

KURUCZ GYULA

*Hazánk képe külföldön**Kulturális külpolitika, nemzetpropaganda*

PROLÓGUS

Az elmúlt évtizedekben számtalan változatát láttuk annak: miként szeretnénk a világ elé lépni különféleképpen értelmezett önképünkkel és kultúránkkal, s hogyan befolyásoljuk a külvilágot hazánk kulturális, gazdasági és politikai értékelésében. Ez a sorrend egyáltalán nem véletlen és esetleges – s minden kudarcunk épp arra épült, hogy voluntarista módon meg akarták fordítani ezen offenzíva természetes eljárási rendjét.

Az utóbbi időben négyévenként fordítottunk hátat annak, amit az elődök csináltak, hiúsítottuk meg a korábbi próbálkozásokat (eredményeket is), s közben sópánkodtunk, hogy önmagukat a külföld előtt soha le nem járató riválisaink ügyesen beszövik a világot sokszor eltúlzott öndicséretükkel. (Nem olyan veszélyes az átlátszó önpropaganda, hiszen könnyen leleplezhető, s indirekt módszerekkel túlszárnyalható.) Az idő elvesztegetése és hazánk megítélésének állapota miatt mind halaszthatatlanabb, hogy végre fölépítsünk egy átgondolt, hiteles és hosszú távon sikeres stratégiát.

Ennek alapfeltétele, hogy létezzen olyan képünk a magyarságról, annak erényeiről, kultúrájának legfontosabb kincseiről, amiben egyetértünk. Amíg ez nincs meg, addig az egymás ellen feszülő felfogások exportálásával mindvégig magunknak ártunk. Ha a konszenzus létrejönne, ha székértábor-háborúk helyett megszületne egy közösen elfogadott, hiteles felfogás, ha túlnyomó többségünk úgy gondolná, hogy ezek és ilyenek vagyunk mi, magyarok, akkor el lehetne kezdeni az értékek szakmai eljárásokba való felépítését s azok külföldre juttatásának professzionális előkészítését.

MI A NEMZETPROPAGANDA LÉNYEGE?

Ha a nemzetközi média vagy nagy hatalmú politikai erők nem érdekeltek abban, hogy hazánkat módszeresen lejárassák (még ez sem életveszélyes), akkor az országimázs alakításában arra kell törekednünk, hogy történelmi, kapcsolattörténeti, tudománytörténeti, művészeti és kulturális értékeinket mindig a megcélzott közönség ízlése szerint a leghatásosabban, a befogadás mechanizmusait ismerve, agresszivitástól mentesen juttassuk el minél szélesebb rétegek tudatába – érzelmi világképébe. Ehhez igen sokat kell tudni a fogadó fél befogadó hajlamairól, pozitív vagy negatív előítéleteiről (rólunk és másokéről), önbecsülésének velünk kapcsolatba hozható pontjairól, a vele kapcsolatban alkalmazható, ránk vonatkozó vagy vonatkoztatható hívószavakról. Ugyanígy a saját történelmünk, tudományunk,

kultúránk, sportéletünk, nemzeti image-ünk ott létező pozitív bekapcsolási lehetőségeiről, a politikai terepről, a gazdasági érdekekről.

A nemzetpropaganda lényege, hogy az összes, pozitív előítéletet intelligensen felhasználó, terepismerettel „korszerűsített”, a jövőre irányuló módszerrel olyan pozitív elfogultságot teremtsen a célterületen, országban, hogy ott választási lehetőségek esetén a politikában, a gazdaságban, a kultúrában a közhangulat miatt ösztönösen minket válasszanak több lehetséges partner közül. A nemzetpropaganda lényege, hogy ezen előfeltételek megteremtése után az idegen nemzetek természetes gyanakvásának távolságtartó, gyanakvó ingerküszöbét a legminimálisabbra szállítsa le, az „ismertség”, a „kedveltség”, a „megbízhatóság” érzése révén eleve mi váljunk egy versenyfutás lehetséges győztesévé.

Mіндеzt csupán a politika és a diplomácia eszközeivel egy ország teljes „terepén” elérni lehetetlen. Ehhez egy politikailag, gazdaságilag és kulturálisan mindennütt elismert hazai háttér kellene, vagy nagy tömegű, kiválóan képzett diplomata. De még ha kiváló diplomaták tömegével rendelkeznénk is, azok személyes, kis körre korlátozott, pontszerű működése nem válthat ki tömeghatást, nem fut végig egy ország idegrendszerén.

Természetes, hogy jó diplomácia nélkül elképzelhetetlen a sikeres érdekérvényesítés. De jól ellátott, szuverén, a terepet ismerő, globálisan az egész országot megcélzó és elérő kultúrintézetek nélkül teljesen magára marad a diplomácia.

Van még egy rendkívül fontos eleme a politika/diplomácia és a nemzetpropaganda kettősének. Az, hogy a nemzetpropagandát ki kell vonni a ciklusonként változó politika cikcakkvonalából, függetleníteni az ország sikeresebb vagy sikertelembb bel- és külpolitikai szakaszaitól.

Azért, mert egy sikeres nemzetpropaganda legfőbb feledata, hogy függetlenül a hazai viszonyoktól, mindig fönntartsa külföldön a kormányoktól független, kedvező befogadási feltételeket.

Egy hosszú távon gondolkodó politikának tehát állandóan szem előtt kell tartania ezt a distinkciót, és ennek értelmében kell(ene) cselekednie.

Ez két folyamatos (és halaszthatatlan) tevékenységet jelentene:

- egyrészt az ország legkiválóbb és legkipróbáltabb kulturdiplomataival (mindkét oldalról) létrehozni egy konszenzusos Nemzetpropaganda Központot;
- másrészt a négyéves ciklusokon belül nem pártos, hanem minőségi elven választani ki az intézetek (legmegfelelőbb) igazgatóit.

KULTÚRPOLITIKA ÉS NEMZETPROPAGANDA

Mivel jelenlegi hazai állapotaink között képtelenség elvonatkoztatni a belföldi pártharcok és folyamatos érdekütközések meglététől, a kultúrpolitikának tudomásul kell vennie néhány szempontot ahhoz, hogy az ország érdekeit hosszú távon sikeresen érvényesítő kulturális politikává nemesedjék.

Az első fontos dolog az, hogy az ország külföldi megjelenítését semmiképp sem lehet azokra bízni, akiknek horizontját behatárolják a belföldi érdekütközések.

(Ezek nemzetközi porondon nemcsak provinciálisak, de érdektelenséget is kiváltanak.) Minden rossz, amit a hazánk bármely feléről bárki mond külföldön, az egész országra vetül – hiszen hogyan várhatjuk el egy idegentől, hogy minden belpolitikai részletkérdést ismerjen rólunk.

A második: az itthon bármilyen jól kiképzett, elméletileg ragyogó szakember nem ismeri a nemzetközi terepviszonyokat, azok sajátosságait, a gyakorlati konkurenciahelyzet mindent eldöntő rutinját.

A harmadik: hiába volt valaki diplomata, ösztöndíjas, kutató külföldön, hiába szerzett nélkülözhetetlen és fontos ismereteket az adott országról, nem volt piaci versenyhelyzetben. Nem kellett neki naponta megküzdeni nagyobb, gazdagabb országok kulturális képviselőivel, nem kellett elnyernie a közönség és a média kegyeit, nem kellett megalázkodás nélkül szponzorokat szereznie, hogy a kevéske itthoni pénzből hatásos programokat szervezzen és elismerést vívjon ki.

A negyedik: amíg a kultúrpolitika a kulturális intézetek felügyeletét az intézetek urává és nem kiszolgálójává teszi, addig a jól kiképzett, sok rövid külföldi utat abszolváló hivatalnokoknak fogalmuk sem lesz a külföldi kulturális terepmunka lényegéről s a dolog természetéből fakadóan annak akadályozói lesznek, hiszen a belpolitika és a bürokrácia szempontrendszerét kényszerítik az intézetekre.

(Itt optimális megoldás csak akkor jöhet létre, ha egy konszenzusos, a legjobb, legtapasztaltabb, külföldön már bizonyított profikat és a legjobb elméleti szakembereket egyesítő Nemzetpropaganda Központ az intézetekkel állandó korrekciós kapcsolatban a munka stratégiai és tartalmi részét csiszolja folyamatosan, a kiszolgáló egység pedig mindkét csapat keze alá dolgozik.)

MÉDIA ÉS SZEMÉLYES MEGSZÓLÍTOTTSÁG

A médiát egyre kiszolgáltatottabb korunkban a legfőbb hatalmi ágakhoz szokás számítani. Ebben van féligazság, hiszen valóban érvényes ez a fogyasztóvá degradált, mind műveletlenebb tömegekre. Ám ez még távolról sem minden. A kultúrában, tudományban, gazdaságban és néha a politikában meghatározó, véleményformáló és személyiségüknél fogva legalább akkora súlyú kisebb tábor nincs ekkora mértékben kiszolgáltatva a médiának.

A média hátránya ugyanakkor, hogy miközben koncentrált támadásai bármi ellen valóban megsemmisítő hatásúak lehetnek, olyan iszonyatos mennyiségű érdeket szolgál ki párhuzamosan, hogy hatásainak hihetetlen tömege önmaga akcióinak tartós hatását oltja ki. Nem képes tartós, mély hatást elérni még a neki kiszolgáltatottnál sem, s a legkevésbé sem képes megváltoztatni a konzervatív, évszázados beállítottságokat, rokonszenveket, ellenszenveket. (Erről később még esik szó.)

Felismerve a média felületes hatását-hatalmát, meglelhetjük ellene a hatásos el-lenszert: a személytelen megszólítottság helyett a személyes megszólítottságot. Ez utóbbinak persze megint csak feltétele a terep minden sajátosságának, a mentalitás, a kapcsolattörténet, a tradíció és az érdekeltségek minél tökéletesebb ismerete.

(Valamint ezek összegzése, értékelése, stratégiává alakítása egy sok területet, hagyományt stb. feldolgozó központban.) Ha ugyanis egy több évszázados pozitív beállítottságot, nagy szórással, minél több terepen, rendszeresen megerősítünk, e mélyen begyökerezett elfogultságot sok eseménnyel/hatással rögzítjük, akkor ez a benyomás sokkal erősebb marad mind a számlálatlan, megjegyezhetetlen tömegű, aktuális irányú, diffúz médiahatás. E kérdéssel eljutottunk egy a mai kultúrpolitikánkat (komoly elemzés nélkül) foglalkoztató dilemmához.

ÉVADOK/DÖMPINGEK VAGY TEREPMUNKA

A modern médiakutatás szerint az információk számának katasztrofális emelkedése miatt egy és ugyanazon újságban 4–6 havonta megismételhetjük ugyanazt az újságcikket anélkül, hogy a *deja vu* érzetét keltenénk vele.

A világ nagy kultúrjátszóterein/metropolisaiban a túlhajszolt konzumkényszer miatt futószalagon ömlenek a „szenzációk”. Ha iszonyatos anyagi költségek árán „bebéreljük” magunkat ezekre a futószalagokra, minden bizonnyal elérjük azt a hatást, hogy „hm, a magyarok, azok is jók”. Aztán az élményt elfedi a következő tucat „event”, s jó esetben marad valami halvány emlék belőle. Ennek csak akkor van értelme, ha az ún. betörés után rendszeres, gyakori ismétlés következik – ami valóban rögzítheti az „aha-effektust”. Ez az időlegesen hatásos, nagyon költséges eljárás leginkább az anyagiakon és kétségtelenül bizonyos személyek önlobbuzásán múlik.

Nehezebb, de tartósabb hatást ígér a történelem, kultúrtörténet, tudománytörténet, művészettörténet, akár politikátörténet vagy gazdaságtörténet közös pontjainak gondos felkutatása. Ebben az esetben ugyanis nem csupán nekünk kell gondoskodnunk az új ismereteknek a köztudatban való rögzítéséről, hanem egy az adott nemzet tudatában már rögzült, közismert személyt, eseményt, mozgalmat, művet kötünk magyar vonatkozáshoz, közösségérzetet, közös sikerélményt, összetartozás-tudatot váltunk ki vele.

Nagyon fontos lehet egy-egy nagy, drága betörés, de semmiképpen nem pótolja az aprólékos, egy nép meghatározó értelmiségére kiterjedő, nagyon széles tematikájú és nagyon sok helyszínen, rendszeresen „ismételt” megjelenést.

Ezért kemény aprómunkával kell újraélesztenünk, hogy Paul Arma és Koechelein a múlt század elején Bartókot és Kodályt Párizsba hívták, hogy Türr István ezredes a badeni forradalom hőse, majd az amerikai forradalom tábornoka volt, hogy Bólyai és Gauss minként működtek együtt, hogy a nálunk elfeledett Barényi Béla (Mercedes) a világ autóiiparának legfontosabb személyiségei közé tartozik, hogy a Bosch-birodalom létrehozásában 12 magyar akadémikus működött közre, hogy a tudományban, művészetben, sportban ki melyik ismert csoport meghatározó tagja volt, hogy 56 volt az egyetlen igazi forradalom, hogy a határnyitás valódi eseménye 1989. augusztus 19-én Sopron, hogy ki volt „Az angol beteg” és így tovább és így tovább. S mindezt minden társintézményben minden rendezőpartnerrel, minden testvérvárossal, minden helyszínen és minden alkalommal el kell ismételni – az ő hiúságuknak kedvezve és a mi beépültségünket hangsúlyozva. És

fölhasználva minden meglevő, amúgy is működő kapcsolatot, azokat erősíteni, fontosság tudatukat növelni, további aktivitásra buzdítani őket.

Mindig, mindenütt ott kell lennünk, hogy közhangulatot teremtsünk.

(Példa. A kicsi Stuttgarti Magyar Kulturális Intézet az ígért összeg egyharmadából EU-belépésünket ünneplve számtalan szponzorral és társrendező segítségével mind a 32 ünnepi rendezvényét megtartotta, tucatnyi helyszínen. Május végén politikusok mosolyogva kérdezték tőlem: hány új tag lépett be az EU-ba? Tíz – válaszoltam. Érdekes – mondták –, mi csak magukat láttuk.)

NÉHÁNY KITÉRŐ

1. A komplex nemzetpropaganda a kultúra köntösében hihetetlenül sokat képes elérni. 1991-től Berlinben nem a követség, hanem a Magyar Ház hívta életre a Berlin–Brandenburgi Német–Magyar Társaságot. A diplomácia ezt nem tehetné meg. Ugyanígy csak a Magyar Ház hozhatta be a társaság elnökségébe mind a három párt vezetőit s a nagybankok igazgatóit. A Házban több politikai és gazdasági prominens járt, mint a követségen, mert más indokkal sokkal könnyebb volt behívni őket. Nehogy azt higgyük: a kultúrára alapozott nemzetpropaganda egyedülvalóságát erőltetném. Nem, csak egy komplex (politikai, gazdasági, kulturális és nemzetmenedzselési) együttműködést, ahol a különböző területek közötti okos munkamegosztással megsokszorozhatók az eredmények.

2. Szerintem téves felfogás, hogy a külföldi magyar központokat a „Collegium Hungaricum”-ok irányába tolják el. A CH-knak a magyar tudományosság szempontjából fontos szerepük van a nemzetközi tudósvilágba való beépülés területén, ám az intézeteken kívül sehová máshová nem tudjuk beépíteni a nemzetpropagandisztikus feladatokat. Ezért a két profilt teljesen külön kell kezelni, még ha egy épületben is folyik az adminisztrációjuk.

3. A nemzetpropaganda a kultúra (magyarságkép), a művészet, a tudomány, a sport, a kapcsolattörténet (magyarságmegismertetés) köpenyében kell hogy fellépjen a nemzeti stratégiai célok érdekében, a diplomáciai és gazdasági célokkal összehangoltan. Kicsi, operatív központja Budapesten a kulturális, az oktatási, a külügyi tárca és az MTA között kell legyen, mindre rálátással. E feladatot csak valamilyen minisztériumra bízni súlyos hiba lenne.

4. E nemzetpropaganda központ az egyeztetések révén határozná meg a legfontosabb célországokat, ott építené ki a korábbiakban kifejtett eljárás módokat.

A komplex nemzetpropaganda célja, hogy tudatosítsa különböző országokban: ők kedvelnek minket, mi bizalomra méltók, kreatívak vagyunk, ha a sok aspiráns közül velünk kötnek szövetségeket (üzleteket), nagyobb esélyük van a sikerre.

Most egy konkrét eseten kísérlem meg bemutatni: mit és hogyan lehet, és miként nem érdemes.

Egyetemista korom óta kerülök egyre közelebb a német kultúrához. A '80-as évektől a magyar ellenzéki irodalmat és kultúrát vittem ki fél- és illegális utakon

az NSZK-ba rengeteg nagyrendezvényre, s ebből melleleg mintegy 24 kötetnyi német nyelvű könyv is létrejött. 1991-től 1995-ig a berlini Magyar Ház vezettem. Testközelből ismerem a németeket.

A különböző népek másokról alkotott képének alaptulajdonsága a konzervativizmus. E képek hosszú évszázadok alatt, mélyen beépülnek a kollektív tudatba, nem analitikusak, gyakran klisészerűek. Nagyon nehezen változnak. Költséges támadó akciók sem képesek átalakítani, mert mindig a kampány múlik el, és mindig a beépült „ösvélemény” marad meg. További jellegzetessége e kövületnek, hogy passzív. Lappangva létezik, saját „előítélete” szerint szelektál, tesz illő bővítményeket az alapképhez, és vet el másokat.

Német kapcsolataink jó ezer évre nyúlnak vissza. Ebben az összekötő kapcsok (délnémet királyi családi és gazdasági kapcsolatok) ugyanannyit nyomnak, mint a közös ellenség (Ausztria). Ez a rokonszenv tovább erősödött a protestantizmus-sal. A XIX. században a polgári forradalom, a protestáns vallási és egyetemi kapcsolatok, a svábok betelepülése, majd kitelepítése és a kulturális egymásratalálás újabb szintet rakott föl rá. A szerencsétlen világháborúk során titkolt összetartozási érzetekkel gyarapodott. Legitim pontja lett 1956, hozzátett a '60-as, '70-es években a kelet- és nyugatnémet rokonság itteni találkozása, és ünnepi csúcspontját érte el az 1989-es határnyitásban.

Négy-öt évvel az egyesülés után a nyugatiaknak és keletieknek igencsak elégük lett egymásból. Hogy mennyire „kész” a kép más nemzetek megítélésében, azt kitűnően bizonyítja, hogy miközben az egyesülés eufóriájában az örömet és hálát egyértelműen a mi javunkra írták, a csalódás keserűségéből semmi nem vetült ránk!

1991 és 94 között kemény politikai kampány folyt az akkori magyar kormány ellen. Antiszemitizmussal, sovinizmussal, nacionalizmussal s minden kéznél levő gyalázzal vádoltak minket hazai és nemzetközi kritikusaink. Természetesen népünket is, hiszen a külföldi számára mit sem mondanak a pártok, minden vád és szenny az egész országra hullik.

1994-ben érdekes közvéleménykutatást végeztek az NSZK-ban. Azt kérdezték a lakosságtól: ha távollétükben, munkaidőben idegen szakiparosokat kellene beengedniük a lakásukba, kiket engednének be. A válaszok körülbelül így néztek ki: 100-ból cca. 27 német engedne be lengyelt, mondjuk 30 cseh, 18 románt, kb. 45 portugált és 65 magyart. Pedig a sajtóból egyfolytában ömlött ránk a rágalom.

2003-ban újabb közvéleménykutatást tartottak: kit látnának szívesen a németek az EU-ban. Alul a lengyelekkel kezdődött a sor cca. 30% körül, s legfölül mivelünk, 76%-kal. (Ha ezt Baden-Württembergre vagy Bajorországra vetítenénk ki: 80–90%-os lenne az eredmény.)

Furcsa a keletnémetek magyarságképe. Ez viszont azt bizonyítja, hogy több évtizedes, folyamatos presszió mégis torzíthat az évszázadok által beivódott képen. (Különösen, ha az önképet is alapjaiban támadja – ami minden viszonyítás alapja.)

Számukra a szocializmus alatt „dühösen irigyelt” ország voltunk. Ám a gulyás-kommunizmus alatt, az otthoni devizatilalmak miatti kényszerű szegénységükben

mindinkább megaláztatva érezték itt magukat, s ezért egy részük miránk sértődött meg. Magyarságképük ezért – önképükhöz hasonlóan – ambivalens. Miközben érzelmileg, valamiféle torz közelmúlt-illúzióba gabalyodva szembefordulnak a nyugatnémetekkel, ha bizalmasan beszélnek valakivel (aki „megérti őket”), a magyarokkal szívesen osztják meg öngyötrő, nyugatellenes gondjaikat. Ám ha arról esik szó, hogy mi bekerüljünk a NATO-ba vagy az Unióba, valami eszeveszett hévvel és irigységgel fordulnak ellenünk. Ha ismerjük az ambivalencia lényegét, saját hasznunkra tudjuk kamatoztatni.

A történelmi mélyrétegek végeredményei klisészerűek, és csak akkor tudjuk lehívni, aktiválni őket, ha jól ismerjük elemeiket. Teljesen eredménytelen lesz a munkánk, ha nem arra építünk, ami megvan, s amire támaszkodva kinyílik a kapu a befogadásunk előtt.

Ez a kérdés a viták alapja az utolsó évtizedben (uralkodó pártoktól függően) a külföldi magyar intézetek működésénél is.

Az egyik felfogás szerint próbáljunk meg a legkritikusabban, a hibákra és a bajokra figyelve „sorsközösséget” teremteni. Ehhez társulhat a közös nemzetközi divatok lelkes követése. Nos, ez alapvetően hamis. Egyrészt mert meg sem érinti a nemzetünkről kialakult képet, új elemet nem ad hozzá, másrészt pedig csak a szubkultúrákat éri el, és semmi mást nem bizonyít, mint hogy tíz év késéssel mi is tudunk olyan poszt-modernnek lenni, felvesszük azokat az impulzusokat, amelyek valahol Amerikából indulnak, és keleten gyengülnek le végleg.

Minden modell alapján az derül ki, hogy a klisék mindig a különbözősége épülnek. Nekünk ezért épp azokra kell alapoznunk – az árnyaltabb és hitelesebb megítéltetés érdekében. Ha tehát azt mondják rólunk, hogy „rebellis természetűek” vagyunk, akkor történetileg az ismert – és ismeretgyarapító! – analógiákkal kell ráerősítenünk a török- és osztrákellenes háborúktól kezdve '48/'49-en át '56-ig. Ezeket kell kibontani úgy, hogy mindig megérintse, hozzánk kösse őket, ezeket kell kultúránk gazdagon dokumentálható, értékes darabjaival plasztikusan bevinni a tudatukba.

Ha azt mondják rólunk, hogy „temperamentumosak” vagyunk, nos akkor irányítsuk figyelmüket mindarra a robbanékony szellemi és művészeti „termékre”, ami ebből a jellemvonásunkból fakad, egészítsük ki ezt tudományos vagy sportbeli kreativitásunk eredményeivel.

Ha azt tartják rólunk, hogy „borongós kedélyűek” vagyunk, akkor csak egy lépés az intellektualitás kibontása, a kultúra szeretete, a magyar líra, a zene, a festészet teljesítményeinek felmutatása.

Ha történelemtudatos népek vélnek minket, akkor nyugodtan elvállalhatjuk patriotizmusunkat, hűek maradhatunk történelmi hagyományainkhoz, melyek egyrészt önmagunk lényegéhez, másrészt másokhoz, barátokhoz kötnek minket. A németek rendkívül hálásak, ha vállalható utat mutatnak nekik komplexusaik erdejében.

Ha így közelítünk más kultúrákhoz, termékeny talajra lelünk, mert közösséget teremtünk az egymástól elütő jelleg közös, hasznosítható elemei révén. Ha csak az általános (civilizációs) jegyeket emlegetjük, „megjegyezhetetlenné, azonosíthatatlanná” válunk.

Egy másik példán érdemes megfigyelni: mennyire különböző indokokat kaphat egy nép megítélése.

Svájjal nem volt túl intenzív a történelmi kapcsolatrendszerünk. A kálvinizmus ugyan egymáshoz közelített, a közös ellenségek is egymás felé hangoltak, ám a modern Svájcban legújabb kori történelmünk tette föl arcunkra a legmarkánsabb színt. Ez 1956 és az ottani magyar menekültek. A makacs, büszke svájci függetlenségi tudatot telibe találta a forradalom. Ráerősített erre, hogy menekültjeink önfeláldozóan segítették egymást, szervezték – a svájci szabályok szerint s önerőből! – a többiek betelepülését. Segélyalapot létesítettek és saját pénzükből hozták be az országba a többieket. Az ellenpéldákon nemesült meg aztán ez a magatartás. A '68-as csehek, majd a '80-as évek lengyel menekültjei egymást igyekeztek kihasználni, olykor kizsebelni. A svájciak a magas szintű, demokratikus szolidaritás miatt becsülik a magyarokat, másrészt pedig mert majdnem minden ottani magyar diplomát szerzett – és keményen dolgozik az érvényesülésért.

Így kell megtalálnunk minden nemzet befogadó hajlamát, s azon a nyomon jutni el önmagunk, kultúránk megkedveltetéséhez.

Ez azt jelenti, hogy egy új és sikeres külföldi nemzetpropagandának három kategóriában kell gondolkodnia:

1. A minket kedvelő, „előkészített” nemzetek felé az őket legjobban ismerő szakembereink ajánlatai alapján kell előkészíteni egy jól átgondolt s ezért eleve sikeresen induló (kulturális felhangú) csomagot (németek, lengyelek, olaszok, finnek, észtek, törökök stb.) A japánok és kínaiak hozzánk való hajlandóságát eddig egyetlen lépéssel sem próbáltuk hasznunkra fordítani (eltekinthetünk Japánban a '30-as évek oly sokat hozó, rövid kezdeményezéseitől). Ennek elhanyagolása majdnem bűn, hiszen hazánk stratégiai értékének megemelését mulasztjuk így el.

2. A velünk bizonyos ellenszennvel viseltető nemzetek számára nem „nemzeti” csomagokat kell küldenünk, hanem kiemelkedő, a világban kétségtelenül – szinte kötelezően – elismert kulturális, tudományos, sport és művészeti, egyéni teljesítményeket és személyiségeket bemutatni.

3. A közömbös, rólunk keveset tudó népeknél pedig az olvasmányos, összefoglaló alapinformációk visznek előre, és a kiemelkedő egyéni teljesítmények nyitják meg a kaput a többiek és a több előtt. (Miközben mindig finoman, indirekten cáfoljuk az ellenünk forgalomban levő elfogult rágalmakat.)

ELMULASZTOTT LEHETŐSÉGEK - A JÖVŐRE NÉZVE

„Ahol nincs, ott ne keress.” Sajnos, mi eddig ott sem kerestünk, ahol volt. Miért nem építettünk „kampányt” arra, hogy az amerikai atomkutatókat jószerelemmel magyar tudósok hozták létre? Hogy a Ford művek vezető konstruktőre magyar volt? Hogy a II. világháború után Bartók Béla köré csoportosuló magyar karmesterek (Széll, Ormándy, Solti, Doráti stb.) teremtették meg az USA zenekari kultúráját? Hogy Hollywood jószerelemmel magyar termék? Miért hagytuk elfelejteni Bírót és a golyóstollát? Miért engedték ki a kezünkből a „Nabi” csoportot szinte uraló

Rippl-Rónayt, a századelő minden nagy képzőművészeti mozgalmában ott levő magyarokat? Miért nem vesszük elő újra és újra a „magyar Bauhaust”? Miért nem foglalkozunk Kemény Zoltánnal, Hantai Simonnal, Etienne Hajdúval, Szenes Árpáddal? Miért engedték át az osztrákoknak Barényi Bélát? Miért nem elevenítjük fel a Bosch-birodalmat meghatározó 12 magyar akadémikust? Miért nem tud már senki Eötvös természettudományos elismertségéről Európában? Kandórról, a transzformátorról, a telefonközponttól? Nagy zenészeink barátságairól, hatásáról? Miért nem szerezzük vissza legalább részben Haydnt, Beethovent és Martonvásárt, a Vigadóba rendszeresen járó nagy, európai zeneszerzőket? Mit teszünk Kőrösi Csoma, Stein Aurél, Almásy László hírének felújításáért? A két világháború között virágzó japán–magyar baráti társaságok újraélesztéséért? Bolyai és Gauss együttműködésének propagálásáért? Neumann Jánoséért?

És ezer hasonló, a hazai tudománytörténetben itt szendergő nemzetközi sikercsatorna fölhasználásáért?

Ha „kampány”, akkor ezeken a nyomokon kellene elindulnunk, mert ezekben eleve adott a külföldi tudás, elismertség, amire építhetünk.

A STRATÉGIA LEHETSÉGES ELJÁRÁSAI

Úgy gondolom, hogy a legtöbb elpocsékolt energia (és hatáslehetőség) a rendszertelen „akciózások” révén megy kárba. Az egymással össze nem függő, a kultúrpolitikára rendelkezésre álló kevés pénz és a személyes bulikapcsolatok miatti külföldi fellépéseink nem szervesek, nem tervezettek, nem épülnek egymásra. Így pontszerűek maradnak és mulékonyak lesznek.

A külvilág felé irányuló, értékeinket érvényesítő kulturális politikának elméleti és gyakorlati bázisra van szüksége. Ez nekünk nincs, hiszen túl sok fellépésünk improvizáció, alkalmi (vagy buli) ügy.

Egy átgondolt és organikus kulturális külpolitikának minden területen megtervezetten és előretörő ék formában kellene működnie. Pontosán kellene tudnunk, hogy amikor a legsúlyosabb fegyvereinkkel indítunk valamit, hogyan és miért küldjük ebbe a „jégtörőnyomba” a többi effektust.

E munkának kronológiailag is föl kell épülnie: a múlt nagy eredményei a hagyományt hangsúlyozzák és a folyamatos fejlődést rögzítik a fejekben.

Ezért (az ismétlés veszélyét is kockáztatva) igyekszem felvázolni egy lehetséges, megtervezett „kitörés” eljárás módját.

A lényeg, hogy vitathatatlan magyar teljesítményekkel dolgozzunk, a világ által elismert eredményekre építsünk, és visszaszerezzük mindazokat a feladott, elfelejtett vagy másoknak átengedett „poharosokat”, akik újra a mieink lehetnek.

Művészetek:

Zene:

A gregoriántól, a reneszánsztól (Bakfark), a barokk egyházi zenétől Haydn (Fertőd), Beethoven (Martonvásár), Liszt művészetéig, az általa alapított Zeneaka-

démián Koestler hatásán át Bartókig, Kodályig kell kinyúlni, s innen kinyitni a tanítványok és hatások rendszerét. (A Vigadóba járó és itt, magyar zenével „megfer-tőzött” zeneszerzők visszahódítása is fontos volna.)

Külön fejezetet érdemel az amerikai zenekari kultúrát felfrissítő Bartók s a kö-ré gyűlő Ormándy, Széll, Solti, Dohnányi kultúrtörténeti jelentősége. (Németor-számban Fricsay kultikus tiszteletét kellene felelevenítenünk, Végh Sándorét Svájc-ban – egészen a Fischer fivérekig és Eötvös Péterig.)

Újra föl kell venni a Kodály-módszer témáját, új rendszerbe kellene foglalni vitathatatlanul használható és elévült elemeit – ebben a japánok nagyon sokat se-gítenének nekünk.

A jószerivel világelső magyar kóruskultúra színvonalát is koncentráltan kellene újra a stratégia középpontjába állítani.

Öt kontinens zenekaraiban játszanak a hihetetlenül tehetséges, itthon kiképzett zenészek. Adósok vagyunk a magyarázattal: mitől e sajátos tehetség (nyelv, élő népzenei hagyományok képzés)? Ki mutatja föl és indokolja meg a világnak e szétszóródott, hatalmas sereg együttes értékét?

Hogyan él a mai magyar zeneszerzők értékeiben (Kurtág, Eötvös, Balassa stb.) a hagyomány ?

Reneszánszát éli az egész világban az autentikus magyar népzenei együttesek sikere. Utaztatásukra nincs elég pénz. S propagálásukkor elmulasztjuk felhasználni a „tekintélyvet” – azt, hogy nemcsak saját értékeikért, de azért is érdemes meg-hallgatni őket, mert innen indult Bartók, Kodály és a többi nagyság összetéveszt-hetetlen zenei karrierje.

Képzőművészet

Létezik-e stratégia a keleti, honfoglaláskori díszítőművészeti hagyaték nemzet-közi bemutatására? (Népzenei, népművészeti áthallás hangsúlyozása.) Kommunikáljuk-e a hazai román, gótikus, reneszánsz, barokk művészet nemzetközi és saját-osan magyar elemeit? (Az európai kultúrába való korabeli szerves bekötöttség mellett.) Miért nem szerveztünk bármi áron Corvina-kiállítást a föllelhető teljes anyagból? Ki tudja rajtunk kívül, hogy Dürer nem magyar festő, de magyar szár-mazású volt?

Mikor születik összehangolt, módszeres feldolgozás (és annak külföldön való megismertetése) arról, hogy a XX. század minden európai avantgarde mozgalmá-ban meghatározó módon ott voltak festőink? Miért nem élünk a „magyar-Bau-haus” lehetőségeivel?

Mikor születik összefogott stratégia az avantgarde után hazatért és a szocializ-mus évtizedei idején elfelejtett nagy modern festőinkről (Mattis Teutsch, Gyarmathy stb.)?

Mikor vesszük számba és élünk azzal a lehetőséggel, hogy a kint maradt nagy magyar képzőművészek mégis magyarok voltak (Kemény Zoltán, Vasarely, Szenes Árpád, Etienn Hajdu, Kolos-Vary, Hantai Simon stb.)?

(Kemény egész korai hagyatéka a Szépművészeti Múzeumban porosodik.)

A hatvanas évektől feltámadó magyar modern képzőművészet ezekkel a példákkal indokolhatja meg szerves fejlődés révén létrejött eredményeit.

Irodalom:

A véletlen hozta, szinte csoda, hogy „nyugat” fölfedezte Márai Sándort. Most kapják fel a fejüket Szerb Antalra. Minden erővel nyomni kellene ezt a könnyen mozgó szekeret. S ebbe a nyomba kellene azonnal betolni Kosztolányit, Krúdyt, Mikszáthot, Móriczot, Babitsot, Karinthyt stb. Iszonyatos vákuum van a valódi, maradandó irodalmi minőséget illetően a nyugati könyv-divat-iparban.

A hetvenes években óriási sikere és rengeteg kötete jelent meg Németh Lászlónak, Déry Tibornak, Illyésnek, Örkénynek, Mészölynek stb. Megvannak a fordítások. Csak egy ügyes stratégia kellene az újramegjelentetésükhöz.

A határon túliakért sem tehetnénk többet, mint hogy ebbe a nyomvonalba illeszteni Gion Nándort, Szilágyi Istvánt, Sütő Andrást, Grendel Lajost stb.

A lírát nem igazán lehet jól németre fordítani. A német könyvpiacon 1700 könyvcímmel jobban állunk, mint a teljes orosz irodalom. Itt a közhangulat, itt a lehetőség!

Film:

Nem tudok róla, hogy megfelelő módon „értékesítettük” volna a „magyar Hollywood” történetét és jelentőségét.

Ugyanígy kevésbé hatásos módon élünk a magyar származású filmsztárok propagandájával (Weissmüller János, Hargitay, Paul Newmann, Tony Curtis, Goldie Hawn stb.)

Nem domborítjuk ki a „magyar operatőriskola” súlyát és hatását.

Nem élünk megfelelően, összefogottan a magyar animációs (esetleg dokumentum) filmesek adta lehetőségekkel.

Egy egyedi jó példa a mozgásművészetből: jelenleg legismertebb rendező-művészünk, Josef Nagyot sokunk közreműködésével „hazahozzuk” Magyarorszára. De hány hasonló példa van még?

Iparművészet, népművészet:

Milyen megtervezett támogatást kap (a KÜM egyetlen utazó, gyönyörű kiállításán kívül) a halasi csipke?

Herendnek igen olcsón megszereztem egy ismert, magyarrajongó német tévérendezőt. Félbehagyták a tárgyalásokat, pedig „bagóért” készült volna el, és a tucatnyi német tévéadón kívül az egész világon forgalmazható lett volna az anyag. (Sokkal olcsóbban és nagyobb hatással, mint az egyedi reklámok.)

Tudomány:

Itt is óriási lemaradásaink, kihagyott lehetőségeink vannak. Nemrég hallottam egy német előadást, melyben az első autók őseként a XV. századból, Kocs

községben gyártott kocsit nevezték meg. Szerepel-e ez a mi stratégiánkban? Fölkutattuk a technikátörténeti múltat?

Élünk-e a korai tudományosság eredményeivel? Van-e stratégiánk a Bólyaiakra? Mennyit teszünk Stein Aurél, Kőrösi Csoma, Almásy László és a többiek köztudatba viteléért külföldön (és otthon)?

Noha az atombomba nem a legdicsebb fejezete a tudománynak, de mennyire élünk Szilárd, Wiegner, Teller és a többiek, Neumann, a XX. század három tudományos forradalmának magyar éllovasai megismertetésével, a köztudatba vitelével? (Gazda István és Marx György példászerűen feldolgozott szinte mindent.)

Nem kommunikáljuk Ford T-modelljének magyar konstruktőrét, a már említett Barényit a Mercedesnél, a magyar tudósokat a Bosch-birodalom felépítésében, Einstein véleményét Bátor Eötvösről, a golyóstoll Biróját, a telefonközpont, a villanymozdony és számtalan magyar felfedező, tudóst. A magyar Nobel-díjasokat?

Mekkora tekintélyt szerezhetnénk, ha szisztematikusan, átgondolt stratégia szerint élnénk a magyar kreativitás számtalan hőisével és eredményével.

S utolsó fejezetként: ki gyűjti össze a világban ma szerteszórt, híres és meghatározó magyar tudósokat, azok felfedezéseit, teljesítményeit. (Akár a világ zenei életében.)

Sporttörténet:

Nem a magyar futball rég elfeledett mítoszáról kellene beszélnünk, hanem azokról a ma is sikeres sportágakról, amelyek intellektuális és kreatív voltuknál fogva ma is elismerést szereznek nekünk (vívás, vízilabda, sakk, fogathajtás, úszás, kézilabda, kajak-kenu stb.).

Mindehhez csak szelíden, tolakodásmentesen kellene csatolnunk a magyar bor, a magyar gasztronómia és az ezerszínű magyar népi kézművesség legkiválóbb teljesítményeit, hogy egy szerteágazó, meggyőző, széles spektrumú, pozitív képet alakítsunk ki hazánkról.

Mindehhez – de csakis ehhez! – csatlakozhatna a magyar kulturális turizmus.

E P I L Ó G U S

1985-ben rendezték meg Budapesten a Helsinki Konferencia kulturális utótalálkozóját. Volt pénz, kellett egy ötlet, egy könyv. Szőrényi Lászlóval kitaláltunk egy témát: kutassuk végig ezer éven át mindazokat az erős kulturális behatásokat, amelyek reánk irányultak. Talán önvesztőnek tűnt az ötlet, de mi nem féltünk tőle. Összegyűjtöttük a területek legjobb szakértőit, s velük elemeztettük végig az azonosítható 28 kulturális behatást a latintól kezdve egészen az örményig. Minden szerző s a könyv is arra a természetes végeredményre jutott, *hogy egy erős karakterű nemzet kultúrája éppen a másféle behatások révén méri föl, ismeri meg önmagát, nyeri el különbözőségét és teljességét, fejleszti ki jellegzetességeit.* (Az már csak lábjegyzet, hogy a németül, angolul és oroszul megjelenő *Hungá-*

ria litterata, europae filia című kötetünk szerkesztőit – minket – be sem engedtek a konferenciára.)

Ebből a kötetből – is – levonhatjuk a tanulságot, hogy *egy erős kultúra ne legyen kishitű, vallja be a kívülről jött, megtermékenyítő impulzusokat, éljen sajátos zama-taival és mindenütt képviselje azt.* Ne támaszkodjon gyenge mankókra, ne takaró-zon álcivilizációs, álközösségi jegyekkel, ne utánozzon és ne kéregebben kisebbségi komplexussal verve. Mindig mutassa fel sajátosságait, mert *csak a jellegzetességeink révén azonosíthatnak minket.*

Roppant egyszerűen bizonyítja ezt a tételt, hogy az ún. nem befutott kultúrákból mindig csak az tört be a nemzetközi figyelem középpontjába, amely összetéveszthetetlenül sajátos és más volt. Példa erre Garcia Marquez, Bulat Okudzsava és Csingiz Ajtmatov. Nekünk is megvan a kifejezetten sajátos és jellegzetes kincsestárunk a zenében, az irodalomban, a képzőművészetben, az építészetben, a tudományban, a sportban, amelyekkel elismerést vívhatunk ki magunknak a világban.

A másik nagy feladat persze az, hogy a sajátosat ne tévesszük össze a provinciálissal, a csak itthon értékelhetővel. Ez ugyanakkora tévedés (és hatástalan) lenne, mint a nemzetközi divatok szolgai követésének dokumentálása.

Ámde hiába a szép szavak és követhető eljárások, ha nincs meg köztünk az értékeinkben való egyetértés. S amíg ez nem létezik, addig nem indulhat meg egy komoly, átgondolt munka, hogy mindezt egységes és sikeres stratégiává, cselekvési sorozattá alakítsuk.

Halaszthatatlanul létre kell hozni egy Nemzetpropaganda-műhelyt.

Ennek a következő föladatokkal kell foglalkoznia:

1. Felmérni az „előkészített” országok befogadóképességét, és ezekre – koordinált – ráerősítő stratégiákat kidolgozni.
2. Kormányzati szervekkel felmérni a stratégiaileg fontos országok sorát, s azokra – differenciáltan – befogadáserősítő stratégiákat készíteni.
3. Földolgozni a fontos, de közömbös országok listáját, s azokra megközelítő/betörési stratégiákat kidolgozni.
4. Fölállítani az elutasító országok sorát, s azokra kiegyezési eljárásokat készíteni.

Ismételem: nemzetközi elismertségünket, sikereinket nagyon könnyen lehetne kis ráfordítással, komplex módszerekkel megsokszorozni.

Nem kerülne többbe, mint a kegyencek által alkalomszerűen kicsikart pénzből születő, sehol szervesen nem összpontosuló események halmaza.

P. S: Ennek a cikknek a rövidített változata magyarul és németül is megjelent, s így copyright alá esik. Kérem azokat, akiknek hazám iránti elkötelezettségéből a rendelkezésére bocsájtom, hogy tudtom és beleegyezésem nélkül ne használják fel.