

SEPTEMPUNCTATA

Tanulmányok
Petrőczi Éva
hatvanadik születésnapjára

Szerkesztette
PÉNZES TIBORC SZABOLCS

rec.iti
Budapest • 2011

A borítón látható kép a www.wordle.net segítségével készült.

© Szerzők, 2011.

Kiadja a *rec.iti*, az MTA Irodalomtudományi Intézetének recenziós portálja
<http://rec.iti.mta.hu/rec.iti>

A reformáció nyilvánosságának multimediális modellje

A reformáció következő kerek évfordulójának közeledtével, minden bizonnyal újra fellángol majd a vita akörül, hogy a 95 tételt kifüggesztése megtörtént-e valójában, és ha igen, milyen körülmények között. Számos történész mellett Erwin Iserloh¹ is meglehetősen meggyőző érveket sorakoztatott föl híres-hírhedt tanulmányában amellet, hogy a történet klasszikus verziója, amely szerint Luther 1517. október 31-én saját kezűleg szögezte volna ki téziseit a wittenbergi vártemplom kapujára, gyakorlatilag egyetlen elemében sem áll meg.

Miközben a vita perdöntő bizonyítékok hiányában egyelőre eldönthetetlennek tűnik, megnyugtató egyetértés mutatkozik ateintetben, hogy Luther, legkésőbb az 1518 utáni időszaktól kezdődően, a korabeli médiumok sajátosságait kortársainál jobban szem előtt tartva dolgozta ki „kommunikációs stratégiáját”. Rhodes és Sawday felteszi a kérdést: „Vajon a 95 tétel [valószínűleg Luthertől független] kinyomtatásának (translated into print) tapasztalata megtanította-e Luthert valami alapvetőre annak a lehetőségéről, hogy egy skolasztikus disputát hogyan fordítson át egy véget nem érő nyilvános vitává?”² „Elhátároztam – írja Luther Scheurl-nak írt levelében – hogy kiadok egy könyvet a búcsú hasznáról és káráról... mert nincs tovább kétségem afelől, hogy az embereket megtévesztették.”³ Luther megoldása tehát egy könyv, amelynek kiadásával úgy próbálja visszaszerezni a kommunikáció irányítását, hogy többé már nem egy szűk tudósközösség, hanem a széles közönség számára címzi üzenetét. Egyet kell értenünk Rhodes és Sawday értékelésével, miszerint ezt a gesztust akár úgy is értelmezhetjük: „Luther megértette, hogy a nyilvánosságot nem annyira a saját szavai, mint inkább maga a médium teremtette meg; a nyilvánosság eléréséhez az üzenet célba juttatásának (addressing) új módszereit kell kidolgoznia.”⁴ Luther újítása, amely nagyban hozzájárult a „papíralapú világ” kialakulásához, egy olyan könyv volt, amely a címe alapján manapság aligha elégtene ki tömeges olvasói igényeket. *A prédikáció a búcsúról és kegyelemről* alig

¹ Erwin ISERLOH, *Luthers Thesenanschlag Tatsache oder Legende*, Wiesbaden, Franz Steiner Verlag, 1962. – Angolul és bővített formában: Erwin ISERLOH, *The Theses Were Not Posted*, Toronto, Saunders of Toronto, 1966.

² Neil RHODES, Jonathan SAWDAY, *The Renaissance Computer*, London, Routledge, 2000, 6.

³ *Martin Luther*, ed. E. G. RUPP, Benjamin DREWERY, London, Edward Arnold, 1971, 25.

⁴ „Luther has understood that the medium, as much as his own words, had created an audience, and new ways of addressing that audience now had to be invented. Luther’s invention, his great contribution to the paperworld, was a book whose title (now) would hardly be calculated to appeal to a mass readership.” RHODES, SAWDAY, *i. m.*, 6.

három év alatt 23 kiadást élt meg, hatása nem csupán az olvasókra, de a könyvnyomtatás további fejlődésére is rendkívüli volt. Ezt az első bestsellert – amint Edwards fogalmaz – hamarosan számos rövid, németnyelvű és kifejezetten a laikusoknak szánt prédikáció és más vallásos irat követte. A könnyen kezelhető formátumban kiadott, olcsón előállítható és olcsón megvásárolható kiadványokat az olvasók kézről-kézre adták, így a valódi olvasók száma akár az adott példányszám többszöröse is lehetett. Edwards kiemeli: „Az olvasóközönség olyan mohón kereste ezeket a kiadványokat, amire a nyomtatás rövid történetében addig nem volt példa... A nyomdák versengtek azért, ki tudja gyorsabban piacra dobni »Martin Luther Agustian«, illetve amint egyre híresebbé vált, egyszerűen csak »M. L. A.« egy-egy új művét.”⁵

Könyvnyomtatás és reformáció összekapcsolhatósága Pettegree szerint egy folyamatosan újra felfedezett tudományos közhely,⁶ Edwards azonban arra utal,⁷ jogosak lehetnek azok a kétségek is, amelyek azt hangsúlyozzák, az olvasni tudás rendkívül alacsony arányából adódóan ebben a folyamatban, amit akár a nyugati világ első tömeges médiakampányaként⁸ is definiálhatunk, a könyvnyomtatás szerepét gyakran eltúlozzák.⁹ Edwards szerint az olvasni tudás a németnyelvű területeken a 16. század elején 5%-ra becsülhető. Bár a városokban ez az arány a 30%-ot is elérhette, maga a városi lakosság létszáma nem haladta meg a teljes birodalom népességének 10%-át. Másképpen fogalmazva, a latinul tudók kisebbségben voltak az olvasni tudókhöz képest, az olvasni tudók kisebbségben voltak a városokban, a városban élők pedig kisebbségben voltak a birodalom egészéhez képest.¹⁰

A helyzetet tovább bonyolítja, hogy könyvnyomtatás és reformáció viszonyát illetően az 1980-as évektől kezdődően a legradikálisabb állásfoglalások is napvilágot láttak. Miközben a legtöbb szerző, így például Pettegree¹¹ is, pusztán a reformáció *gyors sikerét* teszi a könyvnyomtatástól függővé,¹² Bernd

⁵ Mark U. EDWARDS, *Printing, Propaganda and Martin Luther*, Minneapolis, Fortress Press, 2005, 163–164.

⁶ Andrew PETTEGREE, *The Reformation World*, New York, Routledge, 2000, 111.

⁷ EDWARDS, *i. m.*, 37.

⁸ Edwards rendszeresen használja a „first Western mass media campaign” szerkezetet. Vö.: *Uo.*, 37.

⁹ Ezt sugallja A. G. Dickens sokat idézett megjegyzése, miszerint „The reformation was an urban event”, Dickens úgy látja, kizárólag a városokban volt olyan arányú olvasóközönség, amelyre a könyvek érdemi hatást tudtak gyakorolni. A. G. DICKENS, *The German Nation and Martin Luther*, London, Edward Arnold, 1974, 186.

¹⁰ EDWARDS, *i. m.*, 38.

¹¹ „Minden oldal elismeri a teológiai viták és a széleskörű társadalmi kritika eszközeként a nyomtatott médium hatékonyságát.” Andrew PETTEGREE, *Books, Pamphlets and Polemic = The Reformation World*, ed. A. P., New York, Routledge, 2000, 111.

¹² Például: „A reformáció mozgalmanak sikere nem lett volna lehetséges anélkül az új lehetőség nélkül, amit a mozgatható betűkkel ellátott könyvnyomtatás kínált.” Holger FLACHMAN, *Martin*

Moeller egyenesen az egész reformációt a könyvnyomtatástól eredezteti: „Ohne Buchdruck, keine Reformation”.¹³ Nem segíti a tisztánlátást az sem, hogy szakirodalom két különböző nézőpontból közelít a kérdéshez (amely nyilvánvalóan a különböző kérdézési érdekeltségeknek feleltethető meg), az egyik a könyvnyomtatás elterjedésében hangsúlyozza a reformáció robbanásszerű elterjedését. A két tényező láthatóan feltételezi egymást, így mielőtt megkísérelnénk akár csak véleményt formálni is a kérdésben, célszerű lehet a legújabb kutatási adatokat (akár számszerűen is) megvizsgálni. Itt jegyzendő meg, hogy ezek a leírások, akár a könyvnyomtatás reformációra, akár a reformáció könyvnyomtatásra tett hatását hangsúlyozzák, elsősorban szociológiai, történelmi viszonyként írják le ezt a kölcsönhatást, és gyakran nem számolnak a kommunikáció- vagy médiaelméleti aspektusokkal.

Az olyan paradigmátikus technikai változások, mint a mozgatható nyomóelemes könyvnyomtatás elterjedése, nem mindig magyarázhatók pusztán az új technika alkalmasságával, gyakran meg kell küzdeniük a régebbi technológiához való hozzászokással is. A médiatörténetben gyakran hivatkozott (ám bizonytalan hitelességű) történet szerint például, a jelenleg is mindenki által használt írógépes, számítógépes klaviatúrák úgynevezett QWERTY billentyűzetkiosztását (amely az angol billentyűzetek felső betűsorának első hat betűjéről kapta a nevét) kifejezetten azzal a céllal fejlesztette ki egy Mrs. L. V. Longley nevű gépíró, hogy a betűkarok összeragadását megelőző, lelassítsa a gépelést. Ebből adódóan a QWERTY-billentyűzetet a betűk gyakorisága szempontjából nem hogy nem a legoptimálisabb, hanem éppenséggel a legkevésbé ergonomikus elrendezésben találjuk a betűket. A QWERTY sikerén az sem változtatott, hogy miután a betűkarok összeragadásának problémáját technikailag megoldották, August Dvorak (már 1936-ban) az angol nyelv hanggyakoriságának megfelelő billentyűkiosztást tervezett: Dvorak kétségkívül kényelmesebb, alkalmasabb megoldása sohasem terjedt el. Mindez pedig arra mutat rá, hogy nem elegendő, ha egy technológia pusztán alkalmasabb egy másiknál: vagy elementáris hatékonysággal kell kielégítenie egy már létező igényt, vagy neki magának kell megteremtenie saját piacát.¹⁴ Talán nem korai

Luther und das Buch: Eine historische Studie zur Bedeutung des Buches im Handeln und Denken des Reformators, Tübingen, Mohr Siebeck, 1996, 175.

¹³ Bernd MOELLER, *Stadt und Buch = Stadtbürgertum und Adel in der Reformation Studien zur Sozialgeschichte der Reformation in England und Deutschland*, Hrsg. J. MOMMSEN, Stuttgart, Veröffentlichungen des Deutschen Historischen Instituts London, 1979, 30. Lásd még: Bernd MOELLER, *Flugschriften der Reformationszeit*, Theologische Realenzyklopädie, Bd. 11, Berlin–New York 1983.; Bernd MOELLER *Die frühe Reformation als Kommunikationsprozess = Kirche und Gesellschaft im Heiligen Römischen Reich des 15. und 16. Jahrhunderts*, Hrsg. Hartmut BOOCKMANN, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1994 (Abhandlungen der Akademie der Wissenschaften in Göttingen: Philologisch-Historische Klasse, 3), 148–164.

¹⁴ Galántai Zoltán számos hasonló példát hoz a számítástechnika területéről: A jelenlegi Neumann-élvű számítógépek központosított felépítéséről például úgy véli: „Elvileg megehetnénk, hogy

előrevetítenünk, reformáció és mozgatható nyomóelemes könyvnyomtatás összekapcsolódása ilyen, egyszerre „igénykielégítő”, egyszerre piacteremtő szimbiózisként írható le.

A könyvészettörténeti adatok ugyanis minden kétséget kizáróan bizonyítják, a reformációval egy időben megváltoztak a könyv fizikai jellemzői. Az alacsonyabb árak lényegesen nagyobb elérhetőséget tettek lehetővé: a könyvek fizikailag is kisebbek és lényegesen rövidebbek lettek, Andrew Pettegree adatai alapján az 1518–1544-ig terjedő időszakban a „könyvek” alig fele haladta meg az egy ív terjedelmet, a német kis quattro (negyedré) röpiratok pedig csak elvétve tartalmaztak 30 oldalnál hosszabb szöveget.¹⁵ (Könyv és röpirat azonosítása – amint arra a később idézendő Faulstich felhívja a figyelmet – problematikus lehet.) A nyomdák robbanásszerű elterjedése is összefüggésbe hozható a reformációval. Wittenbergben például 1519-ig mindössze egy nyomda működött (Luther ezért számos iratát Lipszében nyomtattatta ki), 1521–1529 között azonban (nyilvánvalóan a Luther művet kísérő hatalmas érdeklődéstől sem függetlenül) kilenc új nyomdász alapított üzletet a városban. Néhány évtizeddel később hasonló folyamat játszódott le a kálvinista Genfben is: míg 1533–1540 között mindössze 42 kiadványt publikáltak, alig egy évtizeddel Kálvin megérkezése után (1550–1564 közt) már nem kevesebb, mint 527 kiadvány jelenik meg, és 40 különböző nyomda működik a városban.¹⁶ A század közepére Köln és néhány kisebb nyomda (Drezda, Mainz, Ingolstadt) kivételével a német nyelvű területek szinte valamennyi nyomdája (Wittenberg, Nürnberg, Erfurt, Lipcse, Strassburg, Basel) kizárólag a reformáció szellemiségét tükröző műveket jelentetett meg.¹⁷ A kortársak is az evidencia értelmében kapcsolták össze a reformációt a nyomtatással: I. Ferenc francia király például – a birodalmának keleti határáról érkező protestáns államok és városok hatását ellensúlyozandó –

egyszerre több (nyolc, tizenkét vagy tízezer) csatornán mozgatjuk az adatokat ugyanennyi központi egység felé, s ekkor a következő adatnak nem kellene addig várnia, amíg az előzővel végez a gép – ez lenne az ún. párhuzamos felépítésű komputer. Daniel Hillis, az egyik első és minden bizonnyal legismertebb ilyen számítógép, a Connection Machine megalkotója például úgy véli, hogy ennek a számítógép-iparban elterjedt és mai szemmel nézve végtelenül ésszerűtlen, központosító megoldásnak történeti okai vannak: szerinte az első elektromos számítógépek megjelenésekor a központi egység viszonylag drága és viszonylag gyors volt, míg a memória lassú és olcsó, és így a lehető leglogikusabbnak tűnt annyira kihasználni a [kezdetben központi egységként szolgáló] drága vákuumcsövet, amennyire csak lehet”. GALÁNTAI Zoltán, *A komputációs szörnyeteg*, Beszélő, 1999/7-8, 190.

¹⁵ Vö.: PETTEGREE, *Books...*, i. m., 111.; Tessa WATT, *Cheap Print and Popular Piety, 1550–1640*, New York, Cambridge University Press, 1991, 3–7.

¹⁶ Vö.: Lucien FEBRE, Henri-Jean MARTIN, *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450–1800*, transl. David GERARD, London, Verso, 1997 (Verso Classics), 193.

¹⁷ Vö.: BORSA Gedeon, *Általános nyomdászattörténet XVI. század = Régi könyvek és kéziratok*, szerk. PINTÉR Márta, Bp., Népművelési Propaganda Iroda, 1974, 77.; További adatok: EDWARDS, i. m., 24–32.

bármilyen nyomdai tevékenységet halálbüntetéssel tiltott.¹⁸ Edwards arra is utal, hogy bár nem látszik világosan, a nyomdák túlnyomó többsége miért állt a reformáció oldalára, lévén profitorientált vállalkozások, hosszú ideig nyilvánvalóan nem tarthattak ki anyagi érdekeikkel szemben, ez pedig legalábbis a nyomdák számával megegyező ütemben növekvő olvasóközönséget feltételez.¹⁹

Az adatokból az is világosan látszik, a példányszámok drasztikus megemelkedése egyértelműen Luther fellépésével hozható összefüggésbe: 1520–1540 között 1500–1520-hoz képest megháromszorozódott a németül kiadott könyvek száma. Minden kétséget kizáróan Luther hatását mutatja, hogy az 1518–1525 között kiadott összes német nyelvű könyv több mint egyharmadának Luther a szerzője.²⁰ 1516 és 1546 közt (a Bibliát leszámítva) 3183 különböző kiadás született Luther műveiből, jelentős részük (2645) németül.²¹ Ha itt visszautalunk Edwards azon megfigyelésére, miszerint a Martin Luther Agustian, az „M. L. A.” brand önmagában is elég volt a könyv eladásához, egyetérthetünk Benedict Andersonnal, aki szerint „minden valószínűség szerint Luther volt az első ismert bestseller szerző, más oldalról szemlélve pedig, ő volt az első szerző, aki pusztán a nevére alapozva új könyveit is ki tudta adni.”²² Nyilvánvalóan nem lehet eléggé hangsúlyozni a német nyelvű kiadványok fontosságát sem, amelynek köztudottan szintén vannak vallási vonatkozásai: míg a reformáció szellemében született könyvek a reformáció elterjedése szempontjából kritikus 1518–1524 közötti időszakban²³ mintegy 75–80, a katólikus iratoknak alig 40%-a íródott németül.²⁴

A fentiek összegzésképpen elmondható, hogy a reformáció az újonnan kialakuló protestáns nyomdahalózat együttműködése olcsó, a széles közönség számára elérhető és a korábbiakhoz képest lényegesen magasabb példányszámú kiadásokat eredményezett, amely hamarosan új olvasóközönséget teremtett.²⁵ A nemzeti nyelv használatával pedig olyan réteget is képes volt elérni (kereskedőket, esetleg nőket), akik nem beszéltek latinul. Míközben azonban az a tény, hogy a „szerző”, az „olvasóközönség”, a „bestseller”, a „tömeges olvasóbázis”

¹⁸ Benedict ANDERSON, *The Origins of National Consciousness = Media in Global Context: A Reader*, eds. Annabelle SREBERNY-MOHAMMADI, Dwayne WINSECK, Jim MCKENNA, Oliver BOYD-BARRET, London, Arnold, 1997, 61.

¹⁹ EDWARDS, *i. m.*, 40.

²⁰ Vö.: ANDERSON, *i. m.*, 61.

²¹ Vö.: EDWARDS, *i. m.*, 18–19.

²² ANDERSON, *i. m.*, 61.

²³ Edwards a röpiratok megjelenési adataiból azt a következtetést vonja le, hogy az 1518–1524 közötti időszakot egy tudatos médiakampány intenzív szakaszának kell tekintenünk.

²⁴ Vö.: EDWARDS, *i. m.*, 39.

²⁵ Vö.: Michael GIESECKE, *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit: Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1991.

(„mass readership”) fogalmai (történetileg) összefüggnek reformáció történetével, kétségkívül a könyvnyomtatás fontosságára irányítja figyelmet, továbbra is nyitva maradt az a kérdés, egy olyan időszakban, amikor az írni-olvasni tudás alig 5%-os, a nyomtatott könyvek sikere önmagában magyarázhatja-e a reformáció sikerét. (Megfigyelhető némi ellentmondás abban is, hogy a reformációnak a fenti logika alapján egy olyan közönséget kéne megszólítania, amely még nem létezik, hiszen éppen ő teremti meg.)

Igazat kell-e adnunk ezek alapján Dickensnek, és meg kell-e állapítanunk, hogy a reformáció (és Luther médiakampánya) az eddig sejtettnél jóval kisebb közönséget ért el? Miközben Scribner és Edwards is azt sugallja, hogy a könyvnyomtatás meghatározó, de nem az egyedüli fegyvere volt a reformáció médiakampányának, Faulstich *Medien zwischen Herrschaft und Revolte*²⁶ című nagyszabású összefoglaló munkájának reformációval foglalkozó fejezete a „reformáció médiumainak” részletes és kimerítő kategorizálását adja: a nyomtatott könyv szerepének hangsúlyozása mellett kiemeli, a reformáció terjedésében, „a nyugati világ első tömeges médiakampányában” a prédikáció, a levél, a Flugblatt (röplap), a Flugschrift (röpirat), a színház²⁷ valamint az egyházi ének is rendkívül fontos szerepet játszott.

Faulstich a reformáció egyik alapvető médiumának a prédikációt tekinti. Érvelése szerint Luther és általában a protestáns prédikációs gyakorlat azáltal, hogy a hagyományokkal ellentétben a Szentírásra koncentrált, és elsősorban az írásmagyarázatot, az exegézist helyezi a középpontba, lényegében magát a prédikátort is (az Isten szava és a közönség közti) „Menschmedium”-ként teszi meghatározhatóvá. Ez a hangsúlyeltolódás természetesen magát a rítust sem hagyta érintetlenül, az istentiszteletek során a korábban tapasztaltakhoz képest központi szerephez jut a prédikáció, amely mint köztudott, a retorikai hagyományra is meghatározó hatást gyakorolt. Faulstich úgy látja, a protestáns prédikációk a korábbiaknál jóval szorosabban kötődtek a nyomtatáshoz: „Aus medienhistorischer Sicht entscheidend für die Bedeutung des Predigers während der Reformation war der von ihr geschaffene und programmatisch genutzte integrative Verbund des alten Menschmediums Prediger mit dem Buch nicht mehr als Schreib-, sondern als Druckmedium, generell mit allen neuen Druckmedien.”²⁸

A röplap (Flugblatt) a 16. század elején elsődlegesen reklámfunkciót látott el (vándorló orvosok, kuruzslók, mutatványosok hirdették röplapon keresztül szolgáltatásaikat), a reformáció azonban – a hagyományos informatív funkció háttérbe szorítva és mindenek előtt az érzelmi hatásra koncentrálván, elsősorban

²⁶ Werner FAULSTICH, *Medien zwischen Herrschaft und Revolte: Die Medienkultur der frühen Neuzeit 1400–1700*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 1998, 143–181.

²⁷ Mivel az iskoladrámáknak a reformáció terjesztésében maga Faulstich is csekély szerepet tulajdonít, részletesen nem vizsgáljuk.

²⁸ Vö.: FAULSTICH, *i. m.*, 144–149.

propagandacélokra használta. A röplap ebből adódóan egyre kevesebb verbális és egyre több képi elemet tartalmazott, így – érvel Faulstich – nem egyszerűen különálló műfajnak, de önálló médiumnak is tekinthető, egy különálló szövegkonstrukciónak, amely más szövegformáktól jól megkülönböztethető sajátos funkciót látott el.²⁹ A német médiatudós szerint a levelek is lényegesen szélesebb közönséget érthettek el, mint ahogy az a mai horizontból tűnhet. Nem volt ritka, hogy a „privát leveleket” később sokszorosították: Luther pedig ekkor már számolt ezzel a lehetőséggel és gyakran tudatosan németül írt azokban a levelekben, amelyeket valamiféle szélesebb közönségnek szánt,³⁰ így azok funkciójukban inkább a mai körlevélre – illetve Nikisch megfogalmazásában – a nyílt levélre emlékeztetnek.³¹

Bizonyos szempontból problémásabb lehet a röpirat meghatározása, amelyre a szakirodalom gyakran afféle rövid könyvként, illetve az újságok elődjeként tekint. A röpirat azonban nem csupán a hihetetlenül magas példányszámok okán, (Olaf Mörke adatai szerint 1517–1524 között 2400 különböző röpiratot nyomtattak ki, összesen 2,4 millió példányban³²) de „reformáció-specifikus” használata miatt is (1500 és 1530 között az összes röpirat 95%-a teológiai témájú volt³³) a reformáció egyik legfontosabb médiumának tekinthető. A klasszikus meghatározás szerint a röpirat önálló tömegkommunikációs eszköz, olyan nem rendszeresen megjelenő nyomtatott irat, amely több lapból áll, csak szöveget tartalmaz, a lehető legnagyobb nyilvánossághoz szól, és elsősorban agitatív funkciót lát el. Faulstich azt feltételezi, a reformáció által használt röpirat történetileg a prédikáció és körlevél funkcióit is magában hordozza, így a röpirat olvasója (térben is) elszakadhatott a liturgikus eseményektől, ezáltal a reformáció korának nyilvánossága először vált függetlenné az oralitástól: „Mit dem Medium Flugschrift deutet sich ein neuer Typus von Öffentlichkeit an.”³⁴ („A röpirat médiuma a nyilvánosság új típusának tekinthető.”)

A templomi énekek anyanyelvre való lefordításával, valamint a német népdalgyományra építkező új, népszerű dallamokból adódóan a reformációban az énekes is a prédikátoréhoz hasonló hordozó funkciót kapott. A megújuló templomi közös éneklés azáltal játszott szerepet a felekezeti identitás erősítésében, hogy valójában nem az egyedi énekest, hanem a hívők együtt éneklő közösségét tette médiummá. Természetesen a reformáció templomi

²⁹ Vö.: *Uo.*, 152–156.

³⁰ Vö.: *Uo.*, 150.

³¹ Reinhard M. G. NIKISCH, *Brief*, Stuttgart, Reclam Verlag, 1991, 36.

³² Olaf MÖRKE, *Die Reformation: Voraussetzungen und Durchsetzung*, Oldenburg, Wissenschaftsverlag, 1988, 131.

³³ Hans-Joachim KÖHLER, *Erste Schritte zu einem Meinungsprofil der frühen Reformationszeit = Martin Luther: Probleme seiner Zeit*, Hrsg. Dieter STIEVERMANN, Stuttgart, Volker Press, 1986, 298.

³⁴ FAULSTICH, *i. m.*, 161.

éneklése is hamarosan összefonódott a nyomtatással, a rendkívül népszerű énekeskönyvek kiadása a liturgia egységesítését is nagyban elősegítette.³⁵

Míg Faulstich a misztériumjátékokat tekinti az utolsó fontos médiumnak, talán ezen a ponton érdemes egy rövid kitérőt tennünk a Bob Scribner által kissé pontatlanul „Fastnacht”-ként vagy „carnival”-ként megnevezett jelenség felé, amely Scribner szerint szintén a reformációval szorosan összekapcsolható tömegmédiumnak tekinthető.³⁶ (A Scribner által leírt események jelenős része nem kapcsolódik közvetlenül a Fastnachthoz, a nagyböjt előtti időszakhoz, ezért magyarul – a kifejezés bahtyini értelmezésétől sem idegenül³⁷ – karnevál terminust használhatjuk.) Az első a reformációval kapcsolatba hozható „karnevál” 1520. december 20-ára tehető: ugyanaznap délutánján, amelynek reggelén Luther a nyilvánosan elégette az őt elítélő pápai bullát, valamint a kánonjogot tartalmazó könyveket, a wittenbergi diákok sajátos karneváli jelenetben szimbolikusan megismételték az aktust. Scribner részletesen leírja az eseményeket: a diákok egy szekér tetejére csónakot eszkábáltak, amelyre vitorla gyanánt egy hatalmas pápai bullát feszítettek. Egyikük szekérhajtónak, egy másik kürtösnek, többen tudósnak vagy zenésznek öltöztek (utóbbiak zenebonával kísérték az aktust). A kürtös egy utólag gyártott pápai bullát tartott a kardjára tűzve, egy másik bullamásolatot pedig botokkal ütlegeltek. A vidám menet a beszámolók szerint rendkívüli tetszést aratott a városban. A többi diák eközben Luther ellenfeleinek könyveit, valamint tűzifát hordott a csónakba, amit végül énekszó kíséretében a Luther által reggel rakott máglyán égettek el. Miközben az olyan szemantikailag telített gesztusok, mint a hajóépítés korabeli értelmezésének meghatározása korántsem egyszerű feladat, a mai horizontból is megítélhetőnek tűnik, a karnevál elsődleges célja az volt, hogy Luther csak szűk kör számára ismert tettét egy látványos akció keretében, annak minden lényegesnek tartott elemét (akár a szó szoros értelmében is) fölnagyítva (fölnagyított bulla, hatalmas máglya stb.) a lehető legszélesebb közönség előtt ismétlje meg. Ugyanakkor az, hogy karneváli égetés fizikailag is a Luther által rakott máglyán történik (akár a konkrét cselekvésre vonatkoztatva is), követendő példaként szituálja a bulla elégetését. A következő évek általában spontán, Róma-ellenes karneváljai többször torkolltak képrombolásba (például 1529 februárjában, Baselben), és nem szűkölködtek az olyan bizarr momentumokban sem, mint amikor 1521 februárjában, szintén Wittenbergben egy pápának öltözött alakot és kísérőit hurcoltak ki a piactérre, ahol a helyiek ürülékkel dobálták őket. Általánosságban elmondható, hogy a karnevál néhány kivételtől eltekintve valódi (egyházi) ünnepekhez kapcsolódik, az eseményt valamiféle jelmez színjáték kíséri, és általában diákok, gyakran gyerekek vesznek rajta részt. Azt is érdemes

³⁵ Vö.: *Uo.*, 164–173.

³⁶ BOB SCRIBNER, *Reformation, Carnival and the World Turned Upside-Down*, *Social History*, 1978/3, 303–329.

³⁷ Vö.: SZILÁRD LÉNA, *A karnevál-elmélet: V. Ivanovtól M. Bahtyinigig*, Bp., Tankönyvkiadó, 1989.

megjegyeznünk, hogy a hatóságok, ha megakadályozni nem is mindig tudják, a legtöbb esetben elítélik a randalírozást. A fentiek fényében kissé meglepő Scribner megállapítása: „I want to consider this process as a form of communication, to regard carnival as an »alternative mass medium«.”³⁸ A karnevál ebben a felfogásban olyan „alternatív tömegmédiúmként”, beszédesebb kifejezéssel élve, ellendiskurzusként mutatkozik meg, amely egyfelől máshol nem kommunikálható szölamoknak is teret enged, másfelől olyan beszélők is szóhoz jutnak benne, akik más formában ezt nem tehetnék meg, miközben – érvel Scribner – az így értett karnevál teljes mértékben megfelel Zygmunt Baumann tömegmédiúm-fogalmának: ugyanazt az információt juttatja el ugyanabban az időpillanatban sok emberhez, semmilyen módon nem differenciál a címzettek között, egyirányú, világosan és nagy hatékonysággal juttatja el az üzenetet.³⁹

A fentieket figyelembe véve egyet kell értenünk Rainer Wohlfeil sokat idézet megállapításával: „Ezek a kommunikációs megnyilvánulások már nem tekinthetők »különálló közlésfolyamatoknak« (sektorale Mitteilungsprozesse) sokkal inkább egy olyan temporálisan indexált médiarendszernek, amit a »reformáció nyilvánosságaként« (reformatorische Öffentlichkeit) határozhatunk meg.”⁴⁰ A több médium összekapcsolódásának fontosságát Faulstich is kiemeli, amikor úgy véli, a reformáció tudatosan, programszerűen használta az emberi hordozót, ezt azonban folyamatosan hozzáigazította, később pedig alá is rendelte a modernebb nyomtatott hordozóknak.⁴¹ A faulstich-i modell, láthatjuk, a korábbi modelleknél érzékenyebben, precízebben képes meghatározni a nyomtatásnak a reformáció terjesztésében betöltött funkcióját, amelyet lényegében egy multimedialís, a különböző befogadói igényeket szem előtt tartó, befogadó-specifikus, a különböző befogadókat „személyre szabott” médiumokkal elérő kampány egyik döntő elemének tekint.

³⁸ SCRIBNER, *i. m.*, 322.

³⁹ *Uo.*, 322–323.

⁴⁰ Rainer WOHLFEIL, *Einführung in die Geschichte der deutschen Reformation*, München, Beck, 1982, 123. – Lásd még: Rainer WOHLFEIL, *Reformatorische Öffentlichkeit = Literatur und Laienbildung im Spätmittelalter und in der Reformationszeit: Symposium Wolfenbüttel 1981*, Hrsg. Ludger GRENZMANN, Karl STACKMANN, Stuttgart, Metzler, 1984 (Germanistische Symposien: Berichtsbände, 5). – A fogalmat részletesen tárgyalja: Holger FLACHMAN, *Martin Luther und das Buch: Eine historische Studie zur Bedeutung des Buches im Handeln und Denken des Reformators*, Tübingen, Mohr, 1996 (Spätmittelalter und Reformation, 8), 174.

⁴¹ „Der reformatorische Medienverbund war demnach gekennzeichnet von einer programmatischen Nutzung der »alten« Menschmedien und ihrer Refunktionalisierung, Unterordnung und letztlich Eliminierung zugunsten der »neuen« Druckmedien.” FAULSTICH, *i. m.*, 177.