

# Képregénymédia és ismeretterjesztési lehetőségek

**Maksa Gyula**

Pécsi Tudományegyetem

**Az alábbi gondolatmenet a képregény, valamint a képregényalapú hibrid médiaközégek és az ismeretterjesztő kommunikáció kapcsolatáról, megvalósult kommunikációs projektekről és ismeretterjesztési lehetőségekről szól. A tág értelemben vett képregényes ismeretterjesztésnek nemcsak a tudományos népszerűsítés, hanem mások mellett a különböző kulturális közvetítések, társadalmi célú kampányok vagy némely szervezeti kommunikációs akció is része – és ezt a sokféleséget érdemes együtt láttatni.**

*Kulcsszavak: képregény, média, ismeretterjesztés, szervezeti kommunikáció, civic education*

## ISMERETTERJESZTŐ KOMMUNIKÁCIÓ ÉS KÉPREGÉNYES KÖZVETÍTETTSÉG

Az utóbbi években többen is szoltak már a képregényes népszerűsítés, „terjesztés” különféle érdekeltségeiről és területeiről: 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. Az intézményesülő *comics studies* egyik, közelmúltban alapított tudományos folyóiratának, a *Scandinavian Journal of Comic Art*nak a szerkesztője, Fredrik Strömberg 2010-ben jelentette meg *Comic Art Propaganda: A Graphic History* című munkáját, amely az ismeretterjesztő, népszerűsítő képregényeket is média és politika kérdéskörének keretén belül tárgyalja. Így kerülhetnek egymás mellé a második világháborús és hidegháborús érdekeltségű propaganda-képregények olyan munkákkal, amelyek az atomenergiával, a szexuális neveléssel, a rasszizmussal, a Holokausztal vagy éppen bizonyos vallási kérdésekkel kapcsolatban helyeződtek ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába (Strömberg 2010).

Egy másik tanulságos példa francia nyelvterületről származik. Az *Hermès* kommunikáció, információ és médiatudományi folyóirat 2009-ben megjelent 54. számában közel negyven cikk 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 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 & Campion 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 fontosá 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, Éric Dacheux a szervezeti kommunikáció kutatása felől érkezik a képregénymédia és az ismeretterjesztő kommunikációs szempontból érdekes képregények vizsgálatához (Dacheux 2002), és olyan társadalmi erőforrásnak tartja a képregénykultúrát, amely lehetőséget ad a polgároknak az egymással való kapcsolatok hatékony alakítására. A képregénymédiát bizonyos szervezetek olyan, nagyon különböző kérdéskörök iránti érzékenység kialakítására használták már, mint az AIDS elleni küzdelem, az atomenergia (ellenesség), az Észak-Dél szolidaritás kialakítása (Dacheux 2009, 12). A folyóirat-számban külön tanulmány foglalkozik a „fenntartható fejlődés” hirdető szervezeti kommunikációs képregényekkel (Jalenques-Vigouroux & Espuny 2009). (Megjegyzendő itt, hogy pár évvel korábban a „fenntartható fejlődés” koncepcióival versengő másik elképzelés, a magyarra „nemnövekedésnek” fordított „décroissance” kapcsán is az azonos nevű folyóirat kiadott egy különös képregényes válogatást. Olyan antikapitalista és reklámellenes alkotások gyűjteményéről van szó, amelyek többnyire a képregényipar legsikeresebb sorozatainak főhőseit helyezik radikálisan új kontextusokba, így a népszerű elbeszélések karneváli kifordítását hajtják végre – *La Décroissance Hors-série: Casseurs de pub en BD*, 2006.)

Fredrik Strömberg könyvének és az Éric Dacheux által szerkesztett folyóirat-számnak is vannak feltűnő hiányosságai azzal összefüggésben, hogy az első túlzottan az észak-amerikai, a másik pedig főként a francia-belga képregényre fókuszál. 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 (Herbez 1996, 2005; magyarul Maksa 2010, 91-110). A másik, talán még feltűnőbb probléma a keleti típusú képregényekkel kapcsolatban, 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 dinamikusan 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, ázsiai/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 érnyee, hogy a képregényes alakítottság mediatisztikus ötvöződéseire is felhívja a figyelmet.

Korábban médianarratológiai szempontból volt alkalmam vizsgálni ismeretterjesztés és képregény kérdéskörét (Maksa 2007; 2010, 34-49). Akkor olyan kérdések vetődtek föl, hogy miképpen vesz részt a képregény mediativitása az ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezhető képregényes elbe-

szélések alakításában, miképpen alakítja a képregényes közeg az ismeretterjesztést, a forrásdiskurzus újrafogalmazásának terve milyen médiumellenállással találkozik. Esettanulmányok nyomán az mutatkozott meg, hogy a tárgyszerűség helyett a viszonszerűséget hangsúlyozó képregény-médium azért alkalmas a hatékony ismeretterjesztésre, mert oldja az ismeretterjesztéshez rendelhető pedagógiai viszony hagyományos hierarchizáltságát. A hangsúlyozott viszonszerűség és a befogadói aktivitást, együttalkotást feltételező elbeszélői elliptikusság a megfelelő műfajjal és témaválasztással ötvöződve olyan közelséget, mégis közvetítést hoz létre a megnyilatkozásért felelős és a megnyilatkozás által feltételezett befogadó között, amely alkalmassá tesz képregényeket arra, hogy ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezzük őket. (A közelség/közvetlenség és a pedagógiai hierarchia oldása egyébként párhuzamba állítható a média egészét tekintve máig meghatározó televíziós ismeretterjesztés átalakulásával is a neo- és hipertelevízióban – erről bővebben például Császi 2011.)

Története során a képregénymédia igen különféle témájú és érdekeltsgű népszerűsítő kommunikációs kampányok kedvelt eszköze/közége volt már. 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

„A hangsúlyozott viszonszerűség és a befogadói aktivitást, együttalkotást feltételező elbeszélői elliptikusság a megfelelő műfajjal és témaválasztással ötvöződve olyan közelséget, mégis közvetítést hoz létre a megnyilatkozásért felelős és a megnyilatkozás által feltételezett befogadó között, amely alkalmassá tesz képregényeket arra, hogy ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezzük őket.”

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 helyzeteit 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 szólnak.

## IDŐBELI KÖZVETÍTÉS ÉS KÉPREGÉNYES EMLÉKEZETHELYEK

Az időbeli közvetítésre tekintve azt a kérdést tehetjük fel, hogy mely képregények váltak mediológiai transzmisszió (Debray 2000, 1-32) eszközeivé és alakítóivá. Ilyenek a képregényes emlékezhelyek (Dunai 2012), melyeknek egy típusa a következő: egy korábbi időszakban született alkotás idézi fel a közösség számára a képregény létrejöttének vagy hajdani olvasásának korát. A Kádár-kori adaptációs képregények 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. Például Fazekas Attila és Bán Mór *Tűzvihar* című, '56-os témájú képregénye (2006), vagy a korábban albumban még nem jelent *Szigetvár ostroma* (2004) Sárosi Endrétől.

A történelmi múltat felidéző képregények egy másik csoportja a képregénykultúra 2000-es évekbeli megújulásakor jelent meg Magyarországon, ezek az ún. *graphic novelek*. Lényeges különbség az előbb említett műfajhoz képest, hogy az utóbbi nyíltabban, vállaltan szubjektív, általában erősen autobiografikus, sok esetben önéletrajzolás. Ilyenek például Marjane Satrapi iráni tematikájú könyvei, különösen a *Persepolis I-II.* (magyarul 2007, 2008).

A műfaj legismertebb alkotása pedig bizonyára Art Spiegelman Holokauszt-képregénye, a *Maus* (2005), amely azért lehetett kedvelt témája az emlékezetkutatásnak (például Merino 2010; Günce Demirhisar et al. 2012), mert egy mediológiai értelemben vett transzmissziós ismeretterjesztő dinamikát öntükrözni is képes: a nemzedékeken átívelő ismeretterjesztés-alakítás, a múlt megértése/megértetése a tétje a cselekményének. A kerettörténet szerint Art Spiegelman beszélgeti édesapját második világháborús megpróbáltatásairól, amelyeket képregényben jegyez le – e születő képregény alakulása is témájává válik az elbeszélésnek.

Létezik egy harmadik, kevésbé vizsgált típusa a képregényes emlékezhelyé 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. A genfi *Calvindreier* és a magyarországi *Mátyás, a király* egyaránt reflektál a képregénymédia közegének azon sajátos kulturális változatára, amelyben létrejött. A Kálvin János születésének 500. évfordulójára kiadott genfi képregénynaptár a helyi képregényplakátos tradícióból építkezik, a 2008-as *Reneszánsz évhez* kapcsolódó *Mátyás, a király* képregényrajzoló verseny és antológia az irodalmi és történelmi ismeretterjesztés magyar képregényes előzményeit is figyelembe veszi, bár valójában eltér a Kádár-kori adaptációktól: szabadabban kezeli a forrasszövegeket (ezúttal Mátyás-mesék és kortárs magyar írók Mátyás-novellái), így hozza létre Mátyás-király hol inkább heroikus, hol inkább parodisztikus ábrázolásait.

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. 2008-ban ez talán még inkább igaz volt, mint manapság.)

### FÖLDRAJZI-KULTURÁLIS TEREK KÖZÖTTI KÖZVETÍTÉS

A kulturális ismeretterjesztés egy másik típusa az, amikor a képregényes közeg földrajzi-kulturális terek közötti közvetítésben vesz részt. Lehetne szólni itt képregényes útleírásokról, riportokról, útikönyvekről is, de legalább ennyire érdekes kommunikációs szempontból a kulturális diplomácia területe.

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 megkezdvelhető szelete. Európai követségek és kulturális intézetek számos kiállítást szerveztek az elmúlt néhány évben: a Cervantes Intézet, a Goethe Intézet, svájci és francia követségek, de a 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 nemcsak az állami kultúrdiplomácia intézményei által kapcsolódhat össze, hiszen az észak-amerikai és japán „soft power” jelentős részben nem állami intézmények akciói nyomán alakítják. Nemcsak a mozi- és televíziós iparral összefonódó szuperhősös és Disney-comics ideológiai vonatkozásaira gondolhatunk itt, 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 életstílus-ajánlat részeként jelenik meg, amely alakítja többek között az étkezési és öltözködési szokásokat, a tárgyi világot, a szabadidő eltöltését stb. (Rafoni 2008)

Világosan megmutatkozik ez az ún. anime- és mangaconokon, amelyek rendszeresen vannak Magyarországon is. Ezeket a rajongói összefüggéseken a rajzfilmek és képregények egy összetett ajánlaton belül jelennek meg – szusi-ebéd, kalligráfiai előadás, japán popvideók, cosplay-aktivitás, különféle versenyek, videójátékok, hagyományos japán társasjátékok mellett. Egyfelől a japán kulturális referenciák sokaságát kínálják e rendezvények, nem egyszer ismeretterjesztő szándékkal, másfelől olyan „kereteket”, amelyekben a résztvevők aktívan sajátíthatják el és alakíthatják a nekik szóló ajánlatot. Főként a Z generáció tagjai vesznek részt a conokon. Már egy 2008-as felmérés is azt mutatta, hogy a 18 év alattiak (és a nők) körében Magyarországon is a képregények közül a keleti típusúak a legnépszerűbbek (Bayer 2008). A *Fiatalkommunikációjának megismerése* kutatás során is azt tapasztaltuk, ha az adatközlő említi a képregényolvasást, akkor kizárólag mangára gondol, és jellemző módon tableten vagy laptopon keresztül fér hozzá (Guld & Maksa 2013).

Van arra is példa, hogy szervezeti keret ad a japán hivatalosság a „résztvételi kultúrákötvetítésnek”: a japán külügyminisztérium minden évben nemzetközi mangarajzó versenyt ír ki, a szervező bizottság elnöke

„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.”

pedig maga a külügyminiszter. A közönségek alakító részvétele lehet alapja annak a közdiplomáciai potenciálnak, amelyet a 2000-es évek második felétől a Japán Külügyminisztérium is felismert, és ennek nyomán a magánszektorral együttműködve tesz kísérletet a „Cool Japan”, valamiféle vonzó japán kulturális szuperhatalom képének terjesztésére (Lam, 2011).

## OLVASÁSKULTÚRA-FEJLESZTÉS

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 Aboutet a nyugati médiában Afrikával kapcsolatos sztereotípiák módosítására tett kísérletet. Elefántcsontparton játszódó képregényeit 2012-ig 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.

A képregény feltételezett irodalmi népszerűsítő szerepe miatt nyert létjogosultságot Magyarországon a Kádár-korban is. Újabban a képregényadaptációk (újra)kiadásán kívül egyéb akciók is alkalmasnak mutatkoznak az olvasáskultúra-fejlesztésre. Ezek

közül kiemelkedik a 2009-től minden évben megrendezett Szegedi Képregényfesztivál, amelynek a Somogyi Károly Városi és Megyei Könyvtár ad otthont. 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 történet 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 zsvijaja.

Sajátos módját választotta az olvasásnépszerűsítésnek a holland Joost Swarte, akinek *Az olvasás függőséget okoz* című képeslapsorozata magyarul 2011-ben jelent meg. A sorozat a brüsszeli iskola – kommunikációs kampányokban korábban már kipróbált – *ligne clair* stílusában született. Joost Swarte tizenkét képeslapja egy-egy olyan képszóveg, ahol egy-egy meghökkentő kép mellett, fokozva annak abszurditását, a cigarettás dobozokról ismert figyelmeztetéseket olvashatjuk (a szintén ismert fekete keretben): ezek a képszóvegek első látásra az olvasás káros következményeire hívják fel a figyelmünket.

## CIVIC EDUCATION

Ázsiai és európai városok utcáin, terein, parkjaiban is találunk képregényplakátokat, képregényfreskókat, képregényszobrokat. Keleten és nyugaton is vannak olyan esetek, amikor a magyarul talán kissé rosszul hangzó polgári neveléssel (a *civic education*nel) összefüggő, részben az utcákon is zajló kommunikációs kampányok részeként a képregényes alakítottságú megnyilatkozások témává teszik azt a mindennapi életet, amely eközben őket is keretezi. A Svájci Államszövetség Genfi Kantonjához tartozó Carouge önkormányzata számára az egyik

legnevesebb képregényművész, Zep készített olyan táblákat, amelyeket az utcákon helyeztek el. Ezek a táblák potenciálisan konfliktusos mindennapi élethelyzetekről, illetve azok elkerüléséről szólnak. A címek alatti képszóvegek játékosan, olykor a címet ironikussá téve hívják fel a figyelmet valamely mindennapi problémára. Makaó, a Kínai Népköztársaság Különleges Közigazgatású Régiója kormányzatának is vannak olyan polgári edukatív akciói, amelyek a mindennapi együttélés megkönnyítését célozzák. Különböző hordozók és közegek mellett háromnyelvű utcai képregények, pontosabban képregény-plakátok is részei ezeknek az akcióknak (a hivatalos kínai és portugál nyelv mellett angolul is szólnak, a lakosság kevesebb, mint három százaléka által beszélt portugál nyelv használata önmagában is a *civic education* része, hiszen Kína szándéka szerint Makaó lenne a kapuja a luzofón világ felé). A plakátok képi világa és szereplői visszatérnek egyéb ismeretterjesztő anyagokon, prospektusokban, polgári nevelő célzatú online-játékokban, és azon a makaói kormányportálhoz tartozó aloldalon is, ahol a különböző médiamegjelenések, információk és ismeretterjesztő aktivitások össze vannak gyűjtve (<http://civicedu.iacm.gov.mo/eng/default.asp>). Mind a svájci, mind a makaói esetben a képregényes közeg egyszerre alkalmas egyrészt a mindennapi élet jelenségeinek kiemelésére, eltávolító átalakításra, egyfajta értelmező (a makaói esetben nyíltan értékelő) távlat kialakítására, másrészt a közlők részéről a feltételezett befogadók, a polgárokkal való közelség hangsúlyozására a népszerű komikus műfajokat idéző grafikai stílussal és humorról.

## SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓS VONATKOZÁSOK

A szervezeti kommunikáció és a képregénymédia találkozásának feltérképezése ugyan még egy jórészt el nem végzett feladat a kultúrákutatók számára, azonban az utóbbi pár évben mintha a képregénnyel foglalkozó szakirodalomban is gyakrabban

megjelenének a szervezeti kommunikációs dinamikákba illeszkedő alkotások, mint korábban, másrészt a szervezeti és üzleti kommunikáció elmélete és gyakorlata is felfedezni látszik a képregényt (a kérdéskörrel bővebben magyarul Maksa 2014), például a *Business Communication Quarterly* vagy az *Organization* folyóiratokban is találkozhatunk immár képregényekkel foglalkozó írásokkal (Short & Reeves 2009; Short et al. 2013, illetve Matanle et al. 2008).

Vannak olyan szervezeti kommunikációhoz köthető népszerűsítő kommunikációs helyzetek, amikor a forrásdiskurzusnak jogi-hivatali, vagy éppen menedzsmenttudományi szövegek tekinthetők. 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 tiznél több 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 csökkentse azt a távolságot, 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 stílu-

saival dolgoztak, addig az újabb kiadványok között találunk egy olyat is, egészségügyi témában (JD Morvan & Huang Jia Wei: *Infected*, 2011), amely keleti képregényes megoldásokat ötvöz a francia-belga bande dessinée eljárásaival. Képregényes szempontból erényük ezeknek a kiadványoknak, hogy a jogi-hivatali diskurzus nem telep-szik rá az elbeszélésre. Többnyire legfeljebb a kiadványok végén (esetleg elején) találunk olyan magyarázatokat, hivatkozásokat, amelyek nem feszítik szét a képregényes elbeszélés kereteit. E szervezeti kommunikációs kiadványok van, amikor tudományos ismeretterjesztőnek is tekinthetők, még akkor is így van ez, ha egyúttal politikailag is elkötelezettek. Olyan témák tárgyalása esetében mutatkozik ez meg, mint például a fenntartható fejlődés, a biogazdálkodás, az egészséges táplálkozás.

Menedzsment tankönyveket rajzoltak az észak-amerikai graphic novel műfajában – elsősorban az Y generáció számára (Short & Reeves 2009), az újabb nemzedéket célozva pedig a japán hivatalnokok világát bemutató ún. salaryman-manga (Matanle et al. 2008) tematikus elemeinek felhasználása kínál lehetőséget a tanácsadó jellegű karriermanga megalkotására. A University of Oklahoma menedzsmentképzésében kipróbált *Atlas Black: The Complete Adventure* című graphic novel a fejlődésregény műfaját ötvözi az egyetemi jegyzettel – képregényes közegben (Short, et al. 2011). Szintén egyfajta későmodern populáris fejlődésregény a *Johnny Bunk kalandjai* című karriermanga is, amelyben a címszereplő boldogulását egy különös mangatündér-karriertanácsadó segíti (Pink & Ten Pas 2011, az angol nyelvű eredeti *The Adventures of Johnny Bunko: The Last Career Guide You'll Ever Need* címmel 2008-ban jelent meg). Hogy nem maradt észrevétlen a magyar kiadás, az bizonyára köszönhető annak is, hogy egyrészt a HVG Könyvek között jelent meg, másrészt pedig a fordítója a magyarországi képregénykiadást és –kultúrát évtizedek óta meghatározó módon alakító Bayer Antal. Közvetlenül a szervezeti kommunikációs

gyakorlatban felhasznált alkotásról van szó, hiszen Johnny Bunk a kiadást támogató Magyar Telekom gyakornoki programjának emblémájává vált.

### KÉPREGÉNYES ISMERETTERJESZTÉS MAGYARORSZÁGON: LEHETŐSÉGEK ÉS JAVASLATOK

A magyarországi kínálatra tekintve elmondható, hogy 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-renchánzsa” 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 történelmi ismeretterjesztő kommunikációs dinamikába helyezhető, vállaltan szubjektivebb, önéletrajzólástól sem mentes graphic novelek: Art Spiegelman, Marjane Satrapi, Will Eisner művei. Különleges műfaj a képregényről szóló képregény, amely egyszerre tekinthető képregényes szakirodalomnak (ekként is hivatkoznak 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 jelzett, 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 politikátörténeti eseményeket személyes konfliktusok képeiben 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 színre viszi 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* szövegalkotó eljárásai – de a graphic novel inkább az Y generációba tartozó képregénykedvelők műfaja.

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 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 státusú „tudásterületek”, mint a hőstudomány (hérológia), az érzékenységtudomány (sensitivológia), az ufókutatás (ufológia), a politikatudomány (politológia), a reklámológia (pubológia) és gravitációtudomány (gravitológia). A francia-belga

bande dessinée Magyarországon viszont valószínűleg az X generáció képregényes anyanyelvét alakította leginkább.

A Z generáció képregényes tájékozódása felől nézve izgalmasabb lehet egy keleti típusú sorozat. A *No Starch Press* manga-kézikönyvei lényegében tankönyvek, amelyek egy-egy műszaki, természettudományos vagy matematikai kérdéskört mutatnak be ([www.nostarch.com/manga](http://www.nostarch.com/manga)). A sorozatban vannak általánosabb és specializált munkák is a relativitás-elmélettől a statisztikáig, a molekuláris biológiától a lineáris algebraig. Olyan manga-elbeszélésekről van szó, amelyek a mindennapi életből vett példákkal világítanak meg elsöre 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 valóságértelmezési problémáin keresztül, ugyanakkor ezen ironizálva mutatja be a kérdéskört. Az önmagát „geek entertainment” vállalkozásnak hirdető *No Starch Press* sorozata 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. Magyarországon is részben rajzolt képregényes és fotóregényes nyelvkönyveket használ a közoktatás és a nyelviskolák. Egyéb hibrid közegek is bevonhatóak volnának ismeretterjesztő dinamikába és a

„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.”

tudománykommunikációba: szórólapok, képregényplakátok, képregényes játékok. Mint ahogy az interaktivitást és játékoságot szintén magában hordozó webcomics is. Kiaknázható volna a képregényblogok magyarországi népszerűsége is.

A fentiekben felsorolt példákat és lehetőségeket áttekintve, valamint *A fiatalok kommunikációjának megismerése* alprojekt tapasztalatai alapján (Guld & Maksa 2013) is 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 manga, webcomics, képregényblog, valamint a képregény-játékok és képregényes kiállítások lehetnek érdekesek. A keleti típusú képregényhez kapcsolódó, a Z generációban sikeresnek tekinthető „részvételi” ismeretterjesztő aktivitás inspirálhatja a generációnak szóló tudománykommunikációt, egyúttal felül is írja az ismeretterjesztés hagyományos tömegkommunikációs modelljét.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

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*, Kyoto: International Manga Research Center, Kyoto Seika University. <http://imrc.jp/2010/09/26/20100924comics%20worlds%20and%20the%20world%20of%20comics.pdf> (letöltve: 2014. november 15.)

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 (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, Éric (2002), „Rapprocher l'Europe des citoyens, une nécessité? Analyse critique de la politique de communication des institutions

européennes”, *Recherches en communication*, 18, 199-221.

Dacheux, Éric (2009), „Introduction générale”, *Hermès*, 54 (*La bande dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 11-17.

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

Dunai Tamás (2012), „Keretek között: a képregény mint a Kádár-kor emlékeztetelye”, in: Dunai Tamás, Oláh Szabolcs & Sebestyén Attila (szerk.), *Kultpontok. Emlékeztetelyek a magyar populáris kultúrában*, Debrecen: Debreceni Függetemi Kiadó, 99-107.

Fastrez, Pierre & Champion, Baptiste (2009), „L'hybridation bd/jeu vidéo: émulsion impossible?” *Hermès*, 54 (*La bande dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 117-118.

Guld Ádám & Maksa Gyula (2013), *Fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata*, Kutatási jelentés: Támop-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016 Tudománykommunikáció a Z-generációnak című kutatás, Pécs: Pécsi Tudományegyetem. [www.zgeneracio.hu](http://www.zgeneracio.hu) (letöltve: 2014. november 15.)

Günce Demirhisar, Deniz & 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*, 3 Special Issue 2012. <http://www.newculturalfrontiers.org/from-collective-to-individualized-memory-in-the-age-of-globalization/> (letöltve: 2014. november 15.)

Herbez, Ariel (1996), *Affiche BD. Vingt-cinq ans de création genevoise*, Genève: Slatkine.

Herbez, Ariel (2005), *Exem à tout vent*, Genève/Paris: Agpi/Vertige Graphic.

Jalenges-Vigouroux, Béatrice & Espuny, Céline Pascual (2009), „Des bulles pour le développement durable”, *Hermès*, 54 (*La bande dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 133-139.

Kwami, Milton (2012), „Marguerite Abouet: Grande bédéiste ivoirienne de succès”, *Africa nouvelles*, 2012. Mai 30. <http://www.africanouvelles.com/africains-de-la-diaspora/communes-africaines/474-marguerite-abouet-grande-bedeiste-ivoirienne-de-succes.html> (letöltve: 2014. november 15.)

Lam, Peng Er (2011), „Le Japon en quête de „soft power”: attraction et limitation”, *Ina-expert e-dossier de l'audiovisuel: Asie, médias et soft power*, publié en septembre 2011. <http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-asic-medias-et-soft-power/>

le-japon-en-quete-de-soft-power-attraction-et-limitation.html (letöltve: 2014. november 15.)

Le Foulgoc, Aurélien (2009), *La BD de reportage: le cas Davodeau*, *Hermès*, 54 (*La bande dessinée. Art reconnu, média méconnu*), 83-90.

Losonczy Attila (2013), „A képregények az ismeretterjesztés szolgálatában”, *Könyv és Nevelés*, 15 1. [http://olvasas.opkm.hu/portal/felso\\_menusor/konyv\\_es\\_neveles/a\\_kepregenyek\\_az\\_ismeretterjesztos\\_szolgalataban](http://olvasas.opkm.hu/portal/felso_menusor/konyv_es_neveles/a_kepregenyek_az_ismeretterjesztos_szolgalataban) (letöltve: 2014. november 15.)

Maksa Gyula (2007), „Ismeretterjesztés és képregény”, *Médiakutató*, 8 1, 7-14.

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

Maksa Gyula (2014), „Az Európai Unió képregényeitől a karriermangáig. Néhány példa a képregénymédia és a szervezeti kommunikáció találkozására”, *Korunk*, 25 2, 53-58.

Matanle, Peter, McCann, Leon & Ashmore, Darren-Jon (2008), „Men Under Pressure. Representations of the 'Salaryman' and his Organization in Japanese Manga”, *Organization*, 15 5, 639-664.

Merino, Ana (2010), „Memory in Comics. Testimonial, Autobiographical and Historical Space in Maus”, *Transatlantica*, 1/2010. <http://transatlantica.revues.org/4941> (letöltve: 2014. november 15.)

Pink, Daniel H. & Ten Pas, Rob (2011), *Johnny Bunk kalandjai*, Budapest: HVG Kiadó Zrt.

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.

Short, Jeremy C., Bauer, Talya, Ketchen, Dave & Simon, Len (2011), *Atlas Black. The Complete Adventure*, Nyack, NY: Flat World Knowledge.

Short, Jeremy C. & Reeves, Terrie C. (2009), „The Graphic Novel: A „Cool” Format for Communicating to Generation Y.”, *Business Communication Quarterly*, 72 4, 414-430.

Short, Jeremy C., Randolph-Seng, Brandon & McKenny, Aaron F. (2013), „Graphic presentation: an empirical examination of the graphic novel approach to communicate business concepts”, *Business Communication Quarterly*, 76 3, 273-303.

Strömberg, Fredrik (2010), *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulation en images*, Paris: Eyrolles.

*Maksa Gyula, egyetemi adjunktus*

[maksa.gyula@pte.hu](mailto:maksa.gyula@pte.hu)

Pécsi Tudományegyetem,

Bölcsészettudományi Kar,

Társadalom- és Médiatudományi Intézet,

Kommunikáció- és

Médiatudományi Tanszék

### Comics Media and Possibilities of Dissemination of Knowledge

This study describes the relationship between comics media and dissemination of knowledge. Realized projects and possibilities of dissemination are demonstrated in this article. The media texts and communication projects of the popularisation of sciences deserve to be presented in the context of the dissemination in a wider sense. Some cultural transmission campaigns, civic education programs and organisational communication activities are included in this context.

*Gyula Maksa*