitaminokkal és ásványi anyagokkal kell ellátnia.

A Kellogg's zabpelyhek gazdagok szénhidrátokban, vitaminokban és ásványi anyagokban. Az ilyen reggeli tejjel, joghurttal vagy gyümölcslével jelentős mértékben hozzájárul kiegyensúlyozott... – itt vége.

A Kellogg's Önnek és családjának egészséges napot kíván.

\*

Szövegelemzéssel foglalkozó irodalmárok számára általában kihívást jelent az a probléma, hogy az irodalomban is tetten érjék, amit a képzőművészeti avantgárd történetében ready-made-nek neveznek, vagyis a hétköznapi élet talált szövegeit műalkotásként értelmezhessek. Hogy amikor szórólapok reklámszövegeit, használati utasításokat, a BKV utazási feltételeit, menetjegyek hátuljának szövegét irodalmi műalkotásként fogják fel, megszüntetve ezzel művészet és élet szembenállását, tettenérjék, hogy élet és művészet kijelöli a saját határait. A kukoricapehelyes doboz szövegénél azonban nem a ready-made gesztusa uralkodik. Ez a szöveg önálló irodalmi eszközeinél fogva önmaga jelzi, hogy létezési módja nem csupán funkcionális, hétköznapi, hanem esztétikai is, vagyis irodalmi szöveg. És mindezt a befejezetlen, félbeszakított utolsó előtti mondat és az „itt vége” önreflexiónak tekinthető kijelentés teszi.

Minék van itt ugyanis vége? Ilyen befejezetlenül. Ez a befejezetlen mondat nyil-

vánvalóan üt el a reklám stílusától, ez nem a kukoricapehelyről, hanem magáról a szövegről kíván valamit elmondani, akár a reklámszöveg szerkesztési szabályainak megszegése árán is. Tehát: minék van vége? A szövegnek? Ahhoz nem kéne a mondatot félbeszakítani. Attól még befejeződhetne a mondat, mint ahogy be is fejeződik a szöveg, visszatérve a reklám szabályaihoz. Nem. A reggeli fejeződik be, ezzel együtt a doboz gerincének olvasgatása is. Még éppen annyi idő marad, hogy egy befejező reklámmondatot elolvassunk. A doboz szövege tehát a reggeli valóságos idejét a doboz olvasásának idejével felelteti meg. Ezzel a valóságról is és magáról a szövegről is, vagyis ha úgy tetszik mindenféle megformált irodalmi szövegnek is a mibenlétéről állít valamit, ami messzemenőkig nem a kukoricapehelyre vonatkozik.

A reggelinek egy mondat közben van vége, és ha a reggeli végetért, akkor a szövegnek sincs létjogosultsága többé, mert a reggeli által létezik egyáltalán. És ha a reggelinek vége, a szövegnek akkor is befellegzett, ha ő még nem zárult le. Lezárulhat-e a reggeli valójában, ha nyitva maradt a mondat? Vagy éppen ez a reggeli? Nyitása a napnak? A mondat folytatása a nap maga és majd a vacsora fejezi be a mondatot? Vagy talán az életmód kritikája ez? Kapkodó és zilált az élet, a reggeli is csak kapkodás, olyan befejezetlenül rohan el az ember a reggeliző asztaltól, miként egy mondat befejezésére sincs ideje. Az élet folytonosan befejezetlenül hagyott mondat, a halál pillanata is egy befejezetlenül hagyott szöveg – itt vége –, az élet, ahogy a reggeli, csak töredék, miközben a reklám szerint az élet, miként a jó reggeli, maga a tökéletes egész, ahogy a kukoricapehelyben is minden benne van a boldogsághoz, mint az örök

élet elixírjében. Ezt akarja mondani ez a szöveg? Szándékosan talányos és éppen ezáltal a metaforikusság látszatát kelti, mintha *A reggeli* cím helyett *Az élet* címmel is olvasható lenne az egész. Azáltal, hogy egy hétköznapi, funkcionális szövegben éles választóvonalként irodalmi eszköz jelenik meg, reklám, pénz, hatalom, eszmények, valóság és művészet kapcsolata bukkann fel az élet határaihoz viszonyulva.

Reggelizni – ez nem zárja ki az olvasást. Bekebelezni a kukoricapehely vitaminkoncentrátumait és az azt dicsőítő szöveget – ugyanazt jelenti: lenyelni mindent. Táplálék minden, szöveg vagy enivaló – ebből a szempontból mindegy. Az ember eszik vagy etetik – egyforma dolog, ahogy a táplálékot fogadja be, befogadja az ideológiát is, amit épp a táplálék hordoz. Mindezt képes kifejezni a szöveg azáltal, hogy egy valóságos életbeli cselekvés idejét egy szöveg elolvasásának elvi idejével azonosítja.

És ezáltal még azt is kifejezi, hogy az igazi irodalom éppen ez, mert közvetlenül hat, váratlanul és személyesen szólít meg. Az irodalom az, amit az emberek olvasnak. Az emberek többet olvasnak olyan szövegeket, amelyek a mindennapi élet háttérében vannak, mint könyveket. Ahogy van háttérzene, ahogy van háttérképi információ, úgy van háttérszöveg is. Háttéroidalom. Ami a napi cselekedeteket veszi körbe, a valóságos élet helyszínéit. Ahogy az ember nem tudja nem észrevenni a hatalmas plakátképeket, önkéntelenül is fűtyüli a divatos slágereket, úgy nem tud nem olvasni, ha feliratokat lát. Az olvasás automatizmus, ahogy a rágás és a nyelés. A reggeli unalmas dolog, megy a háttérben a reggeli rádióműsor és az embernek olvasgatnia, forgatnia kell a dobozt az asztalon – a reklám világának hétköznapisága szerint. Élet és irodalom. Legyen az automatikusan olvasott szöveg megformált,

utaljon az életre, keltsen figyelmet önmaga iránt is. És ezáltal a termék is eladhatóbb. Pénz, hatalom és művészet újra és újra összefonódik. Nem véletlenül mondta *Andy Warhol*, hogy a jövő az udvari festészeté, ő, a jövőben a mindenkori amerikai elnök házifestője lesz. Elég a kiállítótermekből, ahol a festők egymás képeit nézik! A festményeknek az otthonokban, lakásokban van a helyük, a falakon, az élet tereiben! A festmény is legyen újra a reggeli háttere! Csak legyen, aki megveszi. Mindegy, hogy az ember egy szóke herceghez ír-e szonettekét, a szerelmének vagy a mecénásának, mindegy, hogy a megrendelő portréját festi a királyi udvar alkalmazottjaként vagy isten dicsőségét zengi, vagy a király hőstetteit, netán egy multinacionális tőkeerős világ cég mindenhatóságának szolgálatába áll – mindegy, ha a mű művészet, ha a lét egészét öleli át, magát a szponzort is beleértve.

Amikor egy reklámklipben azt látni, hogy a telehold elfolyik, mint a tej, és ez a bő sugarú tejözön beleömlik egy tábla Milka csokoládéba, akkor a filmművész ezáltal „udvari” filmessé válik, a legszebb szürrealista lírai hagyományokat ötvözi a népdalok világával, új művészetet teremt egy új hatalom szolgájaként.

Milyen irodalmi mű a kukoricapelyhes doboz szövege? Talán valami irodalmi performance része, akcionista mű, képszerű, egy új „udvari irodalmi” esszé? Egy új népművész, új udvari költő tömegekhez szóló hőskölteménye vagy kiáltvány, óda, mely hamis eszmények fényében megtört közös sorsunkat zengi, rossz, áruló királyaink uralmát nyögve és az ő gazdagságukba vetve egyetlen reményünket. A kukoricapelyhes doboz szövege ironikus ima, szomorú fohász: Mindennapi pelyhünket add meg nekünk, Kellogg's!

*Bóna László*