

A Lutra-jelenség

Kezdetben volt a futballvilágbajnokság Itáliában. Ekkor jelent meg nálunk először a matricákkal teleragasztható album, de erre nem igen figyeltünk fel, bizonyára a sportbarátok ügye maradt.

Aztán berobbant a piacra a környezetvédelmi WWF-album 1989-ben (a Pallas kiadásában). Valódi szükségletet elégített ki. Elsősorban tartalma, a képecskékre rajzolt, fényképezett hatalmas példatára. Érdekelte a gyerekeket is, s egybevágott a vásárlóerővel rendelkező szülői társadalom nevelési törekvéseivel is. (Feltételezésem szerint ez leginkább a fiatal értelmiségi-középosztálybeli, enyhén alternatív szülőcsoport.) Sőt többé-kevésbé az iskolák céljaival is találkozott. Mi több, utólag visszatekintve – oh, az idő okozta optikai csalódások! – az iskolák élete 1989-ben még annyira nyugodt lehetett, hogy akadt pedagógus, aki vállalkozott arra, hogy az iskolában szervezzen Lutra-album-mozgalmat. Tegyük hozzá, szerencsés volt a név, egycsapásra magyarította is az ügyet, a nemzetközi mozgalom koala-mackó védjegye mellé társtította Fekete István vidráját, a mi állatunkat. Letagadhatatlan, hogy a Lutra-játék költséges játék. Tibb mint 3000 forintot kellett beruháznia annak, aki minden képet összegyűjtött. A játékstruktúrába a fölös vásárlás is be van építve, hiszen a borítékban zsákbamacskaszerűen rejtőznek a matricák, olykor duplumok sorozata. A helyzetre két "magyaros" megoldás is született. Kialakultak a Lutra-klubok (tudok olyan alsó tagozatos gyerekről, aki életében először azért mert felsős gyereket megszólítani, mert matricát akart vele cserélni) s a "mozgalom" túlnőtt a gyerekvilágon is.

E sorok írójának megható élménye a WWF-album beküldési határidejét megelőző utolsó vasárnapról a budapesti Petőfi Csarnok előtti térről származik: százával gyülekeztek szülők, nagyszülők és gyerekek, vadidegenek csereberéltek, alkudoztak állatképekről – mialatt az életrealóbbak még a KGST-piacokra jártak. Valami kimondhatatlan játékszenvedély áradt ezekből az emberekből, még a szolidaritás is megtermett a ligeti padokon.

A másik "magyar" jellegzetesség: élelmes kiskereskedők persze ismét feltalálták a spanyolviaszt, kibontották a matricát, s némi felárral sorszámonként árusították. Bizonyára jó bolt volt. De jó bolt volt ez végül az emberiségnek, a képecskék fontos, jó üzemetek hírvivői voltak. A dolog didaktikája pedig: Kolumbusz tojása. Ha többször forgatom az album lapjait, hogy a megfelelő helyre illesszem a képecskét, többször találkozom, s meglehetősen aktív módon – a leírt, lerajzolt információval, a szóbanforgóval, meg keresés közben a többivel is, nagyobb esélyem van, hogy rögzítsem, tároljam őket. S – nem győzöm ismételni – csupa releváns létfonosságú ismeretről volt szó, a természeti környezet kincseiről és veszélyzónáiról! A gyerekeket érdeklő, izgató ismeretekről!

A Panini cég nyomán a Lutra Szerkesztőség (majd Lutra Kiadó) hamarosan újabb füzetet dobott a piacra. Állatok a ház körül címmel. (A magyar szöveget a híres állatbarát, Bálint Ágnes gondozta.) A tárgykörre még igazak az eddigiek, bár – hogy az album teljen – már sok kevésbé fontos információt is bele kellett írni. A fényképek mellett a grafika is megjelent, valljuk be, közepes színvonalú grafika. Az album harcos környezetvédő hangja valamelyest szellődött, kicsit édeskesőbb lett (nyilván a szélesedő vásárlóközönség vélt igényeit követve), érdeme ugyanakkor, hogy a természetismeret

mellett némi irodalom, film- és kultúrtörténet is megjelent (a világirodalom hírneves kutyái, macskái is kaptak egy-egy oldalt).

A Lutra étvágya nőtt. És jött a Barbie-album. Nem tagadom, hogy a Barbie-család életén át is lehet némi családi kultúrát szocializálni. De alighanem kár magunkat áltatni. A Barbie-albumot a piac törvényei hozták létre. Nem ismerem a forgalmát, de sejtethetem, hogy a vásárlóközönség is átstrukturálódott. A fiúk valamivel jobban jártak. Számukra a Sebesség című albumot adta ki a szerkesztőség: az autók csodálói dúskálhattak a képekben. De itt is az a benyomásom, hogy a képek és az információk mennyisége (360 képet kell gyűjteni – a kiadónak nyilván így éri meg) az áttekinthetőség, a kedvvel forgatás rovására megy.

Időközben új cég, szintén licence-t vásárolva jelent meg a matrica-piacon. A Kosuth Kiadó és a Táltos Kiadó olasz minta nyomán a Cuccioli-sorozatot adta ki. Két füzet van forgalomban. Ők is a bevált recepttel kezdtek: ha gyerek, akkor állatkép! Új közönséget kerestek, a gyűjtögető kiskamasz megmaradt zsebpénzében már nem bíztak, egy korosztállyal lejjebb vitték a megcélzott "olvasó" réteget. Ennek megfelelően nem a dokumentarizmus, hanem a grafika, nem a non-fiction, hanem egy majdnem antropomorfizáló állatfelfogás jelent meg az albumban. Azt hiszem, hogy hiába. Ez a korosztály elunja a gyűjtést, az eredeti aktivizáló funkció (amai bizonyos didaktikai "Kolumbusz tojása") az ő esetükben nem, vagy alig érvényesül. Hiába kvázi-meszeszerűbbek (szebben mondva: gúgyogósebbek) a kisérő szövegek, ill – szerintem legalábbis – tartalom és forma ellentmondása okoz zavart.

Az idén nyáron megint újabb cég kiadványa jelent meg az újságosoknál. S magára vont a már-már lankadó matricagyűjtők figyelmét. Azt hiszem, zseniális ötlettel fogja maradék pénzünket kicsalni a zsebünkből. A matricagyűjtést ők kiskamaszok korosztályának, a legizgalmasabb kérdéséről ad információkat: a földtani és az élettani őstörténetről, a "hogyan keletkezett?" kérdéséről, sokféleképpen, érdekesen, színesen. Ez a Dino-album. (Promital Kft – így azonosítom kolofon híján elég nehezen – a nemzetközi anyag magyar kiadóját (forgalmazóját?).

Marketing-szempontról már csak egy izgalmas kérdés maradt: egy kiskamasz életébe, egy család életébe hány album fér bele? Vagy egyszerre nő majd ki belőle nemcsak egy nemzedék, hanem az ország is? S új divatok vonják magukra a figyelmet az ismeretterjesztés-piacon? Amíg hasznos, jó ismeretről és érdekes, cselekedtető közlésmódról van szó, addig – ígérem – megpróbáljuk állni a versenyt. Akár a 91-es nyár másik divatja, az Eskimo-fagylalt rovására is.

TRENCSENYI LÁSZLÓ