

Algoritmikus verselés

Az instaköltészet helyzetéről és megítéléséről

Lezárás dátuma: 2022. 09. 13.

Jelige: SGJ971

Tartalomjegyzék

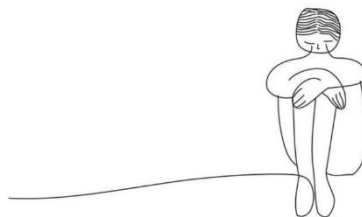
1. Bevezetés.....	1
1.1. A témaválasztás relevanciája.....	2
1.2. Kutatási kérdések, hipotézisek	2
1.3. A dolgozat felépítése	3
2. Elméleti áttekintés	4
2.1. Fogalmi keret.....	4
2.2. Szemiotikai megközelítés	5
2.3. Újmédia, remediáció szerepe	7
2.4. Instaköltészet	9
3. Kutatás.....	11
3.1. A kutatás célkitűzései	11
3.2. A kutatás módszertana.....	11
3.3. A kutatás felépítése.....	12
3.4. A kutatás célcsoportja.....	13
3.5. A kutatás eredményei	14
3.6. A kutatás eredményeinek összegzése	36
4. Hipotézisvizsgálat	37
5. Összefoglalás.....	38
5.1. Következtetések.....	38
5.2. Limitációk.....	39
5.3. Jelentőség.....	39
5.4. További irányok.....	40
Hivatkozások	41
Ábrajegyzék	44
Mellékletek.....	45
1. melléklet: Az online kérdőív	45
2. melléklet: Interjú I. - kérdések Kemény Gabriellához	48
3. melléklet: Interjú II. - kérdések Ott Annához.....	50
4. melléklet: Interjú III. - kérdések Gál Annához.....	52

1. Bevezetés

„ne kérdezd, miért nem mentem el / annyira apróvá tette a világom / hogy nem láttam a kijáratot” – 243.087 regisztrált Instagram-felhasználó azonosul Rupí Kaur megállapításával és az ehhez kapcsolódó vonalrajzzal (Kaur, 2020). A közösségimédia-platfornon található versek megkerülhetetlen szerzőjét nagyjából 4,3 millióan követik (Instagram, 2021e), viszont nem csak angol példák világítanak rá napjaink online költészetének jelentőségére. A hasonló tartalmú képek összegyűjtésére szolgáló címkék (hashtagek) alatti versek száma jelentős: a #instapoem 2,2 millió művet számlál, míg magyar változata, a #instavers majdnem 19 ezer képet (Instagram, 2021a, 2021c), és ezen mennyiségek folyamatosan nőnek.

don't ask me why i didn't leave
he made my world so small
i couldn't see the exit

i'm surprised i got out at all - rupi kaur



1. ábra: Rupí Kaur egyik instaverse (forrás: Kaur, 2020)

Mindig is foglalkoztatott a költészet, a vers ereje, a rímek hatásossága és az érzések, amelyeket a befogadóban keltenek. Nem titkolt álmom az sem, hogy egyszer gondolataim manifestált változatban jelenjenek meg, egy kézzelfogható kötet formájában. Kezdként azonban személyesen tapasztalom, hogy nem egyszerű feladat közönséget és megjelenési fórumot találni, és emellett még olyan minőségben is alkotni, ami publikálásra érdemes. Emiatt sok társammal együtt az Instagram felé fordultunk, ugyanis az online közösség a művekkel kapcsolatos visszajelzések mellett egy leendő célcsoportot is konstruál.

A képmegosztó platform tehát új megjelenési felületet biztosít amatőr vagy már szakmailag elismert költők számára. Az Instagram azonban a versek értékére és a klasszikus költészetre való hatása mellett a kép és a szöveg viszonyának kérdését is magában hordozza. A szemiotika, az újmédia és az irodalomtudomány egy eddig feltérképezetlen jelenséget tekinthet vizsgálódási pontjául: az instaköltészetet.

1.1. A témaválasztás relevanciája

Bármi, aminek jelentése van, legyen az egy festmény, egy beszélgetés, egy hirdetés vagy egy vers, megismerhető a jelei értelmezésével (Rose, 2001). A jelentéssel rendelkező rendszerek közötti kapcsolatot pedig Mitchell (1996) ragadja meg leginkább, mikor azt állítja, hogy a lehetőség a szavak képpé változtatására mindig fennáll. Az átmenet egyben azt is indikálja, hogy a befogadóban – még ha csak látens módon is – a szöveg értelmezése közben megjelenik egy kép, egy mentális asszociáció. Hasonlóképpen kísérhetnek az elmében egy adott művészeti terméket olyan összefüggő szavak, melyek a leírására szolgálnak. Így válik a kép és a szöveg elválaszthatatlanná egymástól, mely kiemelkedő jelentőséggel bír a tanulmány fókuszába helyezett egységeknél, az instaverseknél.

Az Instagram az újmédia egyik ingyenes közösségi platformjaként lehetőséget ad a felhasználói számára különböző tartalmak megosztására. Az oldal a legszélesebb tematikus skálát fedi le, a nyaralás intim képeitől a kisállatos videókon át akár a saját márkák reklámozásáig. A közösségi irányelveket betartva bármilyen műfajú és központú anyag közzétehető. A havi aktív felhasználók száma jelentős, 2018 júniusában körülbelül 1 milliárdan használták a felületet (Tankovska, 2021).

A közösségimédia-oldal releváns felületet nyújt eltérő értékek promotálására is, például az olvasás népszerűsítésére. Az irodalom meglepően nagy szeletét képezi a platformon megjelenő tartalmaknak, magyar viszonylatokban a #kortársirodalom gyűjtőcímké alatt 13,8 ezer poszt található, melyek változatosak, az iskolában tanult klasszikusoktól egészen az instaversekig terjednek (Instagram, 2021d). Az Instagram fő funkciója, a képmegosztás, ebben az esetben is megjelenik: az idézeteket, műveket gyakran kíséri valamilyen vizuális termék.

Egyetlen irodalommal foglalkozó Instagram-poszt megannyi tudományterület vizsgálati lehetőségét rejti magában. Az oldalon közzétett versek egyszerre hordozzák magukban a szemiotika, az irodalomtudomány és az újmédia perspektíváját. E tanulmány relevanciája abban rejlik, hogy ezen területek miként jelennek meg és kapcsolódnak egymáshoz egyetlen közzétett tartalomban, interdiszciplináris diskurzust generálva.

1.2. Kutatási kérdések, hipotézisek

Tanulmányom kijelölt irányvonalai számtalan kérdés megválaszolására adnak lehetőséget a téma diverzitása, illetve a szakirodalom számára ebben a megközelítésben eddig ismeretlen kutatási irány miatt. Ugyanakkor a dolgozat fundamentális, további vizsgálódási területeket

megalapozó jellege okán a téma fontos felvetéseiből a legrelevánsabbak kerülnek megállapításra. A jelenlegi kutatás célja a tudományterületek közötti párbeszéd és a befogadók instaversekkel kapcsolatos attitűdjének feltérképezése. Ezek mellett a platformon megjelent irodalmi művek és az őket kísérő illusztrációk viszonyának értékelése is célkitűzése a tanulmánynak.

A kutatás az alábbi hipotézisek megítélésében segít:

H1: Az instaversek megítélése negatívabb a klasszikus versekéhez képest a különböző dimenziók (kulturális érték, a költő pályájának segítése, a szerző olvasótáborának növelése, közösségteremtő erő, befogadóra való hatás, irodalomra való hatás, témafeldolgozás) mentén történő összehasonlításuk során.

H2: Az instaversek olvasók általi szubjektív megítélése pozitív.

H3: Az instaverseket kísérő vizuális elemek kiegészítő kapcsolatban állnak a szöveggel, és nem hierarchikus viszonyban.

H4: Az instaverseket kísérő vizuális elemek keretezik a befogadóban kialakult értelmezéseket.

H5: Azon befogadók számára, akik egyaránt olvasnak nyomtatásban és közösségimédia-felületen publikált verseket, egyáltalán nem fontos a szerző műveinek megjelenési helye.

1.3. A dolgozat felépítése

Jelen dolgozatom első része a témához elengedhetetlen alapfogalmak és elméleti keretek bemutatásával foglalkozik, melyek különböző tudományterületek és témaköri hagyományok szerint tagolódnak. A kép és a szöveg kapcsolatát a szemiotika és a vizuális kommunikáció szemszögéből vizsgálom, míg a versek különböző megjelenési formáit a remediáció perspektívájából. Ehhez szükséges még az újmédia jelenségét is megfigyelni, amely az Instagramon megjelent művek esetében nyújt segítséget.

Tanulmányom második felében önálló kutatásom és annak eredményei kerülnek bemutatásra. Az online kérdőíves kutatást, melyet az instaversek befogadói töltöttek ki, kiegészítenek a témához kapcsolódó, a saját területükön elismert személyekkel készített interjúk is. A kérdőív az egyén hozzáállását térképezte fel a versolvasási szokásai, az instaversek és az illusztrációk kapcsán. Az interjúk kérdései hasonló tematika szerint épültek fel, azonban tartalmazzak specifikus felvetéseket is, melyek a felületen megjelent költeményekhez köthető alanyok

individuális élményeit és gondolatait dolgozták fel. A beszélgetések a költő, az irodalomértő és a feltörekvő instaköltő perspektívájára koncentráltak.

A vizsgálat zárásaként értékelésre kerülnek a hipotézisek, illetve az ezekből levonható következtetések. A kutatás kapcsán szükséges még foglalkozni a felmerülő limitációkkal és a témához kapcsolódó, további irányokkal is.

2. Elméleti áttekintés

Az instaversek témakörét rendkívül komplex, változatos tudományterületek építik fel. Megjelenik benne az illusztráció és az irodalmi mű viszonya, illetve ezen jelrendszerek értelmezése önmagukban és egymással való viszonyuk során, de az újmédia is jelentős szerepet kap az Instagram által. Ehhez kapcsolódva érdemes és szükséges megemlíteni a médiumot mint üzenetet, hasonlóképpen, mint ahogy a remediátizáció jelenségét is. Az instaköltészet pedig önálló egységet alkot a lírán belül, mely egyre inkább foglalkoztatja az irodalomtudományt. Ez a fejezet ezen különböző megközelítések tükrében mutatja be a témát.

2.1. Fogalmi keret

A tanulmány során többször megjelennek olyan kifejezések, amelyek között relatívan nehéz eligazodni, mert önmaguknál sokkal tágabban is értelmezhetők. Mivel olyan koncepciók, mint az instavers, az instaköltő és az instaköltészet csupán néhány éve váltak relevánssá, a definícióik még most is folyamatosan változnak a megközelítések alapján (Rue, 2019). Kutatásomban James Morgan Rue (2019) értelmezésében fogom használni a téma alapfogalmait, aki a külföldi szakirodalomban először dolgozta fel tudományos perspektívából a témakört.

Az instavers ezáltal olyan művekre utal, amelyek azzal az indíttatással is készültek, hogy az Instagram platformján megosztásra kerüljenek (Rue, 2019). Ez azért egy rendkívüli súllyal bíró pont, mert léteznek olyan fiókok, amelyek a már egyszer nyomtatásban megjelent műveket digitalizálják, tehát ezen tartalmak módszertani elkülönítése szükséges. Az instaverseknek nincsenek kötelezően előírt tartalmi vagy formai elemei, viszont a platformon publikált művek közös jellemzői alapján megfigyelhető, hogy az alkotások általában szabadvers formájában íródtak és rímkép nélküliek. Terjedelmükben limitációt jelent az Instagram négyzetes megjelenítési formája, emiatt gyakoriak a rövidebb művek (Rue, 2019). A szöveges tartalmakat gyakran kíséri más típusú tartalom is, a leggyakoribb az illusztráció.

Az instaverseket létrehozó, megosztó alkotók elnevezése az instaköltő. Ők olyan személyek, akik elsősorban az Instagram felületén publikálják a műveiket (Rue, 2019). Lehetnek amatőr vagy már az irodalmi életben, akár a kritika, akár a közönség által elismert alkotók. Verseiknek a digitális megjelenés nem kizárólagos formája, azokból vagy azoktól függetlenül megjelenhetnek nyomtatott verzióban is.

A közösségimédia-felületen publikált versekkel szemben állnak a klasszikus versek, melyek eredetileg nyomtatásban jelentek meg. Ami tehát megkülönbözteti őket az instaversektől, hogy az első publikálásuk nyomtatott formában történt (Rue, 2019). Szerzőjük lehet kortárs, klasszikus, ismert vagy kevésbé ismert költő.

Az online vagy offline formában megjelent versekhez társuló illusztrációk jelentik a kép és a szöveg kapcsolatát. Illusztráció lehet fénykép, vonalrajz, festmény, grafika, vagy bármilyen más vizuális termék (Rue, 2019). A mű és az illusztráció származhat ugyanazon szerzőtől, de akár eltérőtől is, a cél pedig általában egy összművészeti termék létrehozása.

2.2. Szemiotikai megközelítés

Szemiotika vagy szemiológia – alapvetően fontos elkülöníteni a két kifejezést hagyomány és felfogás perspektívájából, azonban forrás szempontjából azonos minőségben használom a két kifejezést, mivel etimológiailag egyre utalnak: a görög szémeiótiké, azaz a „jelmegállapítás” fogalomra. Ugyanis a szemiotika a jelek, illetve kódok tudománya (Moriarty, 2005). Olyan jeleké, amelyeket üzenetek létrehozása, közlése, értelmezése közben használunk, és olyan kódoké, melyek az említett jelek használatát szabályozzák.

Ezen jeleket az a tulajdonságuk kapcsolja össze, hogy valami más arra készíti őket, hogy olyan tárgyra utaljanak, melyre maguk is utalnak: tehát bármi lehet jel (Peirce, 1932). Ha szövegek és illusztrációk együttesét tekintjük, ezek verbális és vizuális jelek, melyekből jelrendszerek épülnek fel. Barthes (1976), a jeltudomány kiemelkedő szakértője konstataulta azt, hogy minden jelrendszer, így a képi és a szöveges rendszer is a szemiológia tárgyát képezik. A jelrendszerek szemiotikai elemzésének egyik célja továbbá, hogy a különböző kódok kölcsönhatásai értelmezésre kerüljenek (Moriarty, 2005). Maga a nyelv is egy szemiotikai rendszer, a „rendszerek rendszere” (Jakobson, 1985, p. 30.), amellyel minden másik rendszer is keveredik (Barthes, 1976), jelen esetben a vizuális jelrendszer. Ezen jelek, például egy cím és leírás nélküli kép retorikája pedig a nyelvvel írható le legegyszerűbben, de sohasem teljesen. Így alakul ki egyfajta kölcsönhatás a szó és a vizuális elem között, amely kapcsolat alapjait két

ország metaforájaként lehet a legkönnyebben értelmezni (Mitchell, 1996). Ezen területek ugyanis különböző nyelveket beszélnek, de mégis több ponton is érintkeznek egymással.

Az ábrázolt elemek verbális leírása azonban valamennyire azt feltételezi, hogy a vizualitás dominánsabb helyzetben létezik, mint a szavak, hiszen a nyelv pusztán segítőként jelenik meg a képi elemek értelmezésében. A versek és az illusztrációk kapcsolatában azonban mintha ez fordítva lenne. A kijelentés azt implicálja, hogy a mű szuverén pozícióban reprezentálódik, viszont a két jelrendszer kapcsolatának elemzése során további kérdések is felmerülnek. Egyrészt az időbeliség, vagyis hogy szükséges-e az egyiknek megelőznie a másikat, másrészt pedig, hogy a verbális és vizuális jelrendszernek uralnia, ellenállnia vagy kiegészítenie kell a másikat (Mitchell, 2008).

A képletes mellett a strukturális elhelyezkedést is figyelembe kell venni a szöveg és az illusztráció viszonyainak elemzése esetén. A vizuális kommunikáció alaklélektanelvei közül a figura-háttér elv szolgáltat releváns kontextust. Amikor két figura átfedésben létezik, valószínűbb, hogy a kisebb figuraként, a nagyobb pedig háttérként értelmeződik az észlelés során. Ebben a tekintetben tehát jelentőséggel rendelkezik az, hogy hogyan helyezkedik el a lírai és a vizuális elem egymáshoz képest, ahogy azt Jakobson is megjegyezte (1956). A térbeli szintagmatikus kapcsolatok a megjelenített jelrendszerek egymáshoz viszonyított helyzetét írják le (Jakobson, 1956). Egy nyomtatott médium lehetőséget ad arra, hogy a verbális és a vizuális jel egymás mellett helyezkedjen el, mintegy megtörve a hasonló típusú jelek sorozatát, és a közöttük álló kapcsolat felismerésére kényszerítve a befogadót. Az Instagram esetében a vers általában egy képen jelenik meg, utóbbi így háttérrel nyújt az alkotásnak. A felület tehát egy bizonyos szintig predesztinálja a rendszerek térbeli viszonyát. A megfelelő platform kiválasztásánál emellett szem előtt kell tartani az adott vers vagy illusztráció célközönségét is, mivel a kulturális háttér befolyásolhatja, hogy melyik elemmel találkozik először a befogadó, és hogyan értelmezi azt. Az európai olvasó balról jobbra és fentről lefelé dolgozza fel a szöveget, viszont ez más népek esetében eltérhet (Jakobson, 1956).

Akár egy versnél, akár egy vizuális terméknél a jelentések különböző szintjei rétegződnek. A manifeszt, látható jelentési síkot a denotáció képezi, amely az első rétege az értelmezésnek, melynek iránymutató kérdései, hogy mit ábrázol az adott kép vagy mit említ a lírai mű (van Leeuwen, 2001). Ehhez kapcsolódik a jelentés második rétege, a konnotáció, amely a színpalak mögül közelíti meg a szemiotika objektumát. Ez egy sokkal tágabb és szélesebb perspektívával rendelkező réteg, melyben egyesülnek mindazon gondolatok, amelyek a művészeti, illetve az irodalmi terméket önálló produktumokként vagy összekapcsolt rendszerekként is elemezhetik:

mit jelenít meg a vers mellett található illusztráció, mi helyett áll, mik azok az ideák és értékek, amelyek a látható réteg mögött rejlenek (van Leeuwen, 2001).

A konnotatív jelentéseket Barthes mítoszoknak (mitológiák) nevezi, másodrendű szemiológiai rendszereknek, amikor a jelből jelölő lesz (Barthes, 1972; van Leeuwen, 2001). Ezen jelentéseggyüttesek a mindennapi értelmezéseinkben is megtalálhatók. A jelentésadás ugyanis egy folyamat. A képek például poliszémikusak, jelentőik a mögöttük létező jelentettek lebegő láncolatát implikálják, mely láncok rögzítése a feladat az értelmezés során (Barthes, 1964). A szöveg, azon belül is a vers, érdekes pozícióban van ezzel ellentétben, ugyanis a kortárs költészet egy regresszív szemiológiai rendszer, és annyira próbál ellenállni a mítosznak, amennyire csak tud (Barthes, 1972). A lírai mű ugyanis fordítva dolgozik, megpróbálja a jelet visszaváltoztatni jelentéssé. A mítosz és a költészet tehát épp ellentétes módokon mozog.

2.3. Újmédia, remediáció szerepe

Az Instagram, vagyis a platform, amelyen az instaversek megjelennek, a késő modern médiakörnyezet része. A felület sajátosságai és más médiumokkal való kölcsönhatása érdekében szükséges napjaink médiakörnyezetének konceptualizálása. Tulajdonképpen egy olyan hálózatot értünk alatta, amely komplex és hibrid médiumok összekapcsolódásából áll (Myat, 2010). Az összességük a társadalmi és a kulturális közeg befolyásával a tapasztalatok táráként működik. Kiemelkedő szerep jut a médiahasználónak, aki jelentés- és identitáskonstruáló individuumként aktívan részt vesz a tartalmak előállításában, az ezekkel kapcsolatos interaktív visszacsatolások vagy saját tartalomelőállítás és -megosztás által. Vagyis a késő modern médiakörnyezet felhasználója a viszonylag passzív attitűdskáláját egy aktívvá váltja fel, ami igazából holisztikusan nézve a közösségi média lényege, az egyénről a csoport szerepére helyezve a hangsúlyt (Avraham & Ketter, 2012, idézi Fehér, 2016).

Mindent összevetve azonban a személy perspektívája mellett még inkább releváns a médiumok helyzetét vizsgálni. Amikor McLuhan azt állította a médiumról, hogy az maga az üzenet (1964), egy olyan kijelentést fogalmazott meg, amely még napjainkban is helytálló. Ha a dolgozat legelemibb témáját, a verseket vesszük alapul, a kulturális és az irodalmi értéket meghatározhatja egy olyan tényező, amelyet a befogadó hajlamos figyelmen kívül hagyni: ez nem más, mint maga a hordozófelület, melyen a mű megjelenik. A lírai mű megjelenési felületét biztosító médium ugyanis alapjaiban befolyásolja az egyén hozzáállását.

Ezt Bolter is alátámasztja (2019), amikor összeveti a két médium befogadóban keltett élményeit. Amikor az egyén egy nyomtatott verset olvas, majd befejezi azt, állapotától függően

a katarzis részese lehet, és a mű vége után is maradandó élményeket és érzéseket élhet át. Ezzel szemben az Instagram az algoritmusa segítségével egy vers után ahhoz hasonlókat keres, a görgetés újabb és újabb művek észrevételét, elolvasását eredményezi. Az ebben rejlő folyamatosság és monotonitás pedig a flow-élmény kialakulását segíti elő. Hasonlóképpen, ugyanazon film megtekintésének felülete, például egy moziterem vagy egy laptopképernyő és egy ehhez tartozó szolgáltatás (pl. Netflix), hatása a befogadóra sem teljes mértékben az alkotás minőségétől függ (bár kétségkívül nagy szerepe van benne), hanem a hordozófelület milyenségétől és a felhasználó szempontjából tekintett interaktivitásától. Ahogy az Instagram, a Netflix is képes a megtekintett tartalom alapján ahhoz hasonlókat ajánlani.

Fontos azonban azt is megfigyelni, hogy a befogadó nem utasítja el teljesen az egyik vagy a másik megjelenési formát, nem is feltétlen fejlődési pontokként tekint a hordozófelületek változására. Így nem egy abszolút, kizárólagos fejlődés jelenik meg, hanem kölcsönhatás régi és új között (Bolter & Grusin, 2000). Ezt a kapcsolatot jellemezhetjük a remediáció jelenségével.

A remediáció igazából megújulást képvisel, mivel a remediáló médium más médiumok jellemzőit veszi át, és próbálja a realitás képviselésében átszabni őket vagy versenyre kelni velük (Bolter & Grusin, 2000). Ebben a tekintetben egyáltalán nem a korábbi megjelenítési formák eltörlése a célja a remediációnak, hanem párbeszéd kialakítása hordozófelületek között. A fényképezés például az illuzionista festészet reformja volt, a mozi pedig a színházé (Bolter & Grusin, 2000). Szélesebb perspektívából vizsgálva pedig a regények filmvászonra való adaptációja is hasonló értékrendek és elképzelések alapján működik.

A remediáló médiumok még érdekesebbé válnak, ha figyelembe vesszük McLuhan másik releváns megállapítását, mely szerint „bármely médium tartalma mindig egy másik médium” (McLuhan, 1964, p. 8). Például az írás tartalma a beszéd, a nyomtatott könyv az írott szó (Rue, 2019). Ha ezt az Instagram perspektívájából közelítjük meg, maga az oldal a rajta közölt tartalom nélkül nem létezne, egy üres váz maradna. A felületen a felhasználók által megosztott képek a legkülönbözőbb tartalmakat ölelik fel, és egy másik médium minőségében állnak.

Ami a költészet és hordozófelület közötti vitát leginkább generálja, az az új és a régi médium közötti hierarchiaállítás tendenciája (Rue, 2019). A könyv jobb, mint a film, a mozi jobb, mint a streaming-szolgáltatók, a nyomtatott vers jobb, mint az online vers. A médium, ami a tartalmat hordozza, rendkívüli mitológiával bír. Ha ugyanazt a verset vagy mozgóképes alkotást vizsgáljuk, teljesen más konnotációk merülnek fel a befogadóban a megjelenési felület alapján. A legfontosabb tudatosítandó gondolat az egyénben, hogy egy új forma nem feltétlen jelenti a

régi eltörlését, ahogy az már a remediaticizációnál említésre került. A jelenség egy dinamikus kapcsolatot alakít ki a médiumok között, a klasszikus költészetet tehát ugyanúgy befolyásolja az instaköltészet, mint fordítva (Rue, 2019).

2.4. Instaköltészet

„Ha valaha létezett olyan online irodalom, amely meg tudna tölteni egy stadiont, az az instaköltészet” (Berens, 2019, p. 2). A világon tucatjával jönnek létre naponta az Instagramon versekkel foglalkozó fiókok, akár itthon, akár külföldön. A nagyságot mutatja, hogy az #instapoetry címke alatt közel 4,5 millió feltöltött anyag található (Instagram, 2021b). Ennek ellenére, vagy éppen ezért, az online, különösképpen az Instagramon megjelent versek a kritikus és a dicsérő szölamok csataterévé váltak.

A kontrasztot az oldalon megjelent művek eredetében kell keresni, ugyanis az instaköltészet igazából remediaticizált költészet (Rue, 2019). A versírás mögött rejlő idea nem változott, annak mértéke, sebessége és módja viszont az új platformnak köszönhetően igen. Magukat az instaverseket ugyanis stilisztikailag befolyásolja a felület: jellemzőek a rövidebb szövegek, a szabadvers formája és a rímkép abszenciája, illetve a négyzetes képben történő megjelenítés. A nyomtatottal szemben az online térben történő publikálás leegyszerűsödik, korrektúra nélkülivé válik. Így tehát, ahogy a vers médiuma, úgy a költészet formája is változik (Rue, 2019).

A formai differenciálódás mellett azonban maga az átmenet a nyomtatott médiumból a digitálisba is hatalmas jelentőséggel bír (Rue, 2019). Sokkal nagyobb közönséghez érhet el a vers, amelyről bárki véleményt alkothat, társadalmi pozíciótól függetlenül. A kritika lehetősége nem csupán az irodalomértők, hanem az átlagemberek kezében van. Olyanokéban, akik eddig esetleges negatív iskolai élményeik miatt nem olvastak lírai műveket, vagy nem tehették meg anyagilag, hogy vershez jussanak. Összköltészeti szempontból pedig az eddig az irodalom periferiájára szorult alkotók (nők, szexuális kisebbségek, színesbőrű személyek, vallási kisebbségek, fogyatékkal élő személyek) is lehetőséget kapnak műveik bemutatására és publikálására (Bisset, 2018).

Az instaköltészettel kapcsolatos ellenvetések mind hasonló topikokat ölelnek fel, melyek közös nevezője az az állítás, mely szerint a digitális platformon megjelent versek nem képviselnek kulturális értéket (Rue, 2019). Ennek kapcsán releváns felvetés, hogy ki mondhatja meg, mi rendelkezik kulturális értékkel, és hogyan lehetne egyáltalán konceptualizálni ezt a kifejezést. A befogadóban keltett érzések, gondolatok és attitűdváltozás az, ami igazán célja kell, hogy

legyen az irodalmi műveknek. A nyelv és az értékek pedig az alkotások által öröklődnek és hagyományozódnak, így a kulturális érték az instaversekben is jelen van.

Maga a szerző megnevezése is lehetőséget ad az eltérő vélemények összecsapására. Alapvetően a költő fogalmának definiálása is egy komplex kihívást jelent, az instaköltő pedig még a platform által is klasszifikálásra kerül. A problémát a közösségimédia-oldal és az arra publikáló szerzők megnevezésének negatív konnotációja adja. Az instaköltő kifejezés mögött egy pejoratív jellegű mítosz fedezhető fel (Rue, 2019).

Ezen alkotók, akik a legkülönbözőbb hátterekkel rendelkeznek, az online megjelenés szabadságát használják ki. Nagyobb közönséget érnek el, az olvasóik számát növelni tudják online, viszont vágnak a klasszikus megjelenési formák után (Rue, 2019). Ez a visszanyúlás azt implikálhatja, hogy maguk az instaköltők is úgy látják, a társadalom különböző dimenziók mentén többre tartja a klasszikus, nyomtatott megjelenési formákat.

Releváns megemlíteni még a művek megítélésének tükrében az újmédia közösségteremtő erejét, akár az olvasói, akár a szerzői részről. Ritka, de előforduló jelenség az offline világban is, hogy egyes művek vagy szerzők komplett rajongótáborokat képesek konstruálni (például a Harry Potter-sorozat, Leiner Laura könyvei, Trónok Harca-sorozat). Az online tér a követési funkció segítségével ad erre lehetőséget a felhasználó szempontjából, azonban az instaköltők perspektívájából egyfajta támogató, de egyben versengő közösség is kialakulhat (Bissett, 2018).

Az instaköltészet kapcsán érdemes megemlíteni az online tranzakciók jelentőségét. A közösségimédia-oldal a felhasználók által lehetőséget ad azonnali visszajelzésre like, megosztás, komment formájában. Sokkal gyorsabb a visszacsatolás, és az olvasó alakítja azt a műértő kritikusokkal szemben, saját maga szelektálja és szerkeszti az egyéni „verseskötetét”. Nem magáért a műért fizet a befogadó, mint például egy kötet vagy egy lap megvásárlása esetén, hanem a megfelelő körülményekért, hogy a verset el tudja olvasni; ilyen például az applikáció megjelenítésére alkalmas, internet-hozzáféréssel rendelkező eszköz. Ezen kiváltságok sem exkluzívan anyagi, hanem adatbeli fizetiséggel járnak a platform működése miatt.

Az áttekintésből is látható, hogy az instaköltészet megannyi területet érint. A szemiotika a verbális és vizuális elemek közötti viszonyt, az újmédia magát a megjelenési felületet, az irodalomtudomány pedig egy új műfajt és annak térhódítását helyezi a középpontba. A különböző megközelítések vizsgálódásai egyenként kapcsolódnak a platformon megjelent

versekhez, azonban összefoglaló, a közöttük történő párbeszédet feltáró kutatás még nem született. A tanulmány a módszerekkel ezt a hiányt hivatott betölteni.

3. Kutatás

Hipotéziseim vizsgálatában a tanulmányhoz kapcsolódó kutatás segített, mely két részből állt: a befogadó, olvasó oldalát egy online kérdőív mérte fel, amelyet a kutatott területtel kapcsolatban álló személyekkel készített, célzott interjúk egészítettek ki. A két módszer lehetővé teszi egy pontosabb kép kialakítását és egy globális társadalmi attitűd megismerését az instaversekkel és az illusztrációkkal kapcsolatban.

3.1. A kutatás célkitűzései

A kutatás célja a tudományterületek közötti diskurzus feltárása volt az instaköltészet szempontjából. A hipotézisek más-más perspektívából közelítették meg a befogadó és az online felületen megjelent lírai művek viszonyát. Feltételeztem, hogy az instaversek megítélése negatívabb a klasszikus versekéhez képest. Ehhez kapcsolódva érdemes volt megvizsgálni a közösségimédia-platfromon közzétett költemények szuverén helyzetét is a kitöltők véleményeinek segítségével.

A szöveg és a kép egyesülésénél felmerült, hogy a vizuális elem milyen kapcsolatban áll a verbálissal, illetve, hogy előbbi keretezi-e a mű olvasása során konstruálódó értelmezéseket. Remediatizáció szempontjából lényeges volt megvizsgálni azt is, hogy a költő verseinek megjelenési helye mennyire fontos a befogadóknak. A kutatás eredmények ezen kérdéseket kívánták megválaszolni.

3.2. A kutatás módszertana

A kérdőíves megkérdezés célja a befogadó egyéni élményeinek és véleményeinek rögzítése, illetve összesítése. Az instaversekkel kapcsolatban még nem született Magyarországon hasonló kutatás, annak ellenére, hogy egy egyre dominánsabb szeletét képezik az irodalomnak és a közösségimédia-felületnek a hasonló tartalmak. Az egyén klasszikus és instaversekkel, és az illusztrációkkal kapcsolatos attitűdjét vizsgálja a kvantitatív kutatás.

Az olvasó mellett a másik oldal reprezentációja is szükséges. Az irodalomban jártas személyek perspektíváját a kortárs líra alakjaival készült interjúk mutatják be. Megjelenik a költő, az irodalmár és az instaköltő szemszöge is. A standardizált kérdések mellett célzott, egyéni

felvetések árnyalják a téma megközelítését, melyek hasonló témákat érintenek, mint a kvantitatív kutatás esetében.

A kvalitatív és kvantitatív módszerek párhuzamos alkalmazása lehetőséget ad arra, hogy a téma több szemszögből is megközelíthetővé váljon. A pontos, számszerűsíthető adatok és az idézhető, szubjektív vélemények összességével könnyebben értelmezhető akár a holisztikus nézőpont, akár az individuum szintje.

Az online kérdőíves kutatás a társadalomtudományi vizsgálódások idő- és költséghatékony módszere, amely önkitöltésen alapul. A jelenlegi, pandémiás helyzetben prioritás a személyes érintkezések minimalizálása, emellett a survey kvantitatív, statisztikailag elemezhető adatokkal szolgál, ami kiemelkedően fontos a társadalom attitűdjének megismerése során.

Kvalitatív eredményekkel és szubjektív meglátásokkal egészítik ki a számszerűsíthető eredményeket a témához kapcsolódó személyekkel készített interjúk. A járványhelyzet az online meetingek, illetve kérdéssorok segítségével történő beszélgetésekre adott lehetőséget. A megkérdezések kiegészítő kapcsolatban álltak a számszerűsíthető eredményekkel, kvalitatív perspektívából jelenítik meg az instaversekkel, illusztrációkkal kapcsolatos gondolatokat.

3.3. A kutatás felépítése

A kérdőív és az interjú kérdései hasonló, de részenként eltérő tematika mentén dolgozták fel a kérdezett véleményét és attitűdjét. A célzott beszélgetések részkérdéseit például befolyásolta az alany kapcsolata az irodalommal. Míg a kérdéssor egzakt volt valamennyi kitöltő számára, az interjú felvetései személyes érintettségtől függően változtak a főbb topikok mentén.

A kérdőív (1. melléklet) első része a kitöltő versolvasási szokásait, illetve a klasszikus versekről való véleményét térképezte fel. Ezután három eldöntendő kérdés segítségével konstruálódott két csoport: egy, amelynek tagjai regisztrált felhasználói az Instagram oldalának, találkoztak már instaversekkel és olvastak is hasonló műveket; illetve kialakult egy halmaz azon kitöltőkből is, akik ezeknek a feltételeknek nem feleltek meg. A következő kérdőívrészben a befogadó az instaversekkel kapcsolatos versolvasási szokásait és egyéni meglátásait fejezhette ki, emellett összehasonlíthatta a klasszikus és az instaversek jellemzőit mátrixok segítségével. A kitöltő ebben a részben nyitott kérdés formájában konceptualizálhatta a költő fogalmát, és véleményt nyilváníthatott azzal kapcsolatban, hogy számára mennyire fontosak a költő egyes attribútumai, például a kora vagy a szakmai elismertsége. Ezután az illusztrációkkal kapcsolatos attitűd felmérésére szolgáló rész következett, majd demográfiai adatokkal zárult a kérdőív. Az első

csoport kitölthette az instaversekre, illetve az illusztrációkra vonatkozó részt is, míg a második közösség csupán az utóbbit. A kérdőív az előzetes próbakérdezés során kapott javaslatok és a hipotézisek irányultsága által került javításra.

Az interjú kérdései (2., 3., 4. melléklet) hasonló tematika szerint tagolódtak. Az alanyok kifejthették nézeteiket a lakosság versolvasási szokásaival, majd konkrétan az instaversekkel kapcsolatban is. A beszélgetések kitértek a klasszikus formában és a közösségimédia-platformon publikált művek összeegyeztethetőségére, illetve a költő fogalmának körülírására is. Megállapításra került a résztvevők véleménye az akár nyomtatásban, akár online megjelent lírai termékekkel együtt megjelenő illusztrációkról is. Az interjú a magánkiadás és a versek médiumainak egymásra hatásának kérdéskörével zárult.

3.4. A kutatás célcsoportja

A kutatás során a módszertan alapján két célcsoportot lehet elkülöníteni. Az egyiket olyan befogadók alkották, akik érdeklődtek a téma iránt, és véleményüket fejezték ki akár a versek, akár az illusztrációk kapcsán egy kérdőív segítségével. A másik, kisebb csoportot pedig a témához az alkotó, közlő oldalról köthető személyiségek képezték, akikkel interjú formájában történt az adatfelvétel.

A kérdőíves adatgyűjtés 2021. 02. 06. és 2021. 03. 21. között valósult meg. A kérdéssor is ezen időintervallumon belül állt a kitöltők rendelkezésére. A megkérdezés célcsoportját a verseket befogadók képezték, életkori megkötés nélkül. Emellett elengedhetetlen volt, hogy olyanok is kitöltsék a kérdőívet, akik regisztrált felhasználói az Instagramnak, és ott megjelent verseket is olvastak már. Fontos volt még, hogy a célcsoport olyan egyénekből álljon, akik illusztrált lírai művekkel is találkoztak már. A survey klasszikus versekkel, Instagramon publikált költeményekkel, illusztrációkkal és a költő attribútumaival is foglalkozott, az ideális kitöltő tehát mindezen témákban rendelkezett tapasztalattal.

Az interjúk 2021. 02. 10. és 2021. 03. 08. között zajlottak. A pandémiahelyzet korlátai és a fizikai távolság miatt két interjú Teams-meeting, egy pedig levelezések formájában. A három alany ugyanazon témák mentén hasonló kérdéseket kapott, azonban kisebb módosításokkal, amelyet a válaszadó kapcsolata befolyásolt az instaversekkel. A különböző perspektívák lehetőséget adtak a kérdéskör részletesebb megismerésére.

A beszélgetések célja az alkotói, műértői oldal bemutatása volt. Ebben segített Ott Anna, a Hadik Kávéház művészeti vezetője, akihez olyan hasonló jelentőséggel bíró projektek

köthetők, mint a #olvass mozgalom, a Margó Irodalmi Fesztivál vagy a Könyves Magazin. Instagram-fiókján keresztül mutatja be a mindennapjait, és hívja fel a figyelmet az olvasás fontosságára személyes könyvajánlóin keresztül. A hazai irodalmi és kulturális élet felvirágoztatásában hatalmas szerepet játszik a mai napig.

Kemény Gabriella író, költő, egyetemi hallgató, jelenleg Londonban él, tanul és alkot. Számos értékes projekthez járult hozzá, a közösség a magyar instaköltészet úttörőjeként tartja számon. Rendkívül fontos számára, hogy egy olyan platformon is önazonos maradjon, ahol „kicsit mindenki a saját valóságshowját éli”. Versei illusztrációkkal társulva egy kötet formájában is megjelentek. Különböző irodalmi és művészeti termékeken dolgozik jelenleg is.

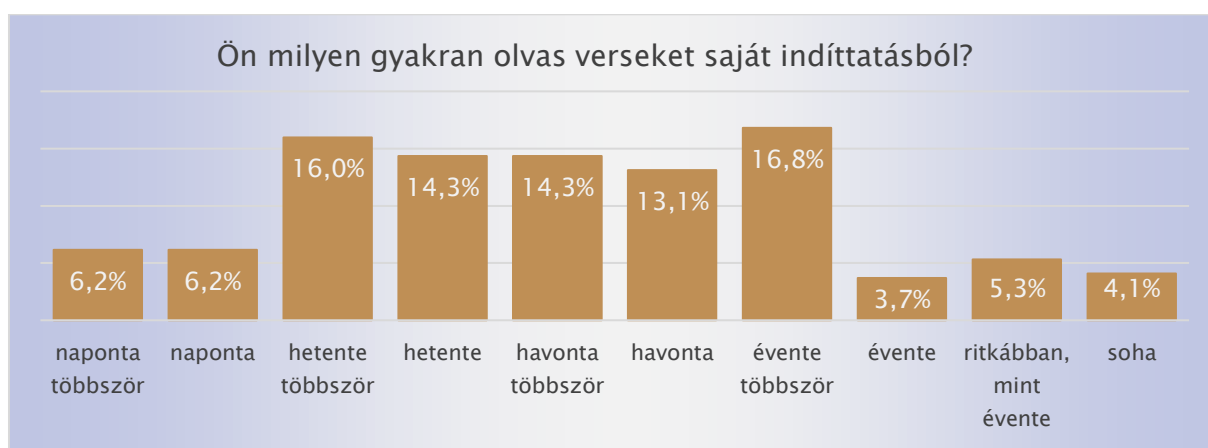
Gál Anna 2018 nyara óta vesz részt a hazai instaköltészetben. A platformon közzétett tartalmaiban a saját irodalmi műveit ötvözi vizuális elemekkel. Teljesen nem címkézné még magát instaköltőnek bevallása szerint, de verseinek minőségével próbál ehhez a titulushoz felnőni. Alkotni szerinte annyi, „mint viharok lenni: jó helyre kell tudnod lecsapni azzal a villámmal”.

A kérdőív terjesztése és az interjúk a pandémiás helyzetre való tekintettel online környezetben zajlottak le. A felkérések személyes megkeresések során történtek meg, míg a survey a potenciális kitöltőkhöz közösségimédia-platformokon (Facebook, Instagram, Moly) történő megosztások, zárt csoportokon belüli közzététel és egyéni elérések által jutott el. A kitöltők néhány esetben maguk is továbbították a kérdőívet, így juttatva el azt egy még szélesebb közönséghez.

3.5. A kutatás eredményei

A kitöltési időszak alatt összesen 244 kitöltés érkezett, a válaszadók 74,6%-a nő, 25%-a férfi. Egy kitöltő nonbinárisnak vallotta magát. Életkori megoszlást tekintve a 20-30 éves korosztály alkotta a megkérdezettek kicsivel több, mint háromnegyedét (75,8%). Emellett nagyságrendileg még a 20 év alattiak száma is meghatározó, 41 fő képezi a kitöltők 16,8%-át. Őket követik a 31-40 évesek (3,3%), a 41-50 évesek (2,5%), az 51-60 évesek (1,2%) és egy, 60 év feletti kitöltő (0,4%). A kitöltők 79,5%-a tanuló, több mint negyede pedig ideje nagy részében dolgozik (17,6%). Egy munkakereső (0,4%) és egy nyugdíjas (0,4%) is részt vett a felmérésben, illetve 5 kitöltő (2,1%), akik egyik említett kategóriába sem sorolhatók. A megkérdezettek több mint egyharmada városban lakik (38,9%), míg 86 személy a fővárosban (35,3%). A megyeszékhelyeken (13,5%), illetve a falukban élők (12,3%) száma nagyjából megegyezik.

Ebben a részben a mindkét kutatási módszerrel gyűjtött válaszokat összevetve ismertetem az eredményeket. A kérdőív és az interjú első része a versolvasási szokásokat és a klasszikus versek megítélését dolgozta fel. A kitöltők a lírai művek olvasásának gyakoriságát és felületeit jelölhették meg, míg az interjúalanyok a hazai társadalom versolvasási tendenciáiról számolhattak be. A megkérdezettek kevesebb mint fele (42,7%) olvas legalább heti rendszerességgel verseket, ahogy az a 2. ábrán is látható.



2. ábra: A kitöltők válaszainak százalékos megoszlása a versolvasásuk gyakoriságáról
(forrás: saját szerkesztés, N=244)

A lírai művek olvasásának népszerűsége azonban az interjúalanyok körében megoszlik. Kemény Gabriella szerint a vers a reneszánszát éli, amely a felgyorsult világnak is köszönhető. A rövidebb irodalmi alkotások a költő megítélése alapján könnyebben beilleszthetők a mindennapokba. A popularitás másik oka lehet, hogy lírai műveket olyanok is képesek írni, akik nem tanulták vagy nem értenek hozzá, hogy hogyan kell.

Gál Anna is hasonlóképpen vélekedik a versről, szerinte az irodalmi szövegek egy egyre gyarapodó olvasóközönséget tudhatnak magukénak, az Instagramon verset olvasók viszont ennek csak egy kis szeletét képezik. Ezzel szemben Ott Anna úgy érzékeli, hogy még mindig inkább prózát olvasnak a magyarok és a vers inkább rétegműfaj. Ehhez kapcsolódva kiemelte az irodalomoktatás módszertanát mint lehetséges okot, amely nem feltétlen ad teret a szabad asszociációknak, és kizárólag egy olvasatot, egy megoldást nyújt a strófák értelmezésére. Az interpretációk korlátozása a vers műfajától való elforduláshoz vezethet.

A kutatás szempontjából releváns vizsgálódási pontot képezett az is, hogy a befogadó milyen formában fogyaszt verseket. A válaszadók több lehetőséget is megjelölhettek, a kérdés maga azonban nem volt kötelező, hiszen az előző, versolvasási gyakoriságot célzó alrésznél a „soha” is választható opcióként állt rendelkezésre. A 10 főből viszont, akik az említett lehetőséget

pipálták be, csupán 6 nem jelölt egyáltalán formátumot. A megjelenési helyek kategóriáit a nyomtatott kötetek és újságok, illetve ezek online változatai képezték. A négy opciót a közösségimédia-oldalak egészítették ki, mivel releváns publikálási és olvasási felületet nyújtanak.

207 válaszadó olvas verseket kizárólag vagy többek között közösségi oldalakon, míg 155 nyomtatott kötetben. Az online újságok és e-book-kötetek által lírai műveket befogadók száma is jelentős, a minta majdnem fele (43,9%) nyúl ezen hordozókhoz. 172 kitöltő olvas minimum két megjelenési felületen verseket. Akik csupán egyen, közülük 74,2% olvas Facebookon, Instagramon és hasonló platformokon irodalmi műveket, a csak nyomtatott kötetet olvasók csoportját pedig a minta 18,1%-a képezi. A százalékok vélhetően magyarázhatók a minta összetételével, ami túlnyomóan fiatalokból (20-30 évesekből) állt.

A szerzők számára több felület is publikálási lehetőséget nyújt, azonban a médiumhoz való viszonyulás elemeiben változtathatja meg az olvasó hozzáállását, akár ugyanazon lírai költeményhez is. A remediáció szerepe, ahogy az már az elméleti részben (2.3 fejezet) kifejtésre került, szignifikáns. A perspektívát azonban érdemes megváltoztatni, és nemcsak az instaverseket vizsgálni a megjelenési felületek által, hanem a klasszikus verseket is. Instaversekként nem kategorizálhatók azon közzétett tartalmak, amelyek már előtte nyomtatásban megjelentek. A kitétel azért szükséges, mivel a lírai művekkel foglalkozó fiókok egy része klasszikus költeményeket publikál újra, digitális formában.

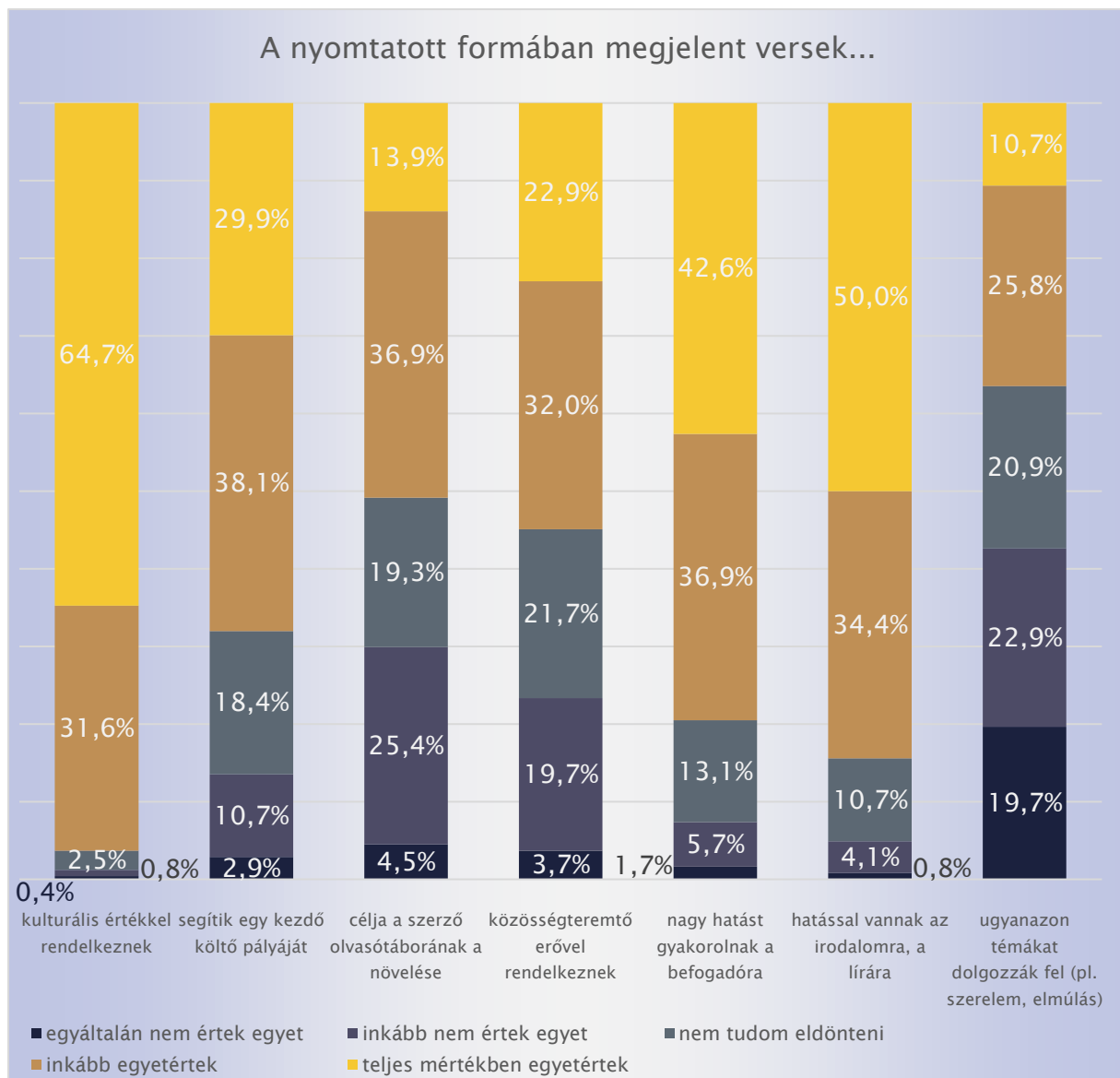
Az interjúalanyok is megemlítették a megjelenési felület fontosságát. Kemény Gabriella úgy gondolja, hogy ha egy könyvet vesz az olvasó a kezébe, akkor ő elmegy ahhoz a szerzőhöz, egy teljesen más lelkiállapottal, hiszen a befogadó mentálisan felkészíti magát a mű befogadására és értelmezésére. Egy kötet kizárólag verseket tartalmaz, amellyel az olvasó tisztában van, így akár a tudatosság szintjén, akár az alatt többek között a gondolkodási utómechanizmusokra is készül.

Ha viszont a publikálás felülete egy online platform, például az Instagram, akkor ezen folyamatok degradálódnak, a motiváció pedig átalakul. Az irodalmi művek csak egy hányadát képezik a nagy egésznek, így egyáltalán nem biztos, hogy a befogadó versolvasási céllal jelentkezett be a platformra. Ellenben, ha az algoritmus úgy gondolja, lehet, hogy egy irodalmi művet kap az aznapi első posztjaként, amit meglát, és esetleg el is olvas.

Kemény Gabriella szerint éppen emiatt a nyomtatott művek digitalizálása esetén a manifeszt formával összekapcsolódó attitűdök is átalakulnak. Ott Anna is hasonlóképpen gondolja,

amikor azt a megállapítást teszi, hogy az irodalom egy munka. Ezalatt ő azt érti, hogy a művek megismerésére időt és energiát kell szánni, el kell vonulni, meg kell élni az adott szerzeményt, és gondolkodni kell róla. Ez a folyamat azonban egészen más az online felület miatt. Kulcsfontosságú még a figyelem szerepe, amelyet Gál Anna emel ki. A szándék és a felhasználók platformon történő aktivitása töredékére csökkenti a koncentráció időtartamát egy nyomtatott kötetéhez képest. A fogyasztó magatartása és motivációja tehát változik a hordozófelület tekintetében is, feltehetőleg ez is indokolja a kitöltők versolvasási felületeinek pluralitását.

A válaszadók ezután Likert-skálákon jelölhették azt, hogy mennyire értenek egyet az adott állítással a nyomtatott formában megjelent versekkel kapcsolatban. A megkérdezettek között a legnagyobb egyetértés a kulturális értékük kapcsán alakult ki, ugyanis 64,7% értett egyet teljesen azzal, hogy a nyomtatott versek ezen attribútummal rendelkeznek. Arányaiban a legmegosztóbbnak az a kijelentés bizonyult, mely szerint a klasszikus versek ugyanazon témákat dolgozzák fel (például ilyen a szerelem és az elmúlás). A válaszok szórása csupán 5,7% volt. Emellett az is megfigyelhető, hogy az olvasók a nyomtatott művek közösségteremtő erejénél voltak a legtanácstalanabbak, közel ugyanannyian jelölték a semleges opciót (21,7%), mint ahányan teljes mértékben egyetértettek az állítással (22,9%). Ez vélhetően azt jelenti, hogy a minta nincs tisztában vele, vagy nem tudja megítélni a klasszikus versek közösségteremtő erejét. Egyes kijelentéseknél a skála értékeinek növekedésével nőtt az adott opciót választó kitöltők köre is, a kulturális érték mellett ez a tendencia a befogadóra és az irodalomra tett hatás esetében is megfigyelhető a 3. ábrán szereplő értékek megoszlásával. A minta közel fele értett egyet azzal, hogy a nyomtatott változatban publikált művek nagy hatást gyakorolnak a befogadóra. Feltehetőleg a megállapítást személyes élményeik alapján értékelték. Emellett a kitöltők fele gondolta úgy, hogy a klasszikus versek teljes mértékben hatással vannak az irodalomra, a lírára. Valószínűleg ebben az esetben is a saját tapasztalatok voltak a döntőek, illetve, hogy a nyomtatott versek már önmagukban az irodalom részei, így természetüknél fogva alakítják is azt. A válaszadók inkább egyetértettek abban, hogy a nyomtatott formában megjelent versek segítik egy kezdő költő pályáját és hogy céljuk a szerző olvasótáborának növelése.



3. ábra: A nyomtatott formában megjelent versek megítélésének megoszlása különböző dimenziók mentén (forrás: saját szerkesztés, N=244)

A klasszikus versek után három eldöntendő kérdés konstruált két csoportot. A tisztán igeneket jelölők válaszolhattak az instaverseket körüljáró felvetésekre. Ha a kitöltő válasza valamelyik kérdésre nemleges volt, automatikusan a második csoportba került, amely a következő kérdőívrészt átugrotta, és az illusztrációkkal kapcsolatban fejthette ki legközelebb a véleményét. Erre a szűrésre azért volt szükség, hogy olyanok válaszoljanak az Instagramon publikált lírai művekkel kapcsolatos állításokra, akik regisztrált tagjai a platformnak, találkoztak már hasonló versekkel és el is olvasták őket. Ebbe a csoportba az interjúalanyok is beletartoztak.

244 kitöltőből 222 volt regisztrált tagja a felületnek, vagyis a minta 90,9%-a. A felhasználók 85,5%-a találkozott már instaversssel, tehát 190 megkérdezett. Közülük 189-en olvastak is már instaverset. Csoportok tekintetében így az elsőt az állítások alapján az összes kitöltő 77,4%-a alkotta, míg az online versekkel foglalkozó részt átugró személyek 55-en voltak (22,6%). A megoszlás oka a kitöltők életkorában keresendő.

Az első kérdés, vagyis az instaversek olvasásának gyakorisága megosztónak bizonyult a 189 fő tekintetében. Ahogy a 4. ábra is mutatja, a válaszok nagy része egy közel 3,5 százalékpontos intervallumon belül mozog, 10,6%-tól 13,8%-ig, amely alól kivételt jelentenek a hetente többször instaverseket olvasók (20,6%). A heti többszöri rendszerességen kívül két gyakoriság rendelkezik még kilógó értékekkel. Évente 4 (2,1%), ritkábban, mint évente pedig 8 (4,2%) kitöltő olvas Instagramon megjelent irodalmi műveket. Érdekes megfigyelni a korrelációt a gyakoriság és az instaverssel kapcsolatos fiókok követése között. A válaszadók 60,9%-a fogyaszt minimum heti rendszerességgel hasonló tartalmakat és 65,1%-uk követ is Instagramra publikált művekkel foglalkozó felhasználókat. A minta kicsivel több mint egyharmada (34,9%) egyáltalán nem iratkozott fel instaverseket megosztó fiókokra.



4. ábra: Az első csoport válasza az instaversek olvasásának gyakoriságával kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=189)

Mindegyik kitöltő megoszthatta véleményét az első részben a klasszikus versekkel kapcsolatban. Ugyanezen állítások kerültek megítélésre az instaversekkel foglalkozó szekcióban, azonban ezt már csak az első csoport tagjai tölthették ki. Így a nyomtatott költeményekkel kapcsolatos kérdések válaszadói közül az összehasonlítási alap miatt szükséges volt kiszűrni a második csoport tagjait.

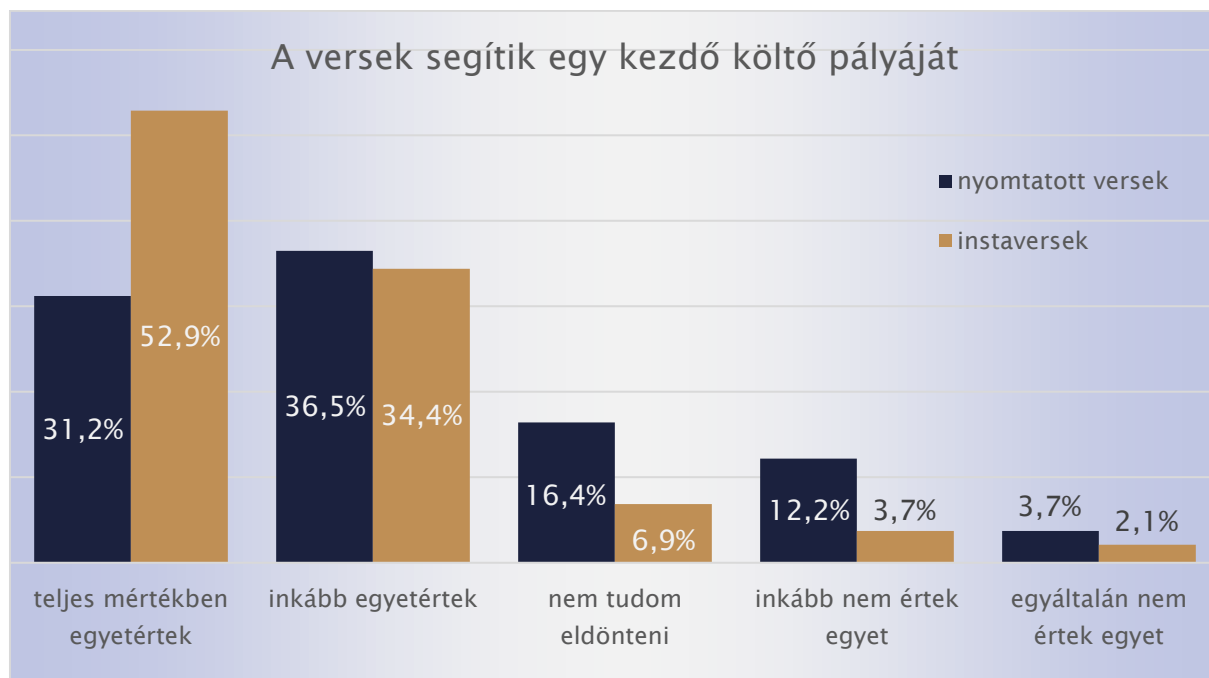
A klasszikus versek esetében ritkán kérdőjeleződik meg a kulturális értékük, amely az instaverseknél viszont támadási felületet jelent. Ezen kijelentést támasztja alá a minta is, mivel míg a fizikai formában publikált költeményeknél 122 fő (64,6%) értett teljes mértékben egyet a művek kulturális értékével, addig a közösségi felületre készült verseknél majdnem fele ennyien, vagyis 54-en (28,6%). Az Instagramon közzétett verseknél az állítás sokkal megosztóbbnak bizonyult, ahogy azt az 5. ábra is mutatja. Ezzel szemben a nyomtatott szerzeményeknél az első csoportból összesen csupán 6 kitöltő (3,1%) jelölte meg a Likert-skála semleges vagy negatív értékeit, tehát a minta egyértelműen úgy gondolja, hogy a nyomtatott versek nagyobb kulturális értékkel rendelkeznek, mint a platformon megjelent költemények. A kulturális érték konceptualizálása általában a kritika által történik, azonban Ott Anna szerint az írókban tudatosulnia kell annak, hogy az irodalom elsődleges befogadója nem a kritika, amely a kánonba emeli a műveket, hanem az olvasó.



5. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek kulturális értékével kapcsolatban
(forrás: saját szerkesztés, N=189)

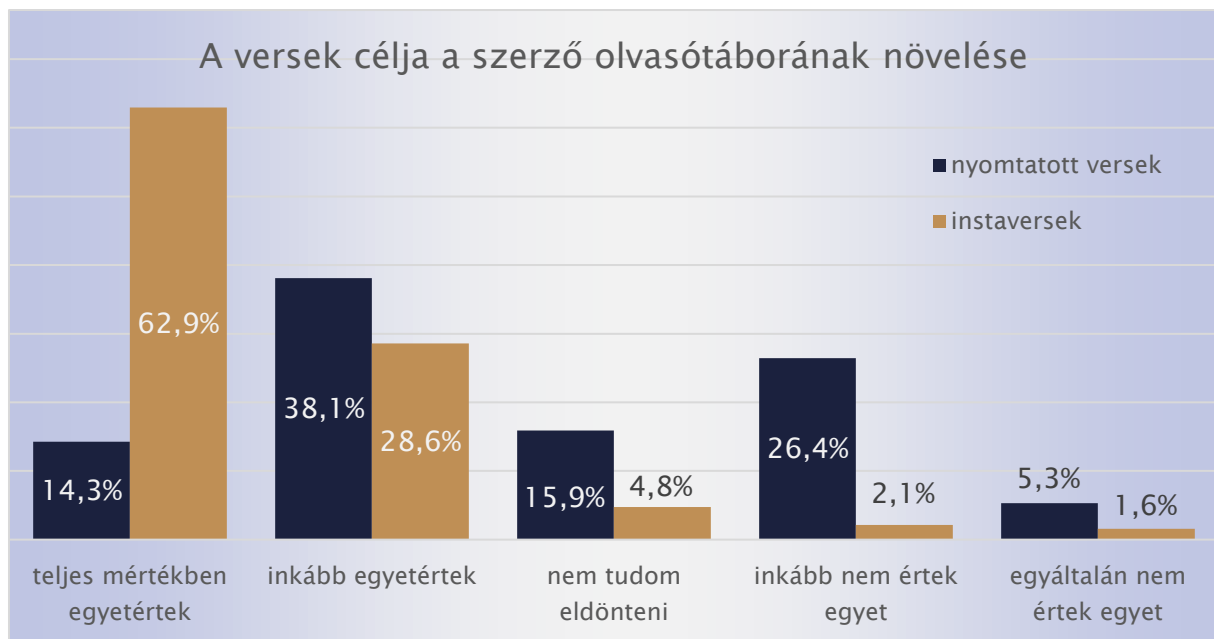
Fordított helyzet alakult ki a lírai művek szerepénél az író pályájában. A válaszadók az instaversek esetében nagyobb szerepet tulajdonítanak a költemények segítő jellegének. 52,9% gondolja úgy, hogy a platformon posztolt strófák teljes mértékben segítik egy kezdő költő pályáját. A nyomtatott verseknél ugyanezt a lehetőséget 31,2% jelölte meg, az eltérő megoszlásokat a 6. ábra jeleníti meg. Ennek feltehetően egyik oka lehet a klasszikus forma, mivel a fizikai változatban publikált művek rendelkeznek egy, a költőhöz kapcsolódó asszociációval. A konnotáció alapján az így megjelent költeményeket olyan szerző írhatta, aki rendelkezik már tapasztalattal ilyen téren, hiszen ha ez nem így lenne, nem jelent volna meg nyomtatásban a vers. Ez a különbség magyarázható azzal, hogy a köztudat, illetve egy későbbi, nyitott kérdés alapján az Instagramon megosztott művek tartalmazzák az amatőrség

konnotációját. Ennek lehetséges oka lehet, hogy a platform ingyenes regisztrációval igénybe vehető, a versek publikálásával foglalkozó felhasználó pedig önmaga kiadója és szerkesztője. Ott Anna is egyetért az ilyen módon publikált versek segítőszerepével, ugyanis véleménye szerint az online médiumon való megjelenés támogathatja a költő útját egy fizikai kötet felé.



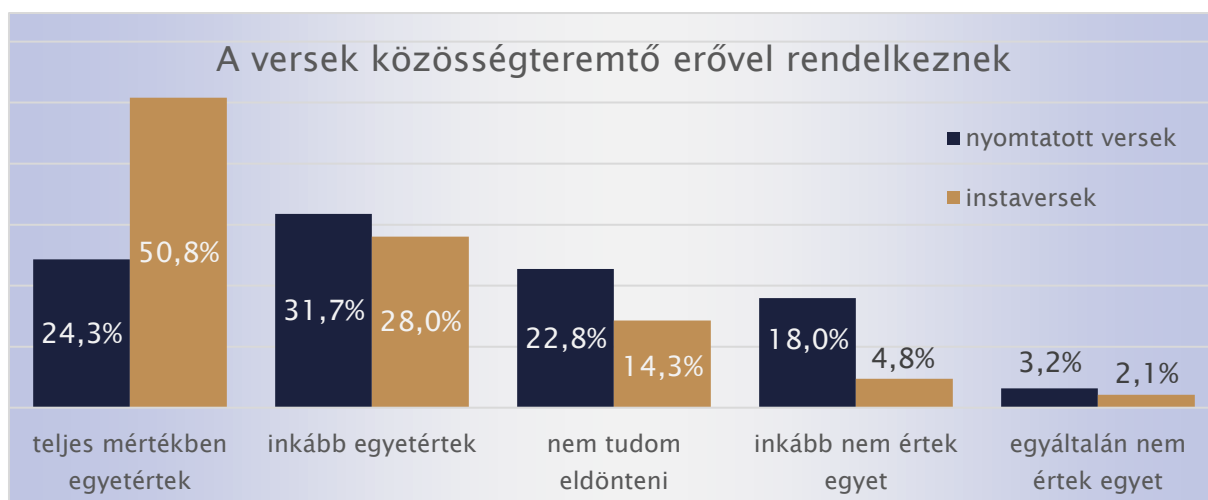
6. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek pályasegítő szerepével kapcsolatban
(forrás: saját szerkesztés, N=189)

Ehhez a megállapításhoz tartozik az a minta által értékelt kijelentés is, mely szerint egy lehetséges célja a különböző formában közzétett műveknek a szerző olvasótáborának növelése. Az instaverseknél 119 kitöltő (62,9%) gondolta teljesen relevánsnak ezt a célt, míg a nyomtatottaknál 27-en (14,3%). A szignifikáns különbség, melyet a 7. ábra is bemutat, magyarázható azzal, hogy az Instagramra főleg kezdő költők publikálnak verseket, ugyanis a nyomtatott forma státuszát elérő művek szerzőjének rendelkeznie kell már egy potenciális célközönséggel, akik az olvasói és vásárlói körét alkotják. A válaszadók a klasszikus műveknél inkább értettek egyet az állítással, tehát a befogadók számának növelése ebben az esetben is felmerülhet mint cél, azonban az instaverseknél jelentősebb ugyanezen motiváció.



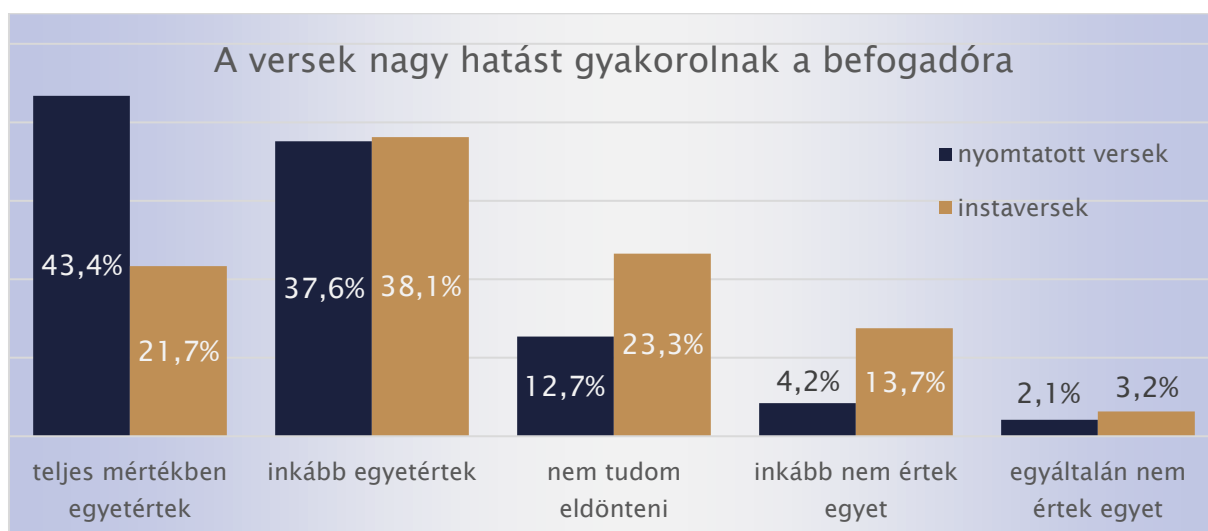
7. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek olvasótábor-növelő erejével kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=189)

A közösségi platformok megjelenésével és népszerűségével sokkal egyszerűbbé, gyorsabbá és globálisabbá vált a kapcsolat kialakítása alkotó és rajongó között. Maguk a felületek lehetőséget biztosítanak a közösségépítésre és -teremtésre, amely a már említett szint mellett a befogadók körében is megfigyelhető. Valószínűleg ez a gondolat is felmerült a kitöltőkben az instaversek közösségteremtő ereje kapcsán, hiszen 50,8% tulajdonítja teljes mértékben ezt az attribútumot nekik, szemben a nyomtatott versekkel, ahol 24,3% választotta ezt az opciót. Az Instagram hálózatokból épül fel, az újmédia egyik médiumaként rendkívül fontos a regisztrált felhasználók hozzájárulása a tartalmak előállításához és az oldal működtetéséhez. Fontos különbség a klasszikus módon publikált versekhez képest, hogy az online közzétett művek esetében kiemelkedő szerep jut az interakciónak szerző és befogadó között, amelyek a lájkokban, a megosztásokban és a kommentekben nyilvánulnak meg manifeszt formában. Ezzel szemben áll a klasszikus versek olvasásának romanticizált képe, mely szerint a költemény befogadása egy egyéni, magányos folyamat, amely nagy mentális költségekkel jár a befogadó részéről. Az említett idea állhat a nyomtatott verseknél észrevehető megoszlás mögött, melyet a 8. ábra jelenít meg alább.



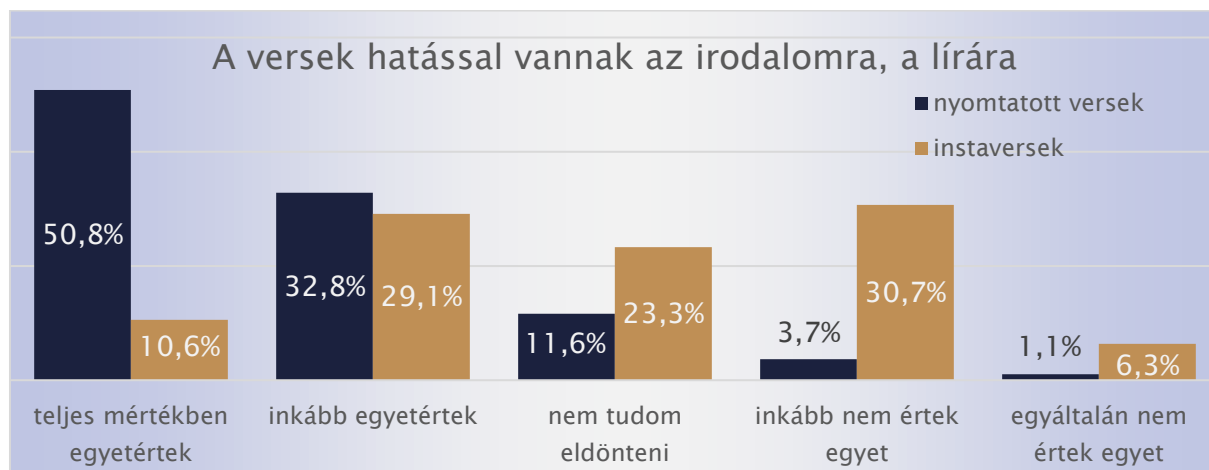
8. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek közösségteremtő erejével kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=189)

Egy másik összehasonlítási dimenziót képeznek a költemények által gyakorolt hatások, melyek alapján a kutatás szempontjából két irányt lehet megnevezni. Egyik szempontból egy vers értékét megmutathatja az is, hogy mekkora érzetkülönbséget eredményez a befogadóban a mű elolvasása és értelmezése. A kitöltők mindkét megjelenési típus esetében úgy gondolták, hogy a lírai művek nagy hatást gyakorolnak a befogadóra, ám ez a klasszikus verseknél jelentkezett erőteljesebben. Az instaversek esetében érdemes megfigyelni azt is a 9. ábrán, hogy majdnem ugyanannyi megkérdezett nem tudott dönteni az állításról (23,3%), mint amennyien teljes mértékben egyetértettek azzal (21,7%).



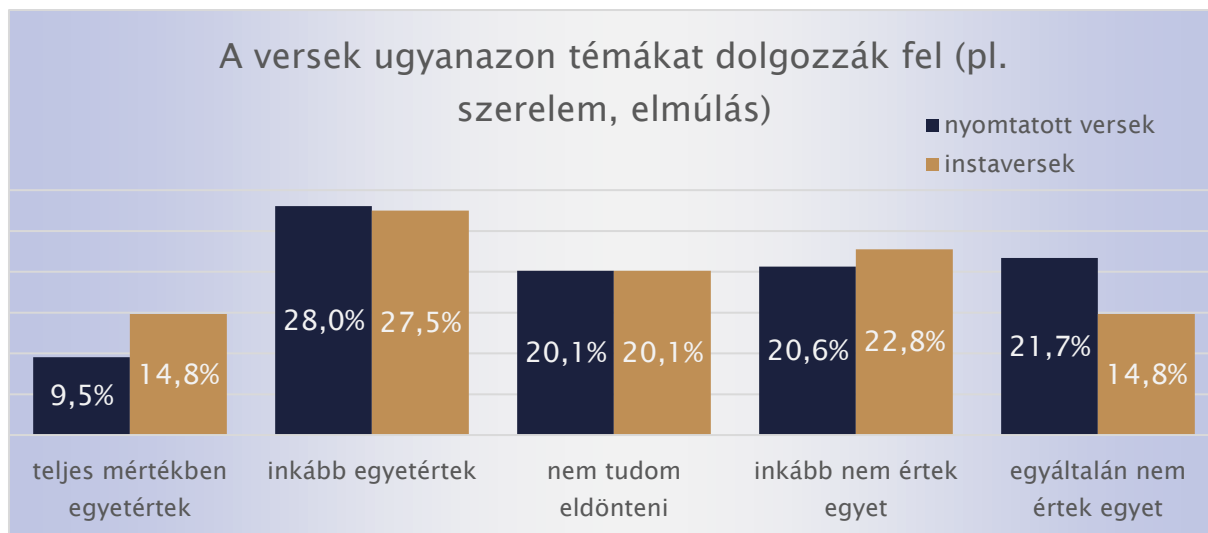
9. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek befogadóra gyakorolt hatásával kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=189)

A versek által keltett hatás másrészt nézhető egy holisztikus perspektívából. A kérdés ilyenkor az, hogy a művek befolyással vannak-e az irodalomra, illetve a lírára. A megkérdezettek 50,8%-a szerint a nyomtatott költemények teljes mértékben hatást gyakorolnak az irodalomra. Csupán 9 kitöltő (4,8%) nem értett egyet az állítással inkább vagy teljes mértékben. Ezzel szemben az instavers sokkal megosztóbbnak bizonyult. 29,1% értett egyet azzal, hogy a felületre publikált művek inkább hatással vannak az irodalomra és a lírára, és majdnem ugyanennyi kitöltő (30,7%) véleménye szerint inkább nincsenek, ahogy azt a 10. ábra is bemutatja.



10. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek irodalomra, lírára gyakorolt hatásával kapcsolatban (forrás: saját szerkesztés, N=189)

Az Instagramon megjelent költeményeket érő kritikák szerint ezen művekben ugyanazon témák kerülnek feldolgozásra. Ilyen például a szerelem és az elmúlás motívuma. Érdekes volt a felvetést visszahelyezni a klasszikus versek kontextusába is, mivel az irodalmi kánon egy része is hasonló témákon belül mozog. Ezen állítás esetén alakult ki a legnagyobb egyetértés a két formátum kitöltőinek véleményei között, a megoszlások a 11. ábrán láthatók. A minta viszont inkább adott igazat az instaversek kontraszólamának, míg a nyomtatott versekre vetítve inkább nem gondolták helytállónak a megállapítást. A témabeli pluralitás hiányának egyik okát a platformon publikált művek esetében Kemény Gabriella fejtette ki. Szerinte az instaköltemények megítélésének problémájaként felmerülhet az is, hogy a felületre alkotó szerzők főként csak egymás műveit olvassák, és nem nyúlnak vissza a klasszikusokhoz. Így törvényszerűen ugyanazon topikok fognak felmerülni, hasonló megvilágításban és stílusban. A fel- és megoldáshoz vezető utat jelenthetné, ha az instaköltők akár kortárs verseket is, de legfőképp régebbi szerzeményeket is befogadnának.



11. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek megegyező témáival kapcsolatban
(forrás: saját szerkesztés, N=189)

A mátrix után egy szabadon választható, nyitott kérdésben a kitöltők a személyes véleményüket írhatták le az instaversekről. Ezen válaszokat hat kategóriába soroltam a tartalmuk alapján. A pozitív címkét olyan állítások kapták, melyekben szerepelt a „szeretem” szó valamilyen változatban, esetleg határozószóval is („nagyon szeretem”), illetve amelyek összessége egy optimista álláspontot fogalmazott meg. Inkább pozitívnak számítanak azon vélemények, amelyek hasonló jelentésű szavakat tartalmaztak, mint a „jó” és a „korrekt”, vagy melyek globálisan, más perspektívából közelítik meg a műveket. Többen kiemelték például ebben a kategóriában az Instagramon megosztott versek azon előnyét, hogy könnyebben jutnak el egy nagyobb közönséghez:

„Szerintem a költészetet sokkal elérhetőbbé és könnyen elkezdhetővé teszik mindenki számára. Sokkal könnyebb megosztani a verseket ebben a formában.”

„Sokkal inkább olvasok el egy verset, ha szembejön velem az instán, mintha ehhez meg kéne vennem egy könyvet és felcsapni.”

A potenciális olvasókon belül többen kiemelték a művek eljutását a fiatalokhoz. Az irodalmi tartalmak megosztása a platformon akár arra is sarkallhatja az egyént, hogy a klasszikus változatokhoz is nyúljon. Ezt fejezte ki Ott Anna is, aki szerint „szuper”, hogy jelen van a költészet, és hogy erre a közösségimédia-oldalra is készülnek művek, mivel nem mindent lehet jól fogyaszthatóan és könnyen befogadhatóan közzétenni. Abban is reménykedik, hogy így, főleg a fiatalok, más költőkhöz és versekhez is eljutnak az offline térben. Gál Anna is hasonló állít, viszont ő a formán keresztül közelíti meg az olvasásnépszerűsítés témáját. Példaként

emelte ki a haikukat, illetve a szonetteket, amelyek kötöttsége akár tudattalanul is közelebb hozhatja a szépirodalmi művekhez az instaversek által a befogadót. Többen megosztották saját élményeiket a művekkel kapcsolatban, ezáltal az egyén szintjéről megközelítve a befogadóra való hatást:

„Nagyon szeretem az instaverseket (is) szinte naponta töltök azzal időt, hogy a különböző oldalakat olvasgatom, amik igazán tetszenek, azokat be is követem. Számomra nagyon ismerős élethelyzeteket dolgoznak fel, van, hogy nem is az egész vers, hanem egy-egy sora »ad erőt« egy-egy élethelyzetben, vagy inkább egy kis reményt: mindannyian hasonló élethelyzeteket élünk meg a mindennapjaink során.”

A kitöltők válaszai közül semlegesnek bizonyultak azok, amelyek nem véleményt fogalmaztak meg, hanem például az instaverseket mint egészet jellemezték a formai jellemzőikkel, a szerepükkel. Kulcsfontosságú a gondolat objektivitása ebben az esetben, ugyanis a válasz nem pozitív vagy negatív álláspontot fogalmaz meg, hanem általános tényeket a művekkel kapcsolatban. Ahol viszont önmagában ellentmondást tartalmazó vagy a művek pozitív és negatív tulajdonságait egyaránt kihangsúlyozó vélemény jelent meg, ők alkották az ambivalens csoportot. A csoportba kerülés lehetőségét olyan köztiszavak jelezték, mint például a „de” vagy az „ám”, illetve olyan szókapcsolatok, mint az „ennek ellenére”.

„Alapvetően azt gondolom, hogy izgalmas, hogy a digitális tér találkozik az irodalommal [...]. Jó, hogy a költészet egy olyan platformon is megjelenik, amit a fiatalok is használnak. Viszont jelenleg inkább káros, ami a vers műfajával történik, elhiteti az olvasóval, hogy egy könnyen befogadható, rövid, pizkozatszerű írás tele klisés, giccses képekkel lehet vers.”

„Vannak jók, de a legtöbb nagyon hasonlít egymásra, elolvasás után nincs meg az az élmény, mint amit egy szépirodalmi mű nyújt.”

A skála másik felén megjelent az inkább negatív kategória is.

„Ha minőségi, akkor úgy gondolom jobb is lehet, egy régi nagy költő művéénél, azonban többnyire szerintem nem üt meg azt a szintet, hogy tényleges költészetnek lehessen ezeket nevezni.”

Az egyik végpontot pedig a negatív címke képezte, amely túlnyomórészt kritikus véleményeket és jellemzéseket tartalmazott. A kitöltők állításai megegyeznek Kemény Gabrielláéval, aki a versek kapcsán a költők szerepét emeli ki leginkább. Úgy látja, hogy sok instaköltő a szövegét a várható vélemények és reakciók tükrében konstruálja. Így a művekből hiányzik az erős átadni

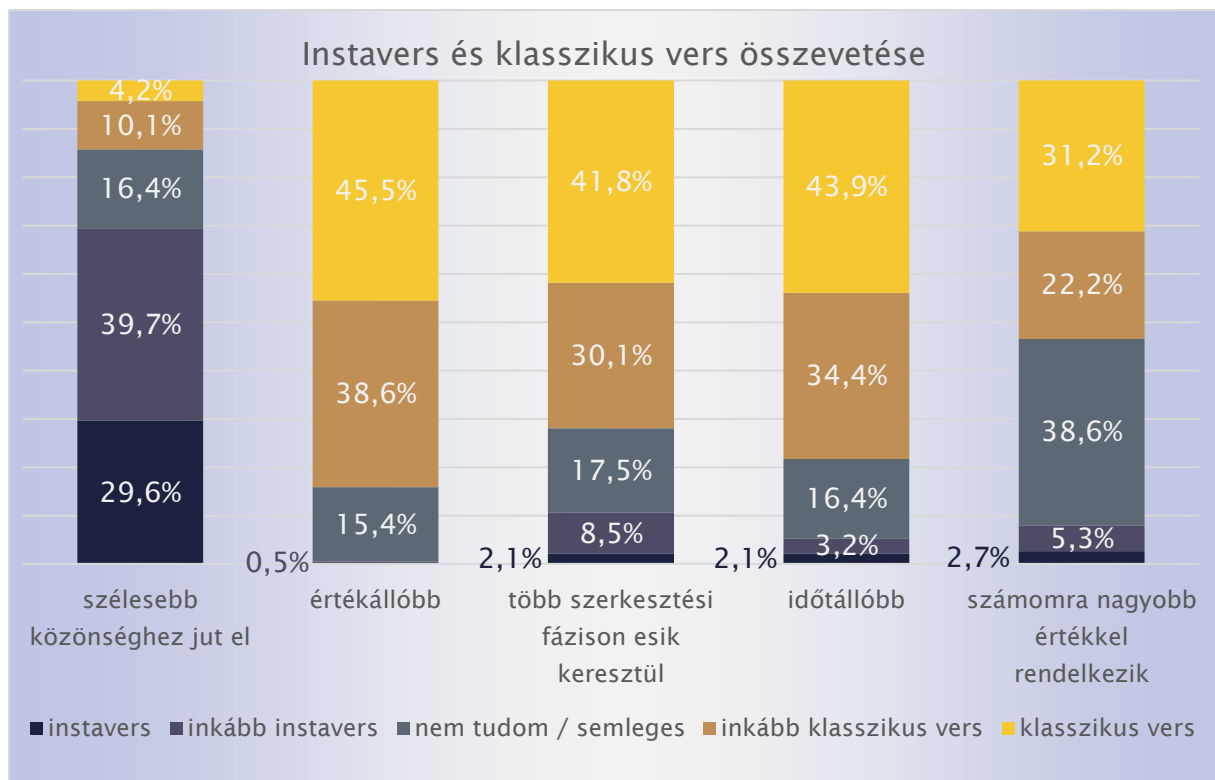
vágyás és az alkotások csupán általános, didaktikus gondolatok halmazává redukálódnak. A vélemények nagy része ugyanazokat a jelzőket említette a költeményekkel kapcsolatban.

„Irodalmi és publikációs tapasztalataim azt mutatják, hogy az instaversek sokkal nagyobb részben válogatnak nem szépirodalmi alkotásokat, ritkább a ténylegesen esztétikai értéket képviselő tartalom. Ennek oka a nagy számú önjelöltség lehet - az instaversek (a nem szépirodalmi merítés) közel állnak a dalokhoz, inkább a fiatal generációhoz szólnak, és sok esetben közhelyekből vagy (és ez a szó is az) giccsből merítenek.”

„Giccses, ripacskodó, gyakran közhelyes művek.”

Azon befogadók közül, akik jogosultak voltak előző válaszaik alapján az instaversekről szóló rész kitöltésére, 115 fő fejtette ki hosszabb-rövidebb véleményét a felületen megtalálható irodalmi művekről. Ennek kicsivel több, mint a fele (56,5%) a pozitív és az inkább pozitív kategóriát képviselte. Visszatérő motívuma volt ezen állításoknak a platform azon előnye, hogy jelentősen több befogadót ér el, mint egy nyomtatott kötet. Emellett többször megjelent a befogadóra való hatása az oldalnak, illetve az irodalmi művek térhódítása egy képmegosztásra specializálódott felületen.

Mivel a befogadók az instaversek olvasása által összehasonlítási alappal rendelkeztek, lehetőségük volt különböző állításokat elhelyezni egy skálán aszerint, hogy az adott kijelentés az Instagramon megjelent vagy a klasszikus formában publikált művekre jellemző jobban. Az öt jellemző közül egyedül egynél döntöttek a kitöltők az online versek mellett. 69,3%-uk választotta inkább vagy teljesen az instaverseket abban a tekintetben, hogy szélesebb közönséghez jutnak el. A többi állításnál szignifikánsan többen jelölték a klasszikus verseket, az arányokat a 12. ábra mutatja be. Annál a döntésnél, hogy melyik változat értékállóbb, teljesen az instaversre egyáltalán nem érkezett válasz és csak egy kitöltő választotta az „inkább instavers” opciót. A minta alapján tehát a nyomtatásban megjelent versek érték- és időtállóbbak, több szerkesztési fázison esnek keresztül, emellett a befogadó számára nagyobb értékkel rendelkeznek. Utóbbi állításnál alakult ki a legnagyobb tanácstalanság a megkérdezettek körében, ugyanis 73 fő (38,6%) nem tudott döntení vagy semlegesnek gondolta a szubjektív perspektívájából az állítás tartalmát.



12. ábra: Az instaversek és a klasszikus versek összevetése az első csoport által
(forrás: saját szerkesztés, N=189)

Az interjúalanyok közül Kemény Gabriella képviseli legrelevánsabban a kitöltők álláspontját. Véleménye szerint a platformon megjelent lírai művek többségéből hiányzik a korlenyomat, a „pontos kifejezése valaminek, amihez kötődni tudunk”. Ezáltal nem tudnak értékesek lenni az egyetemes irodalom szempontjából és nem is időtálló művek. A kánon szempontját emeli ki Ott Anna is, amelybe szerinte annak korlátoltsága miatt a fiatal költőknek alapvetően is nehéz bekerülniük. Állítása szerint azonban elengedhetetlen kiemelni az író szerepét is, ugyanis egy instaköltőnek nem feltétlen az a célja, hogy be is kerüljön az egyetemes kánonba.

Gál Anna eleve egy Instagramon és egy klasszikus formában megjelent irodalmi mű összehasonlítását is elvetné. Álláspontja alapján nem szabad egymáshoz mérni egy instaköltő és egy, már az irodalomban elismert poéta verseit, mert teljesen mások voltak az eszközök az évszázadokban arra, hogy hallassák a hangjukat. Példának Ady Endrét említi, aki anno a Nyugatba publikált, ma viszont nehezebb bekerülni egy szakmai elismertségnek örvendő, szépirodalommal foglalkozó folyóiratba. A kezdő költők mégis rendelkeznek egyfajta motivációval arra, hogy közölhessenek és megoszthassák a gondolataikat a közönséggel. Ehhez szerinte a közösségimédia-felület megfelelő teret nyújt és az instaverseket ezáltal lehet egy pozitívabb perspektívából is vizsgálni.

A mű mellett jelentős hatással rendelkezik maga a költő is. Az író egyes attribútumainak fontosságáról a válaszadók is nyilatkoztak. Először viszont elengedhetetlen volt konceptualizálni mind a kitöltők, mind az interjúalanyok által, hogy ki is a költő. A nyitott kérdésre érkező 110 válasz több ponton érintkezett egymással, így jellemzőek a visszatérő megállapítások és motívumok, azonban a válaszok pluralitása is. A kitöltők megállapításait összegezve a költő az a személy, aki verseket ír, ilyen formába foglalva adja át a gondolatait, az érzelmeit, és rendszeresen publikálja is a műveit, tehát felülettől függetlenül teszi őket elérhetővé. Ott Anna is hasonló definíciót ad a fogalomra, és szintén kiemeli az elérhetőség szerepét, mivel véleménye szerint a költő az, aki verseket ír, melyeket mások is elolvashatnak. Néhány válaszadó konkrét neveket is említett (Babits Mihály, Arany János, Ady Endre, Závada Péter), viszont a minta egy része szerint szubjektív, hogy ki a költő, ezáltal az is használhatja ezt a címkét, aki poétának tartja vagy vallja magát.

Gál Anna is hasonlóképpen gondolja, állítása szerint több irányt lehet megkülönböztetni a fogalom kapcsán. Egyrészt szépirodalmi oldalról megközelítve a költő az a személy, aki szakmailag elismert, életművel rendelkezik és az irodalmi közege által elfogadott. Másrészt szerinte is szubjektív, hogy kinek mit jelent ez a szó, és a konceptualizálása kapcsán felmerül a vers definíciójának dilemmája is.

A megkérdezettek esetében is megjelent a befogadóra való hatás mint jellemző. Kemény Gabriella is a kitöltőkhöz hasonlóan az emotív funkcióra helyezi a hangsúlyt, ugyanis elmondása alapján a költő az életének történéseit kívánja közölni a közönségével, és ennek érdekében hajlandó „mint egy csatorna” átengedni magán az eltérő érzéseket és gondolatokat. Mindezt teszi a szövegre koncentrálna, a művész szerint ugyanis a jelentés mellett fontos a nyelvi forma is. Több válaszadó ugyanígy utalást tett erre, mivel szerintük a költőknek ugyanolyan gondolataik vannak, mint az átlagembereknek, csak az előbbieki is tudják őket fejteni és fejezni az irodalom eszközeivel. Az egyik kitöltő például így nyilatkozott:

„[A költő] képes a saját hétköznapi világunkból kiszakadva egy más világba átkalauzolni minket és ott kifejezni magát.”

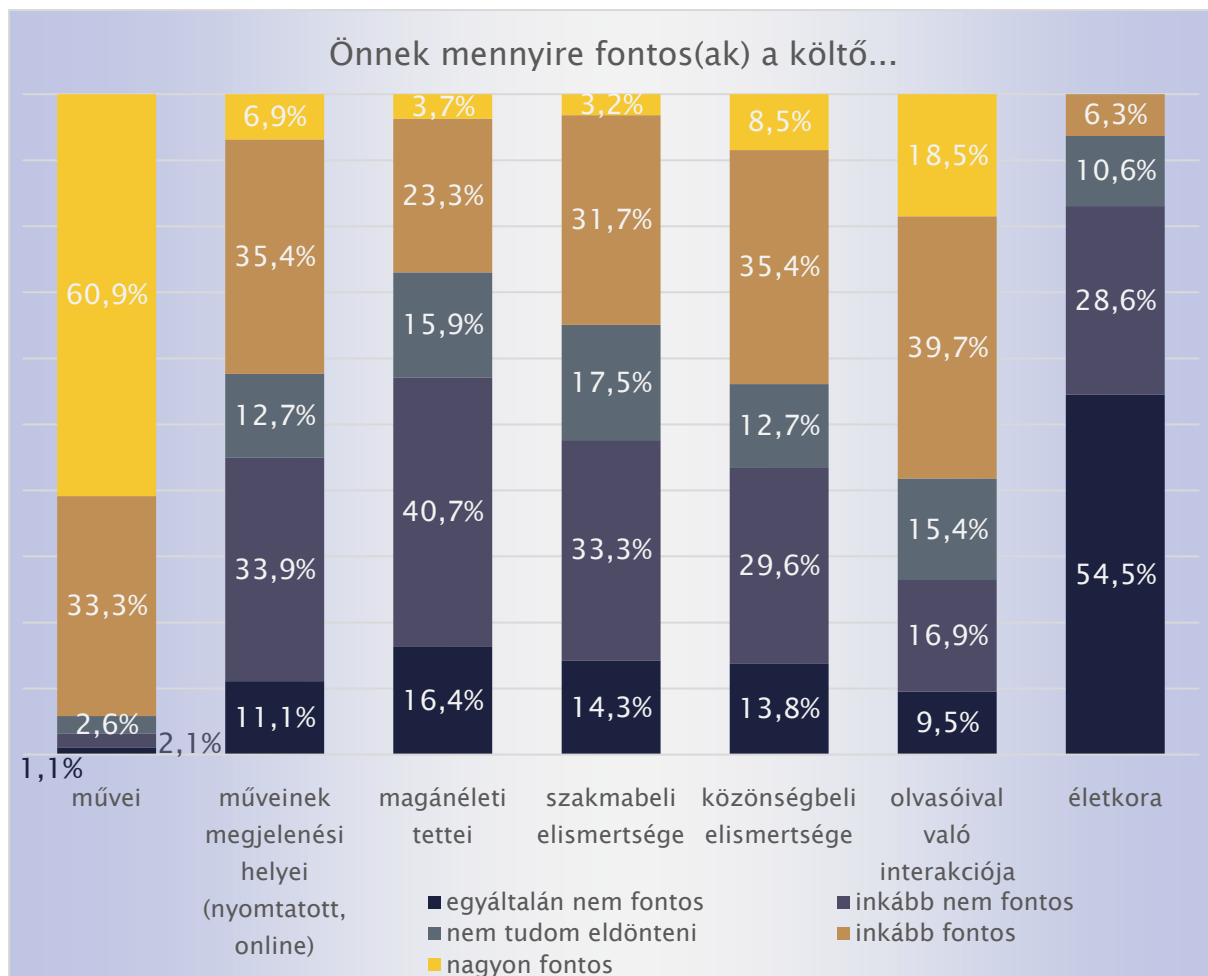
A költő kapcsán az online publikált versek esetében felmerül, hogy a szerzőik mennyire illelhetők ezzel a megnevezéssel. Az instaversek felé kritikával fordulók vetik fel az instaköltő megnevezésének problematikáját és helyzetét. Az interjúval megkérdezettek valamennyien úgy gondolják, hogy a költő titulust elvenni ezen alkotóktól nem lehet, hiszen ők is a gondolataikat osztják meg a közönséggel, az alkotások minőségétől függetlenül. Hasonlóképpen vélekedik a kitöltők egy része is, azonban a válaszadók kiemelték az alkotásba fektetett munkát is:

„Olyan személy, aki rendszeresen ír verseket, már hosszabb időtartam óta, amelyből többet publikál is. Nem gondolom ennyire szigorúnak a megítélést, hogy csak a klasszikus versek szerzői számítanak költőnek, én egy-egy instavers alkotóját is költőnek tudom kezelni akkor, ha látom az oldalán, hogy már sok-sok munkát elvégzett.”

A diskurzust nem is feltétlen a jelző generálja, hanem annak a pejoratív konnotációja – fejt ki Kemény Gabriella és Gál Anna is. Mindkettőjüket megkérdeztem arról, hogy milyen érzéseket keltett bennük, amikor valaki instaköltőnek hívta őket. A negatív felhang mellett kiemelték azt is, hogy lényeges a szellemi termékek minőségének kérdése is. Ha az egyén az alkotásainak színvonalával kiérdemli a titulust, akkor megszűnhet a jelenlegi megítélés, mivel ebben az esetben a címet csak a munkájuk kvalitásával megérdemlők viselhetnék. Ott Anna szerint magának az Instagramnak mint platformnak lett egy negatív asszociációja, amely minden tartalomkészítőt érint.

A költő fogalmának feltérképezése után a szerző egyes tulajdonságait értékelhették a kitöltők aszerint, hogy nekik mennyire fontos az adott jellemző. A válaszok arányait a 13. ábra vizualizálja. A minta számára a legkiemelkedőbb jelentőséggel a költő művei rendelkeznek (94,2%). Másodikként a poéta olvasóival való interakcióját emelték ki (58,2%), amelyre egyszerű és gyors lehetőséget nyújt a közösségi média. Könnyen elérhetővé vált a művek szerzője, akinek privát életét is nyomon lehet követni ugyanazon vagy egy másik fiókon keresztül. A magánéleti tettei a költőnek azonban a befogadók számára inkább nem fontosak (40,7%).

A műveinek megjelenési helye viszont megosztó, nagyjából ugyanannyian tartják fontosnak (42,3%), mint amennyien nem (45%). Hasonló megítélés alakult ki a szerző közönségbeli elismertsége kapcsán: 83 fő társít hozzá valamekkora mértékű jelentőséget (43,9%), 82 fő pedig nem (43,4%). Ezzel szemben a válaszadók szerint a szakmabeli elismertség nem jelent egyértelműen előnyt az olvasás során. Amit pedig a befogadó leginkább nem vesz figyelembe a mű szerzőjének kapcsán, az az életkora. Erre a kérdésre „nagyon fontos” jelölés nem is érkezett, a kitöltők 83,1%-a állítja azt, hogy ez számukra nem egy befolyásoló tényező.



13. ábra: A költő egyes jellemzőinek fontossága az első csoport számára
(forrás: saját szerkesztés, N=189)

A válaszadók két csoportja számára ezután valamennyi kérdés ugyanúgy rendelkezésre állt, tehát az illusztrációkkal kapcsolatos állításoknál már az instaversekkkel foglalkozó rész kitöltésére nem jogosult egyének is kifejthették véleményüket. Az illusztrációk önmaguk is a versekkel való kapcsolatuk tükrében kerültek megítélésre, mind a kérdőív, mind az interjú alanyai által. Mindkét esetben kihangsúlyozásra került magának a vizuális elemnek a definíciója.

Ahogy az alább a 14. ábrán is látható, a válaszadók 46,3%-a szerint inkább jellemző, hogy az illusztrációk hozzáadnak a vers értékéhez. Az interjúkban ennek a komplementerére válaszolhattak a megkérdezettek. Mindhárman úgy gondolják, hogy egy illusztráció sem vehet el a vers értékéből, még ha az rossz is. Ehhez kapcsolódva lényeges vizsgálni a vizuális elemeket esztétikai szempontból, ugyanis 90,2% szerint az illusztrációkra inkább vagy teljes mértékben jellemző, hogy esztétikai szerepet töltenek be. Kemény Gabriella élményei alapján magának az Instagramnak van egy esztétikai értéke, „csinosnak kell lennie” az adott

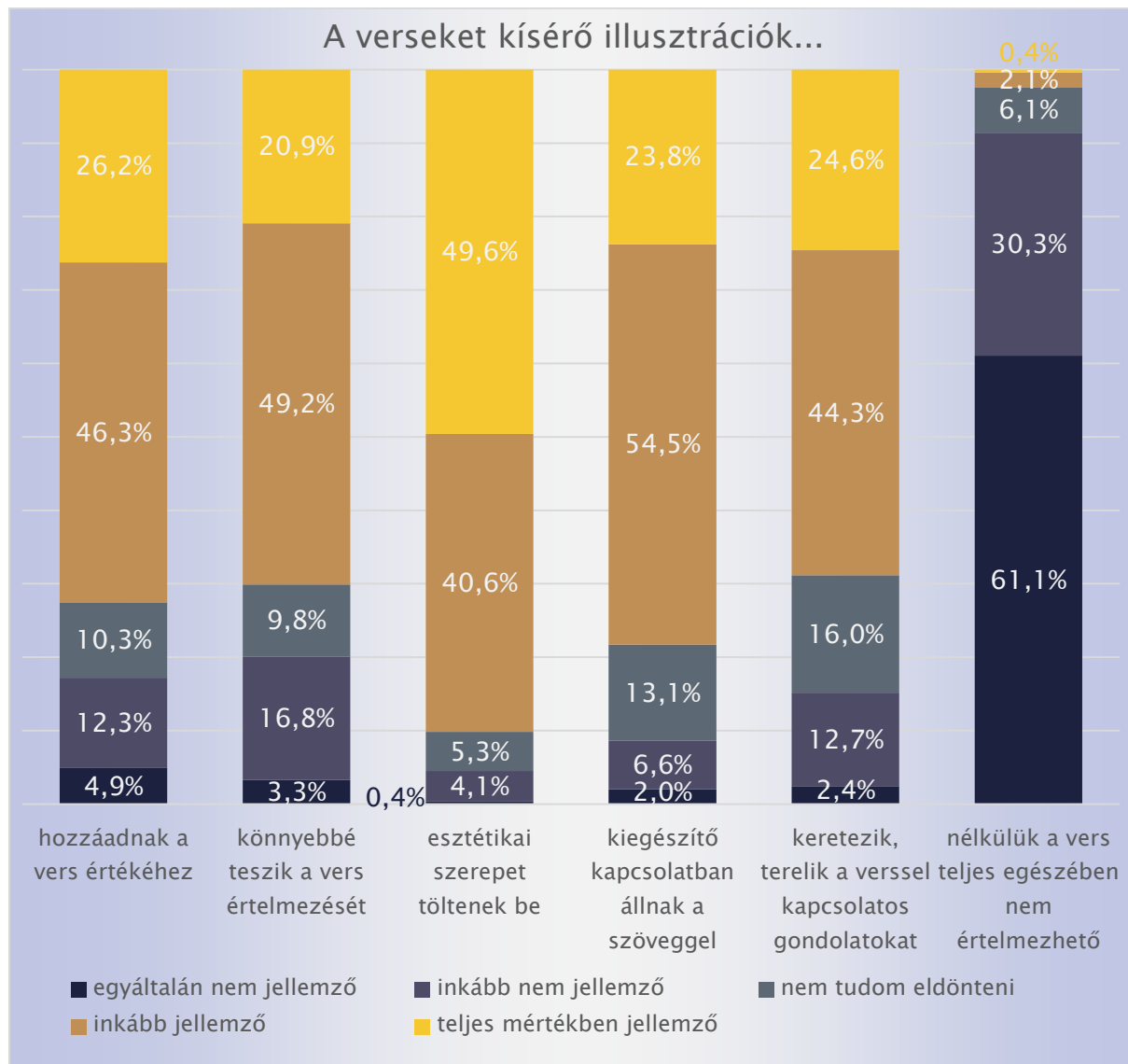
produktumnak ahhoz, hogy megragadja a befogadó figyelmét. Ez a verbális részben is megjelenik, a költő példaként említette az olyan beszélő motívumokat, mint a hajnal, a rúzs- vagy kávéfolt és a rozéfröccs. Offline formátumban a könyv mint tárgy is lehet egy illusztrációs elem, emeli ki Ott Anna. A borító, a méret, a versek tagolása is jelentőséggel bírhatnak és vizuális értéket adhatnak a nyomtatott szöveghez.

Hogy mennyiben teszik emellett könnyebbé az illusztrációk a vers értelmezését, az számtalan különböző tényezőtől függ. 120 kitöltő (49,2%) véleménye szerint inkább jellemző, hogy a vizuális elemek segítenek a lírai művek tolmácsolásában, azonban a kép konkrétumának mértéke ezt nagyban befolyásolja. Ennek kapcsán felmerül az illusztráció keretezésének mértéke, vagyis az, hogy mennyire tereli a gondolatokat egy kijelölt értelmezés felé. A válaszadók 68,9%-a értékeli a vizuális elemek kapcsán ezt az állítást inkább vagy teljes mértékben jellemzőnek. Gál Anna illúziórombolónak tartja, ha egy olyan illusztráció szerepel egy irodalmi mű mellett, amely kizárólag egy értelmezést ad az olvasónak. Elmondása alapján ebben az esetben a befogadó megfosztásra kerül a szubjektív feldolgozás lehetőségétől. Kemény Gabriella is hasonló látásmódot képvisel, szerinte a jó illusztráció teret ad a képzeletnek és nem feltétlen terel. A művész úgy látja, hogy vizuális elem esetén „kicsit lustább” az egyén, mivel nem neki kell a képet megjelenítenie magában.

A szemiotika hagyományainak szemszögéből érdemes elemezni a kép és a szöveg kapcsolatát is. A már említett framing mellett a vizuális és a verbális elem kiegészítő kapcsolatban is állhatnak, de az illusztráció szolgálhat csupán a szöveg háttérelemeként is. A minta véleménye szerint a reláció mindenképpen fennáll, 78,3% szerint az illusztrációk kiegészítő kapcsolatban állnak a szöveggel. Az elemek származhatnak ugyanattól vagy egy másik alkotótól is, az előbbi esetében releváns a költő szándéka és célja. Ott Anna például főleg akkor értelmezi az illusztrációt, ha az irodalmi termék szerzője is időt és figyelmet szánt annak kiválasztására. A művészeti vezető számára azonban soha nem volt fontos a vizuális megjelenítés, nem is feltétlen a lírai műhöz nézi őket. Bevallása szerint „felszabadító” a kép a szövegek között, viszont ha az nem egy tudatos döntésként került oda, akkor inkább csak háttérrel nyújt a verbális elemnek.

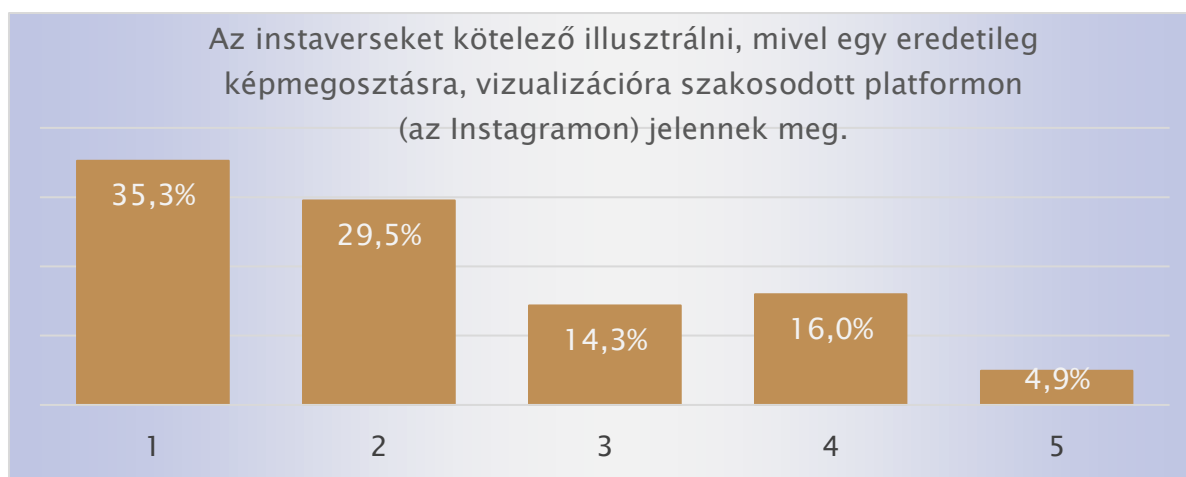
Gál Anna azt preferálja, hogyha a vizuális elem szó szerint illusztrálja a tartalmat vagy többletjelentést biztosít neki. Véleménye szerint ha a képi keret háttér, akkor valóban csak egy esztétikai feladatot lát el, viszont ha az értelmezés egyik rétege is, akkor fontos, hogy a szöveggel egyenrangú részként valamennyire konkretizáljon. Kemény Gabriella úgy érzékeli, hogy a vers és az illusztráció nem egymást jelentik, de egymás mellett szerepeltetve őket egy

teljesebb világot alkothatnak. Számára az a legérdekesebb, ahogy egy alkotáson keresztül kommunikálnak egymással különböző gondolkodású emberek. Az illusztráció azonban egyáltalán nem elengedhetetlen a kitöltők szerint, ugyanis 149 megkérdezett (61,1%) gondolja úgy, hogy a vers teljes egészében értelmezhető illusztráció nélkül is.



14. ábra: A verseket kísérő illusztrációk megítélésének megoszlása a kitöltők körében
(forrás: saját szerkesztés, N=244)

Az Instagram eredetileg egy képmegosztásra specializálódott platform, emiatt felmerül a kérdés, hogy milyen mértékben, egyáltalán kötelező-e illusztrálni a verbális elemeket. A kitöltők egy skálán értékelték az állítást, amely a 15. ábrán is megtalálható alább. 158 kitöltő (64,8%) inkább vagy egyáltalán nem értett egyet a kijelentéssel. A válaszadók többsége tehát nem érzi úgy, hogy szükséges vizuális résszel ellátni a műveket, a felület eredeti célja ellenére sem.



15. ábra: A kitöltők százalékos megoszlása az állítás értékelése során (1 – „egyáltalán nem értek vele egyet”; 5 – „teljes mértékben egyetértek vele”; forrás: saját szerkesztés, N=244)

Az interjúk során a téma kapcsán megkérdezésre került Kemény Gabriella, akinek első verseskötete is tartalmazott illusztrációkat. A költő kifejtette, hogy a vizuális megjelenítés kapcsán egyáltalán nem motiválták az Instagram képi hagyományai, mivel a kötetének ötlete már régebb óta megfogalmazódott benne. Ennek ellenére maximálisan érzi azt, hogy vizuális és verbális esztétikai értékkel is rendelkeznie kell egy versnek a platformon ahhoz, hogy népszerűvé váljon. Gál Anna instaköltőt is inkább egy komplex művészeti termék létrehozása motiválja, amikor a műveihez képet csatol, nem a felület eredeti funkciója. Fontos számára, hogy az illusztráció azt közvetíthesse, amit ő a saját képzeletében kitalált.

Nem ritka, hogy az instaköltőként a közönsége által már elismert és népszerű szerző offline formátumban is megjeleníti magát. Ebben az esetben opcióként felmerül a magánkiadás lehetősége, illetve a nagyobb kiadókkal való együttműködés. Érvek és ellenérvek mindkét oldalról hallhatók. Egy elismert kiadó nevet, piacot, marketinget, korrektúrát adhat a könyvnek, míg a magánkiadás a külső cenzúra és szerkesztés hiányában segíti az autentikus hangok megszólaltatását. Ott Anna a publikáció kapcsán úgy vélekedik, hogy nagyobb sikere lehet annak, aki nyomtatásban jelenik meg, viszont nem ér el annyi emberhez, mint az online felület esetén. Amikor a költő választ, szerinte ezt a megállapítást is értékelnie kell. A szerkesztő jelenléte az elmondása alapján rendkívüli jelentőséggel bír, „elutasítani [azt] a nulláról” pedig „egy balga hozzáállás”.

Kemény Gabriella azt tanácsolja az első kötetük megjelenését fontolgató szerzőknek, hogy először mindenképpen nagy kiadónál jelentkezzenek, ugyanis számukra rendelkezésre állhat a könyv promotálására dedikált keret. A hirdetési felületek jelentősen befolyásolhatják az

eladott példányszámok mennyiségét. A költő viszont nem veti el a magánkiadás lehetőségét sem, ugyanis napjainkban már korrektort és lektort is lehet bérelni. Gál Anna ebben az esetben azt tartja fontosnak, hogy az alkotó magában eldöntse, hogy mit szeretne képviselni és elérni az alkotásaival, és ismerje a motivációit is.

A válaszadóktól megkérdezésre került, hogy a klasszikus és az instaversek külön-külön milyen mértékben hatnak a befogadóra, illetve magára a lírára. Ezt kiegészítve az interjúalanyok a két formátum közötti kapcsolatról és hatásról mondhatták el a véleményüket. Gál Anna a kölcsönhatást inspirációként értelmezi, akár az instaköltő, akár egy nyomtatásban már publikált szerző esetében. Ott Anna ezt értelmezve tovább azt gondolja, hogy a klasszikus alkotókra akár ösztönzőleg is hathat a vers térhódítása egy másik felületen. Véleménye szerint az instaköltészet annyiban előnyt élvez az irodalmilag elfogadott formákkal szemben, hogy rögtön tud reagálni a világ vagy az egyén eseményeire, míg a vers megírásától a bekerüléséig egy adott kötetbe akár évek is eltelhetnek. Ez a helyzetelőny jelenik meg más műfajokban is, például az online hírportálok esetében a nyomtatott sajtóval szemben.

Kemény Gabriella az Instagramon publikált versek jellemzőinek megjelenését látja a klasszikus költeményekben. A platformon közzétett művek rendkívül érzékeny témákkal is foglalkoznak, és maga az írás és a megosztás egy terapeutikus folyamatot indíthat el az egyénen belül. Fontos részei így az alkotásnak a traumafeloldás és -feldolgozás, de akár a globálisabb társadalmi jelenségek is, mint például a költő által említett újhullámos feminizmus. Hasonló témákkal is foglalkoznak a kortárs versek, azonban az instaversek más jellemzőit is átveszik ezek a művek. Kemény Gabriella a költemények elkészülésének és publikálásának gyorsaságát és igénytelenségét emelte ki.

Emellett rögzítése került az interjúval megkérdezettek véleménye az instaköltészet jövőjével kapcsolatban is. Ott Anna úgy látja, hogy „nagyon nincs új a nap alatt”. Véleménye szerint az írás, a költészet mindig is egy sok munkával járó folyamat lesz, mely bizonyos szerkezeti és technikai követelményekkel jár. A művészeti vezető kiemeli a stílus és a karakterépítés szerepét. Azt állítja, hogy aki rendelkezik ezen tulajdonságokkal és az íráshoz is ért, ő túl fogja nőni a többieket és fenn fog maradni a számtalan, instaversekkel foglalkozó profil között.

Gál Anna jelenleg is a felületre publikáló alkotóként az egyén felelősségét emeli ki a műfaj jövőjét illetően. Az instaköltő saját bevallása szerint kritikusan olvas másokat, de legfőképp önmagát. Törekszik arra, hogy olyan művet osszon meg, amit szívesen olvasna egy kötetben is. Víziója alapján a költészet online formájának fenntartója lehet, ha a felületre publikáló alkotók a már meglévő műfajokat napjaink kereteiben értelmezik újra.

Kemény Gabriella ezzel szemben a társadalom szempontjából ragadja meg a kérdést. Kizárólag az instaversekre szűkítve egy realistább álláspontot képvisel. Szerinte a műfaj „betelik, kipukkad és megunják az emberek”. Globálisabb perspektívából megközelítve a költő véleménye alapján a társadalom két részre szakad: lesznek azok, akik a közösségimédia-oldalakon élik tovább életüket, illetve lesz egy csoport, akik megszüntetik jelenlétüket ezeken a felületeken, és visszatérnek a könyvolvasáshoz.

3.6. A kutatás eredményeinek összegzése

A kérdőívet kitöltők és az interjú során megkérdezett személyek viszonya is kettős az instaversekkel kapcsolatban. Egyik oldalról értik a létjogosultságát és az irodalmi műfajok, illetve formák online térbe vonulását, azonban számos kétely merül fel bennük a művek minősége kapcsán. McLuhan (1964) megállapítása annak kapcsán, hogy a médium maga az üzenet, így teljes mértékben releváns napjainkban is az üzenethordozó tekintetében. A platformon megjelent alkotások igénylik a szerző és az olvasó, illetve a szöveg és az illusztráció viszonyainak feltérképezését is.

A versek befogadása jelentős részét képezi az olvasási szokásainknak, a felületeire azonban a pluralitás jellemző. Megjelennek a nyomtatott kötetek és újságok, ezen médiumok online változatai, illetve a közösségimédia-oldalak is. Egyre több vers kerül az online tér által az olvasó elé.

A klasszikus formában publikált költemények nagyobb presztízzsel rendelkeznek az instaversekhez képest, és a társadalmi tendenciák tekintetében ez a megállapítás valószínűleg helyt fog állni a jövőben is. A kitöltők és az interjúalanyok saját bevallásuk szerint is másképp fordulnak egy online, illetve egy nyomtatásban megjelent műhöz. Fontos szerep jut a párbeszédnek a nyomtatott és a közösségimédia-oldalon megjelent versek között, így lehet, hogy a két forma dinamikus kölcsönhatásában rejlik magának a műfajnak a jövője.

A kutatásban megkérdezettek vélekedései alapján a költő legnagyobb részben a művei által kerül megítélésre, azonban számos más tényező is hatással van a befogadó attitűdjére a versek szerzőjével kapcsolatban. A poéta interakciója az olvasókkal különösen jelentős a minta válaszadói számára, míg a magánéleti tettei kevésbé. A szakmabeli és a közönségbeli elismertség sincs szignifikáns befolyással az alkotó közönségére.

Annak ellenére, hogy az instaversek egy szinte csak képek által kommunikáló és felépülő platformon kerülnek megosztásra, a megkérdezettek szerint egyáltalán nem kötelező

illusztrációt is csatolni az ott megjelent művekhez. Ha viszont a szerző mégis így tesz, elengedhetetlen, hogy a vizuális elem hozzáadjon a vers értékéhez, és kiegészítő kapcsolatban álljon a szöveggel. A kutatás eredményei rámutattak azonban arra is, hogy óvatosan szükséges azonban megközelíteni a képiség eszközeit, mert azok könnyen rendelkezhetnek egy keretező, terelő konnotációval az értelmezések kapcsán.

4. Hipotézisvizsgálat

H1: Az instaversek megítélése negatívabb a klasszikus versekéhez képest a különböző dimenziók (kulturális érték, a költő pályájának segítése, a szerző olvasótáborának növelése, közösségteremtő erő, befogadóra való hatás, irodalomra való hatás, témafeldolgozás) mentén történő összehasonlításuk során.

A próba egy 189 elemű minta és a nyomtatott, illetve az online verseket feldolgozó és összevető kérdőívrészek segítségével történt. A felvetés beigazoltnak tekinthető, mivel a kutatási eredmények azt mutatják, hogy a befogadók a klasszikus verseket érték- és időtállóbbnak és jobban szerkesztettnek gondolják, mint az Instagramon megjelent műveket. Emellett a minta szerint a nyomtatásban megjelent költemények jelentősebb hatást gyakorolnak mind az egyénre, mind az irodalomra, sőt, nagyobb kulturális értékkel is rendelkeznek, mint az instaversek.

H2: Az instaversek olvasók általi szubjektív megítélése pozitív.

Az állítás verifikálásra került a felületre publikált költeményekhez kapcsolódó, nyitott kérdés által. A semleges állításoktól megtisztított minta 62%-ának véleménye tartalmazott inkább vagy teljesen pozitív kijelentéseket, amelyeket az interjúalanyok egy része is alátámasztott.

H3: Az instaverseket kísérő vizuális elemek kiegészítő kapcsolatban állnak a szöveggel, és nem hierarchikus viszonyba.

A harmadik hipotézis az illusztrációk helyzetét vette vizsgálódási alapul. A válaszadók 78,2%-a szerint inkább vagy teljes mértékben jellemző a szöveggel való, kiegészítő kapcsolat a képi motívumokra, így a hipotézis elfogadottnak tekinthető.

H4: Az instaverseket kísérő vizuális elemek keretezik a befogadóban kialakult értelmezéseket.

Az illusztrációkhoz köthető még a negyedik hipotézis is. A kitöltők 68,9%-a gondolja a vizuális elemeket keretezőnek, tehát ez a megállapítás is beigazolódott.

H5: Azon befogadók számára, akik egyaránt olvasnak nyomtatásban és közösségimédia-felületen publikált verseket, egyáltalán nem fontos a szerző műveinek megjelenési helye.

A publikálás helye az alapja az ötödik hipotézisnek. A feltevés megcáfolódott, ugyanis a nyomtatott formában és közösségi platformon is verset olvasók közül csupán 7 kitöltő (6,5%) jelölte meg, hogy egyáltalán nem fontos nekik a szerző műveinek megjelenési helye. Az inkább nem fontos opciót 34 fő (31,8%) választotta, így a feltevés körét kibővítvé sem igazolódik be a hipotézis.

5. Összefoglalás

5.1. Következtetések

A kulcsszó azt instaversekkel kapcsolatban az ambivalencia. Az irodalmi helyzetük az újszerűségük miatt bizonytalan, és a közösségi platformon belül is eltérő szerepeket képviselnek a megszokott tartalmakhoz képest, ahogy az a kitöltők véleményeiből kiderült. Számos sikertörténet, de ugyanannyi csalódás is társul a költeményekkel foglalkozó profilokhoz.

Ahogy az a tanulmányban megjelent, a művek megítélését három tényező befolyásolhatja a legjobban: a befogadó, a költő és a hordozófelület. Ha a három pillér közül egyik is hiányos, az egész alkotás azzá válik. A befogadók és az interjúval megkérdezettek állításait összefoglalva, ha nincs, aki elolvassa a verset, nem valósul meg az irodalom diverz célja, legyen szó gyönyörködtetésről, nevelésről, tudásátadásról, vagy más motivációról. Ha a szerzőben nincs meg az érzelmek és az állapotok átadásának vágya, a mű csak egy üres váz marad. A platform maga pedig az egyén attitűdjét változtatja meg a vers befogadása kapcsán.

A jelenlegi folyamatokat elemezve az instaversek feltehetőleg egyre nagyobb részét fogják képezni a közösségimédia-felületnek, azonban hosszabb távon csak a minőségi alkotások fognak fennmaradni. Ezt a megállapítást a három témában érintett személy és a kitöltők véleménye is alátámasztja. Az oldalon megjelent művekhez társított asszociációkat jelentősen befolyásolják az irodalomban jártas és elismert személyek véleményei az ott megjelent költeményekkel kapcsolatban, ahogy azt az interjúalanyok is kifejtették. Hatalmas szerep jut tehát a kritikusoknak, a már befutott íróknak, de a kezdő szerzőknek is, hogy olyan minőségben tegyenek közzé tartalmat, amely egy bizonyos színvonalat képvisel.

5.2. Limitációk

A kutatás mintavételi eljárásából adódóan elképzelhető, hogy a megkérdezés egy reprezentatív mintán elvégezve más eredményekhez vezetne. Még több kitöltés esetén is pontosabb eredmények születhettek volna. A válaszadók emellett a véleményeiket részletesebben is kifejezhatték volna fókuszcsoporthoz tartozó interjúk keretében, amely további kutatási irányként feltehetőleg befolyásolhatja a szubjektív, nyitott kérdések eredményeit. Az interjúk során három perspektíva került bemutatásra, azonban ezek bővítése valószínűleg még inkább árnyalta volna a kérdéskörrel kapcsolatos attitűdöket.

Mivel egy új kutatási területről esik szó a tanulmányban, lényeges felhívni a figyelmet a folyamatosan változó értelmezésekre. A téma kifejezőkészlete rendkívül rugalmasan értelmezendő szavakat tartalmaz, melyek konceptualizálása elengedhetetlen, azonban jelenleg teljes mértékben a kutató feladata. Más interpretációk más eredményeket szülhetnek, jelen dolgozat sem mentes ezen kijelentés alól.

5.3. Jelentőség

Az instaversek egyre népszerűbbek a közösségimédia-oldalon, egyre több ezzel foglalkozó fiók jön létre, ahogy azt az Instagram növekvő mutatói is alátámasztják. Kitüntetett, mégis idegen helyzetben léteznek az irodalmon belül, mivel megírásuk mögött az online megosztás motivációja áll, és lehetőséget adnak az azonnali visszajelzésre is. A művek az esetek többségében egyesítik magukban a képet és a szöveget, ezzel egy komplex szemiotikai terméket hozva létre. A terület rendkívül sokszínű, viszont újszerűsége miatt kommunikáció- és médiatudományi szempontból nemzetközileg ritkán, a hazai szakirodalomban pedig még egyáltalán nem vizsgált jelenség.

A kutatási eredmények szerint az itthoni közönség fogékony akár az instaversekre, akár az illusztrációkra offline és online formában egyaránt, viszont a klasszikus versek presztízse és pozíciója változatlan. A minta kis százaléka rendelkezik markáns véleményekkel az online platformon publikált művekkel kapcsolatban. A többség nyitott az új formákra és megjelenítési módokra, de akadnak fenntartásaik. A legnagyobb problémát a befogadók meglátása szerint a költemények sablonszerűsége, igénytelensége és közhelyszerűsége képezi.

Az interjúk három különböző, mégis több ponton megegyező perspektívát mutattak be. A megkérdezett szakmabeliek véleménye egy bizonyos mértékben képviseli az irodalmi körök álláspontját a témával kapcsolatban. Hogy az instaversek mennyire tudnak bekerülni az

irodalmi kánonba és elfogadott részeivé válni annak, teljes mértékben a jövő kérdése, derült ki a dolgozat felméréséből.

Jelen kutatás nem pusztán a potenciális befogadóknak ad egy releváns körképet a versek hazai helyzetéről, hanem a költőknek is támpontot adhat a későbbiekre vonatkozóan. A változó tendenciák tekintetében pedig fontos az instaversek pillanatnyi elismertségének és szerepének a rögzítése. Emellett az említett tudományterületek (szemiotika, újmédia, irodalomtudomány) a téma interdiszciplinaritása által mind-mind kiegészülnek új kutatási kérdésekkel és témákkal.

5.4. További irányok

A kutatás fundamentális jellege miatt egy bevezetést nyújt az instaverseket övező kérdésekbe. Az újmédia, a szemiotika és az irodalomtudomány általi megközelítések valamennyien alkalmasak külön, kizárólag az adott területre koncentráló tanulmányokra. A jelenlegi kutatás így kiindulópontjául szolgálhat a tudományrészek későbbi, exkluzív vizsgálódásai számára.

A remediáció kapcsán érdemes lehet feltérképezni a befogadó attitűdjét ugyanazon lírai mű esetén, amely más-más platformon jelent meg. A hozzáállás vizsgálása segíthetne a kérdés eldöntésében, hogy milyen mértékben számít a mű minősége, és mennyiben a felület típusa. A minta két csoportra bontása érdekes eredményekkel szolgálhatna a tudományterület kapcsán.

Jelen kutatás interjúi más nézőpontok bevonásával még részletesebb körképet adhatnak az instaversekről. További költők, instaköltők és az irodalomért tett munkájuk által elismert személyek bevonása még inkább elősegítené a vélemények pluralitását. Új perspektívák is megjelenhetnének, például a kiadóvezető, az illusztrátor és a kritikus álláspontja is.

A vershez kapcsolódóan más művészeti területek is releváns kutatási anyagot biztosíthatnak, ilyen például a zene. Elemi felvetés lehet, hogy mi számít versnek és mi dalszövegnek, illetve, hogy mennyire átjárható a két műfaj. A megzenésített irodalmi művek például a két művészeti ág keresztmetszeteként érdekes elemzési irányt nyújthatnak. A befogadók, a zenei szakma előadói és dalszövegírói koherens képet adhatnak az említett területről.

A kutatás és a személyes tapasztalataim szerint érdemes magát a témát nyitottan és érdeklődéssel megközelíteni. Az instaversek tartalmukban hasonlóan nyújthatnak, mint a klasszikus versek: vannak jobbak, kevésbé jobbak, és befogadója válogatja, hogy kinek melyik nyeri el a tetszését. Mint minden más esetben, ebben is a szubjektív megtapasztalás élménye a célravezető. Nem szabad első látásra ítélni, ahogy az életben, úgy az instaversekkel kapcsolatban sem.

Hivatkozások

- Avraham, E. & Ketter, E. (2012). The social revolution of tourism marketing. The growing power of users in social media tourism campaigns [A turizmusmarketing közösségi forradalma. A felhasználók növekvő ereje a közösségi média turizmuskampányaiban]. In: *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(4), 285–294.
- Barthes, R. (1964). A kép retorikája. In: *Filmkultúra*, 5, 64–72.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies* [Mitológiák]. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Barthes, R. (1976). A szemiotika elemei. In: *Válogatott írások* (pp. 9–92). Budapest: Európa Kiadó.
- Berens, K. I. (2019). *E-Lit's #1 Hit. Is Instagram Poetry E-literature?* [Az online irodalom toplistása. Online irodalom-e az Instagram költészete?]. In: <https://doi.org/10.7273/9sz6-nj80> (Letöltés dátuma: 2021. 02. 14.)
- Bissett, A. [Ariel Bissett]. (2018). *#poetry. Official Documentary* [#költészet. Hivatalos dokumentumfilm] (videó). In: <https://www.youtube.com/watch?v=bu215ixgjtY> (Letöltés dátuma: 2021. 02. 17.)
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media* [Remediatizáció. Az újmédia megértése]. Cambridge: MIT Press.
- Bolter, J. D. (2019). *The Digital Plenitude. The Decline of Elit Culture and the Rise of Digital Media* [A digitális teljesség. Az elit kultúra elutasítása és a digitális média felemelkedése]. Cambridge: MIT Press.
- Fehér K. (2016). *Digitalizáció és új média*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Halle, M. & Jakobson, R. (1956). *Fundamentals of Language* [A nyelv alapjai]. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Instagram. (2021a). *A #instapoem címkét tartalmazó posztok száma*. In: <https://www.instagram.com/explore/tags/instapoem/> (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)
- Instagram. (2021b). *A #instapoetry címkét tartalmazó posztok száma*. In: <https://www.instagram.com/explore/tags/instapoetry/> (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)
- Instagram. (2021c). *A #instavers címkét tartalmazó posztok száma*. In: <https://www.instagram.com/explore/tags/instavers/> (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)

- Instagram. (2021d). *A #kortársirodalom címkét tartalmazó posztok száma*. In: <https://www.instagram.com/explore/tags/kort%C3%A1rsirodalom/> (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)
- Instagram. (2021e). *Rupi Kaur (@rupikaur_) követőszáma*. In: <https://www.instagram.com/rupikaur/> (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)
- Jakobson, R. (1985). *Verbal Art, Verbal Sign, Verbal Time* [A szóbeliség művészete, jele, ideje]. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Kaur, R. (2020). *I'm surprised I got out at all* [Meglepett, hogy egyáltalán kijutottam]. In: https://www.instagram.com/p/CH_bjTwhPGt/ (Letöltés dátuma: 2021. 03. 20.)
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man* [A média megértése. Az emberiség kiterjesztése]. Cambridge: MIT Press.
- Mitchell, W. J. T. (1996). Word and Image [Szó és kép]. In: Nelson, R. S. & Shiff, R. (szerk.), *Critical Terms for Art History* [A művészettörténet elengedhetetlen kifejezései] (pp. 51-61). Chicago: The University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. (2008). A képi fordulat. In: Blaskó Á. & Margitházi B. (szerk.), *Vizuális kommunikáció. Szöveggyűjtemény* (pp. 171–198). Budapest: Typotex.
- Moriarty, S. (2005). Vizuális szemiotika. Elmélet. In: Blaskó Á. & Margitházi B. (szerk.), *Vizuális kommunikáció. Szöveggyűjtemény* (pp. 5–108). Budapest: Typotex.
- Myat, K. (2010). Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet. In: *Médiakutató, 2010. nyár*
- Peirce, C. S. (1932). A jelek felosztása. In: Horányi Ö. & Szépe Gy. (szerk.), *A jel tudománya. Szemiotika* (pp. 23–38). Budapest: General Press Kiadó.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials* [Vizuális módszertan. Bevezetés a vizuális anyagok interpretációjába]. London: Sage Publications.
- Rue, J. M. (2019). *The Future of Poetry in the Digital Era. Instapoetry and Remediation* [A költészet jövője a digitális korszakban. Instaköltészet és remediáció] (MA szakdolgozat). Utrecht: Utrecht University.
- Tankovska, H. (2021). *Number of monthly active Instagram users from January 2013 to June 2018* [A havi aktív Instagram felhasználók száma 2013 januárjától 2018 júniusáig]. In:

<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>

(Letöltés dátuma: 2021. 03. 13.)

van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and iconography [Szemiotika és ikonográfia]. In: Jewitt, C. & van Leeuwen, T. (szerk.), *Handbook of Visual Analysis* [A vizuális elemzés kézikönyve] (pp. 92–118). London: Sage Publications.

Ábrajegyzék

1. ábra: Rupí Kaur egyik instaverse	1
2. ábra: A kitöltők válaszainak százalékos megoszlása a versolvasásuk gyakoriságáról	15
3. ábra: A nyomtatott formában megjelent versek megítélésének megoszlása különböző dimenziók mentén	18
4. ábra: Az első csoport válasza az instaversek olvasásának gyakoriságával kapcsolatban	19
5. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek kulturális értékével kapcsolatban .	20
6. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek pályasegítő szerepével kapcsolatban	21
7. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek olvasótábor-növelő erejével kapcsolatban	22
8. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek közösségteremtő erejével kapcsolatban	23
9. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek befogadóra gyakorolt hatásával kapcsolatban	23
10. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek irodalomra, lírára gyakorolt hatásával kapcsolatban	24
11. ábra: Az első csoport válaszainak megoszlása a versek megegyező témáival kapcsolatban	25
12. ábra: Az instaversek és a klasszikus versek összevetése az első csoport által	28
13. ábra: A költő egyes jellemzőinek fontossága az első csoport számára	31
14. ábra: A verseket kísérő illusztrációk megítélésének megoszlása a kitöltők körében	33
15. ábra: A kitöltők százalékos megoszlása az állítás értékelése során	34

Mellékletek

1. melléklet: Az online kérdőív



#instaköltészet, #illusztrációk

Kedves Kitaláló!

Bognár Bálint György vagyok, a Budapesti Corvinus Egyetem másodéves kommunikáció- és médiatudomány szakos hallgatója. A Tudományos Diákköri Konferenciához (TDK) és leendő szakdolgozatomhoz kapcsolódó kutatásom célja felmérni a befogadó attitűdjét az Instagramon megosztott versekkel, illetve a versek és a különböző illusztrációk viszonyával kapcsolatban.

A kérdőív teljesen anonim, kitöltése maximum 7 percet vesz igénybe.

Amennyiben érdeklik a kérdőív és a kutatás eredményei, kérem, jelezze az alábbi e-mail-címen: balint.bognar@stud.uni-corvinus.hu

Köszönöm, hogy kitöltésével hozzájárul a tanulmányom és a kutatásom sikerességéhez!

***Kötelező**

Ön milyen gyakran olvas verseket saját indíttatásból? *

Kiválasztás

Milyen megjelenési formában olvas verseket?

Több opciót is választhat!

☐ nyomtatott kötetben

☐ nyomtatott újságban

☐ online/e-book kötetben

☐ online újságban

☐ közösségi média-oldalon (pl. Facebook, Instagram)

Ön mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? A nyomtatott formában megjelent versek... *

	egyáltalán nem értek egyet	inkább nem értek egyet	nem tudom el dönteni	inkább egyetértek	teljes mértékben egyetértek
kulturális értékkel rendelkeznek	☐	☐	☐	☐	☐
segítik egy kezdő költő pályáját	☐	☐	☐	☐	☐
célja a szerző olvasótáborának növelése	☐	☐	☐	☐	☐
közösségteremtő erővel rendelkeznek	☐	☐	☐	☐	☐
nagy hatást gyakorolnak a befogadóra	☐	☐	☐	☐	☐
hatással vannak az irodalomra, a lírára	☐	☐	☐	☐	☐
ugyanazon témákat dolgozzák fel (pl. szerelm, elmúlás)	☐	☐	☐	☐	☐

Következő

Instaversek - bevezető

Ön regisztrált felhasználója az Instagram oldalának? *

☐ igen

☐ nem

Vissza Következő

Instaversek - bevezető

Kérem, olvassa el az Instaversek jellemzőit!

Az „instaversek” kifejezés az Instagram felületén megosztott versekre vonatkozik, melyek azzal a céllal is íródtak, hogy az oldalon megosztásra kerüljenek. Szerzői amatőr vagy már elismert írók, költők. A verseket gyakran kíséri kép, illusztráció, festmény, vonarajz vagy egyéb vizuális termék. Formájuk rendkívül változatos, de jellemzően szabadversek, rímek nélkülek és rövidiek. (saját definíció)

Ön találkozott már instaverssel? *

☐ igen

☐ nem

Ön olvasott már Instaverset? *

☐ igen

☐ nem

Vissza Következő

Instaversek - attitűd, vélemény

Milyen gyakran olvas instaverseket? *

Kiválasztás

Ön követ instaverssel kapcsolatos fiókokat Instagramon? *

☐ igen

☐ nem

Ön mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Az instaversek... *

	egyáltalán nem értek egyet	inkább nem értek egyet	nem tudom el dönteni	inkább egyetértek	teljes mértékben egyetértek
kulturális értékkel rendelkeznek	☐	☐	☐	☐	☐
segítik egy kezdő költő pályáját	☐	☐	☐	☐	☐
célja a szerző olvasótáborának növelése	☐	☐	☐	☐	☐
közösségteremtő erővel rendelkeznek	☐	☐	☐	☐	☐
nagy hatást gyakorolnak a befogadóra	☐	☐	☐	☐	☐
hatással vannak az irodalomra, a lírara	☐	☐	☐	☐	☐
ugyanazon témákat dolgozzák fel (pl. szerelem, elmúlás)	☐	☐	☐	☐	☐

Mi a személyes véleménye az instaversekről?

Saját válasz

Kérem, válassza ki az alábbi állítások közül, melyik vonatkozik véleménye szerint az instaversre és melyik a klasszikus versre! *

Klasszikus vers alatt eredetileg nyomtatásban megjelent verset értünk.

	instavers	inkább instavers	nem tudom / semleges	inkább klasszikus vers	klasszikus vers
szélesebb közönséghez jut el	☐	☐	☐	☐	☐
értékállóbb	☐	☐	☐	☐	☐
több szerkesztési fázison esik keresztül	☐	☐	☐	☐	☐
időtállóbb	☐	☐	☐	☐	☐
számomra nagyobb értékkel rendelkezik	☐	☐	☐	☐	☐

Instaköltők, költők

Ön szerint ki a költő?

Saját válasz

Önnek mennyire fontos(ak) a költő... *

	egyáltalán nem fontos	inkább nem fontos	nem tudom el dönteni	inkább fontos	nagyon fontos
művei	☐	☐	☐	☐	☐
műveinek megjelenési helyei (nyomtatott, online)	☐	☐	☐	☐	☐
magánéleti tettei	☐	☐	☐	☐	☐
szakmabeli elismerése	☐	☐	☐	☐	☐
közönségbeli elismerése	☐	☐	☐	☐	☐
olvasóival való interakciója	☐	☐	☐	☐	☐
életkora	☐	☐	☐	☐	☐

Vissza

Következő

Ön mit gondol a verseket kísérő illusztrációkról? *

Illusztráció lehet fotó, festmény, vonalrajz vagy egyéb vizuális termék, mely megjelenhet akár a vers részeként (háttereként, elemeként) vagy önálló egységként.

	egyáltalán nem jellemző	inkább nem jellemző	nem tudom el dönteni	inkább jellemző	teljes mértékben jellemző
hozzáadnak a vers értékéhez	☐	☐	☐	☐	☐
könnyebbé teszik a vers értelmezését	☐	☐	☐	☐	☐
esztétikai szerepet töltenek be	☐	☐	☐	☐	☐
kiegészítő kapcsolatban állnak a szöveggel	☐	☐	☐	☐	☐
keretezik, terelik a verssel kapcsolatos gondolatokat	☐	☐	☐	☐	☐
nélkülük a vers teljes egészében nem értelmezhető	☐	☐	☐	☐	☐

Instavers és illusztráció

Ön mit gondol az alábbi állításról? *

Az instaverseket kötelező illusztrálni, mivel egy eredetileg képmegosztásra, vizualizációra szakosodott platformon (az Instagramon) jelennek meg.

	1	2	3	4	5	
egyáltalán nem értek vele egyet	☐	☐	☐	☐	☐	teljes mértékben egyetértek vele

Vissza

Következő

Demográfia

Neme *

- ☐ nő
- ☐ férfi
- ☐ nonbináris

Életkora *

Kiválasztás ▼

Lakhelyének típusa *

Kiválasztás ▼

Mivel foglalkozik jelenleg ideje nagy részében? *

Kiválasztás ▼

Vissza

Küldés

2. melléklet: Interjú I. - kérdések Kemény Gabriellához

Versolvasásról

1. Költőként, művészként, az irodalommal foglalkozó Instagram-fiókok megkerülhetetlen alakjaként hogyan tapasztalod, mekkora népszerűségnek örvendenek jelenleg a versek a magyar, illetve az angol lakosság körében?

Instaversről

2. Az Instagram egy eredetileg képmegosztásra szakosodott közösségi platform. Évekkel ezelőtt kezdődött el egy tendencia, amely részeként amatőr vagy már elismert írók, költők osztják meg műveiket a közösségi platformon. A verseket gyakran kíséri fotó, illusztráció, festmény, vonalrajz vagy egyéb vizuális termék. Az „instavers” kifejezés az Instagram felületén megosztott versekre vonatkozik, melyek azzal a céllal íródtak, hogy az oldalon megosztásra kerüljenek. Az online megjelenés nem zárja ki az offline jelenlétet, például összegyűjtött instaversekből jelenhet meg fizikai verseskötet, vagy éppen a platformon nyert népszerűsége által van a szerzőnek lehetősége megjelentetni a műveiből gyűjteményt, akár könyvkiadó, akár magánkiadás útján, melynek potenciális vásárlórétegét jelentik a követői.

Mi a véleményed az instaversek irodalomban elfoglalt helyéről, értékéről, lehetőségeiről?

3. Egyik hipotézisem szerint sokan gondolják úgy, hogy az instaversek kisebb értékkel rendelkeznek, mint a nyomtatásban megjelent versek. A költők és kritikusok véleménye is hasonló: szerintük az instaversek kulturális értékkel nem rendelkeznek, a „vers” elnevezést sem érdemlik meg.

Véleményed szerint mennyire egyeztethető össze értékileg egy instavers egy nyomtatásban megjelent verssel (érték alatt gondolj kulturális értékre, időtállóságra, illetve a befogadó egyénben a vers által keletkező értékekre)?

Költőkről

4. Egy másik kritika az instaverseket érintően a szerzők megnevezése. Az „instaköltő” kifejezés azon egyénekre vonatkozik, akik a közösségimédia-felületen azzal a céllal vannak jelen, hogy megosszák műveiket követőikkel, illetve a felület felhasználóival. Vannak, akik bátran vállalják fel az instaköltő elnevezést, vannak viszont, akik negatív konnotációja miatt elkerülik azt. Megkérdőjeleződik magának a költőnek a fogalma, illetve, hogy mi kell ahhoz, hogy az egyén költővé válhasson.

Hogyan konceptualizálnád azt a szót: költő? Ki a költő?

5. Számodra milyen érzés, ha valaki instaköltőnek hív?

Illusztrációkról

6. Mi a véleményed az akár online, akár offline formában megjelent verseket kísérő illusztrációkról (legyen az egy fotó, festmény, vonalrajz, vagy egyéb vizuális termék)? Mennyire egészíti ki a verset? Inkább háttér, vagy a verssel egyenrangú elem?

7. Mennyire tereli az illusztráció a verset elolvasó befogadó gondolatait egy konkrétabb értelmezés felé? Ronthat-e az illusztráció a vers értékén?

8. A verseskötetekben megjelenő illusztrációk lehetnek az instaversek következményei: Rupí Kaur vonalrajzainak megjelenése teljesen mást sugall, mint egykor az angol romantika költői gondolták: ők ugyanis azt vallották, hogy az illusztráció az idősebb korosztálynak szánt műveket gyermekirodalmi szintre „degradálja”.

Miért döntöttél a Zsebuniverzum című köteted illusztrálása mellett? Motiváltak-e az Instagram (mint képmegosztó platform) hagyományai vagy egy komplex művészeti termék (kép+szöveg) létrehozása?

Kiadásról, jövőről

9. Nem ritka, hogy az online versek offline kötetekké válnak, akár kiadó, akár magánkiadás útján. Sokan érvelnek amellett, hogy egy elismert kiadó nevet, piacot, korrektúrát adhat. A magánkiadás mellett szól viszont az autentikus hangok megszólalása, külső cenzúra és szerkesztés nélkül.

Mennyire értesz egyet az egyik vagy a másik táborral, mik a személyes meglátásaid?

10. Véleményed szerint az instaversek és a klasszikus (nyomtatott) versek milyen mértékben hatnak egymásra (ha hatnak egymásra egyáltalán)? Lehet az instavers magának a műfajnak a jövője?

3. melléklet: Interjú II. - kérdések Ott Annához

Versolvasásról

1. Művészeti vezetőként, irodalmárként, alaphól olvasást népszerűsítő személyként hogyan tapasztalod, mekkora népszerűségnek örvendenek jelenleg a versek a magyar lakosság körében?

Instaversről

2. Az Instagram egy eredetileg képmegosztásra szakosodott közösségi platform. Évekkel ezelőtt kezdődött el egy tendencia, amely részeként amatőr vagy már elismert írók, költők osztják meg műveiket a közösségi platformon. A verseket gyakran kíséri fotó, illusztráció, festmény, vonalrajz vagy egyéb vizuális termék. Az „instavers” kifejezés az Instagram felületén megosztott versekre vonatkozik, melyek azzal a céllal íródtak, hogy az oldalon megosztásra kerüljenek. Az online megjelenés nem zárja ki az offline jelenlétet, például összegyűjtött instaversekből jelenhet meg fizikai verseskötet, vagy éppen a platformon nyert népszerűsége által van a szerzőnek lehetősége megjelentetni a műveiből gyűjteményt, akár könyvkiadó, akár magánkiadás útján, melynek potenciális vásárlórétegét jelentik a követői.

Hallottál-e az ún. instaversről, illetve találkoztl-e már velük? Mi a véleményed az instaversek irodalomban elfoglalt helyéről, értékéről, lehetőségeiről?

3. Egyik hipotézisem szerint sokan gondolják úgy, hogy az instaversek kisebb értékkel rendelkeznek, mint a nyomtatásban megjelent versek. A költők és kritikusok véleménye is hasonló: szerintük az instaversek kulturális értékkel nem rendelkeznek, a „vers” elnevezést sem érdemlik meg.

Véleményed szerint mennyire egyeztethető össze értékileg egy instavers egy nyomtatásban megjelent verssel (érték alatt gondolj kulturális értékre, időtállóságra, illetve a befogadó egyénben a vers által keletkező értékekre)?

Költőkről

4. Egy másik kritika az instaverseket érintően a szerzők megnevezése. Az „instaköltő” kifejezés azon egyénekre vonatkozik, akik a közösségimédia-felületen azzal a céllal vannak jelen, hogy megosszák műveiket követőikkel, illetve a felület felhasználóival. Vannak, akik bátran vállalják fel az instaköltő elnevezést, vannak viszont, akik negatív konnotációja miatt elkerülik azt. Megkérdőjeleződik magának a költőnek a fogalma, illetve, hogy mi kell ahhoz, hogy az egyén költővé válhasson.

Hogyan konceptualizálnád azt a szót: költő? Ki a költő?

Illusztrációkról

5. Mi a véleményed az akár online, akár offline formában megjelent verseket kísérő illusztrációkról (legyen az egy fotó, festmény, vonalrajz, vagy egyéb vizuális termék)? Mennyire egészíti ki a verset? Inkább háttér, vagy a verssel egyenrangú elem?
6. Mennyiben tereli az illusztráció a verset elolvasó befogadó gondolatait egy konkrétabb értelmezés felé? Ronthat-e az illusztráció a vers értékén?

Kiadásról, jövőről

7. Nem ritka, hogy az online versek offline kötetekké válnak, akár kiadó, akár magánkiadás útján. Sokan érvelnek amellett, hogy egy elismert kiadó nevet, piacot, korrektúrát adhat. A magánkiadás mellett szól viszont az autentikus hangok megszólalása, külső cenzúra és szerkesztés nélkül.

Mennyire értesz egyet az egyik vagy a másik táborral, mik a személyes meglátásaid?

8. Véleményed szerint az instaversek és a klasszikus (nyomtatott) versek milyen mértékben hatnak egymásra (ha hatnak egymásra egyáltalán)? Lehet az instavers magának a műfajnak a jövője?

4. melléklet: Interjú III. - kérdések Gál Annához

Versolvasásról

1. Íróként, költőként, az Instagram aktív felhasználójaként hogyan tapasztalod, mekkora népszerűségnek örvendenek jelenleg a versek a magyar lakosság, illetve az Instagram-felhasználók körében?

Instaversről

2. Az Instagram egy eredetileg képmegosztásra szakosodott közösségi platform. Évekkel ezelőtt kezdődött el egy tendencia, amely részeként amatőr vagy már elismert írók, költők osztják meg műveiket a közösségi platformon. A verseket gyakran kíséri fotó, illusztráció, festmény, vonalrajz vagy egyéb vizuális termék. Az „instavers” kifejezés az Instagram felületén megosztott versekre vonatkozik, melyek azzal a céllal íródtak, hogy az oldalon megosztásra kerüljenek. Az online megjelenés nem zárja ki az offline jelenlétet, például összegyűjtött instaversekből jelenhet meg fizikai verseskötet, vagy éppen a platformon nyert népszerűsége által van a szerzőnek lehetősége megjelentetni a műveiből gyűjteményt, akár könyvkiadó, akár magánkiadás útján, melynek potenciális vásárlórétegét jelentik a követői.

Mi a véleményed az instaversek irodalomban elfoglalt helyéről, értékéről, lehetőségeiről?

3. Egyik hipotézisem szerint sokan gondolják úgy, hogy az instaversek is rendelkezhetnek ugyanakkora értékkel, mint a nyomtatásban megjelent versek. A költők és kritikusok véleménye azonban ettől eltér: szerintük az instaversek kulturális értékkel nem rendelkeznek, a „vers” elnevezést sem érdemlik meg.

Véleményed szerint mennyire egyeztethető össze értékileg egy instavers egy nyomtatásban megjelent verssel (érték alatt gondoljon kulturális értékre, időtállóságra, illetve a befogadó egyénben a vers által keletkező értékekre)?

Költőkről

4. Egy másik kritika az instaverseket érintően a szerzők megnevezése. Az „instaköltő” kifejezés azon egyénekre vonatkozik, akik a közösségimédia-felületen azzal a céllal vannak jelen, hogy megosszák műveiket követőikkel, illetve a felület felhasználóival. Vannak, akik bátran vállalják fel az instaköltő elnevezést, vannak viszont, akik negatív konnotációja miatt elkerülik azt. Megkérdőjeleződik magának a költőnek a fogalma, illetve, hogy mi kell ahhoz, hogy az egyén költővé válhasson.

Hogyan konceptualizálnád azt a szót: költő? Ki a költő?

5. Számodra milyen érzés, ha valaki instaköltőnek hív?

Illusztrációkról

6. Mi a véleményed az akár online, akár offline formában megjelent verseket kísérő illusztrációkról (legyen az egy fotó, festmény, vonalrajz, vagy egyéb vizuális termék)? Mennyire ad hozzá a vers értékéhez, hozzáad-e egyáltalán? Inkább háttér, vagy az értelmezés egyik kerete?

7. Mennyiben tereli az illusztráció a verset elolvasó befogadó gondolatait egy konkrétabb értelmezés felé? Ronthat-e az illusztráció a vers értékén?

8. A verseskötetekben megjelenő illusztrációk lehetnek az instaversek következményei: Rupi Kaur vonalrajzainak megjelenése teljesen mást sugall, mint egykor az angol romantika költői gondolták: ők ugyanis azt vallották, hogy az illusztráció az idősebb korosztálynak szánt műveket gyermekirodalmi szintre „degradálja”.

Amikor a verseidhez képet is csatolsz, motiválnak-e az Instagram (mint képmegosztó platform) hagyományai vagy egy komplex művészeti termék (kép+szöveg) létrehozása?

Kiadásról, jövőről

9. Nem ritka, hogy az online versek offline kötetekké válnak, akár kiadó, akár magánkiadás útján. Sokan érvelnek amellett, hogy egy elismert kiadó nevet, piacot, korrektúrát adhat. A magánkiadás mellett szól viszont az autentikus hangok megszólalása, külső cenzúra és szerkesztés nélkül.

Mennyire értesz egyet az egyik vagy a másik táborral, mik a személyes meglátásaid?

10. Véleményed szerint az instaversek és a klasszikus (nyomtatott) versek milyen mértékben hatnak egymásra (ha hatnak egymásra egyáltalán)? Lehet az instavers magának a műfajnak a jövője?