

# ACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS

NOVA SERIES TOM. XXXIV.

SECTIO SCIENTIARUM  
MEDIALIUM



REDIGIT  
MÓNKA ANDOK



EGER, 2007

**AZ ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA  
TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEI**

ÚJ SOROZAT XXXIV. KÖTET

**TANULMÁNYOK  
A MÉDIATUDOMÁNYOK  
KÖRÉBŐL**

SZERKESZTI  
ANDOK MÓNIKA

EGER, 2007

**ACTA  
ACADEMIAE PAEDAGOGICAE  
AGRIENSIS**

NOVA SERIES TOM. XXXIV.

**SECTIO SCIENTIARUM MEDIALIUM**

**A MÉDIAHÍR MINT RÍTUS**

Tudományos konferencia  
az Eszterházy Károly Főiskola  
Médiatudományi Tanszékének  
rendezésében

2006. április

REDIGIT  
MÓNKA ANDOK

EGER, 2007

ISSN: 1788-1358

A kiadásért felelős  
az Eszterházy Károly Főiskola rektora  
Megjelent az EKF Líceum Kiadó gondozásában  
Kiadóvezető: Kis-Tóth Lajos  
Műszaki szerkesztő: Nagy Sándorné

Megjelent: 2007. október      Példányszám: 100

Készítette: Diamond Digitális Nyomda, Eger  
Ügyvezető: Hangácsi József



## ELŐSZÓ

„Ma este nincsenek hírek.”

A fenti mondat nemegyszer elhangzott az 1930-as évek elején, amikor a BBC rádióadásai még gyerekcipőben jártak. Ugyanis az akkori hírszerkesztők – akik összesen négyen voltak – csak este hat óra után gyűjthettek híreket, mert az újságok a jog eszközeivel is védték addigi pozícióikat, hírgyűjtési monopóliumukat. Így nemegyszer megesett, hogy a rádióbemondó nem tudott friss hírral szolgálni. (Bell, 1991, 1.)<sup>1</sup> Ma legfeljebb kabarétréfaként hallhatnánk ezt a mondatot a rádióból. A fenti példa azt is mutatja, hogy a híreknek, a hírgyűjtés és prezentálás technikáinak saját történetük van. A hír mint médiaműfaj szerepét, működését annál jobban megértjük, minél pontosabban ismerjük egy adott szociokulturális környezetben betöltött helyét.

Kötetünk az Eszterházy Károly Főiskola Médiatudományi Tanszéke által, 2006 áprilisában rendezett, a *Média hír mint rítus* című konferencia előadásait tartalmazza. Konferenciánk elméleti és gyakorlati szempontok fölvezetésével elemezte a talán legfontosabb sajtóműfajt, a hírt. Terveink szerint ezt a konferenciát több követi majd, mert a sajtóműfajok vizsgálatát – az interjútól a vezércikkig, a riporttól a kritikáig – folytatni kívánjuk. Szeretnénk, ha az elméleti kutatók és a médiaszakma művelői együttesen és sokoldalúan vitatnák meg a médiából visszaköszönő műfajok különböző, olykor nagyon eltérő vonatkozásait, ahogyan tették most is, a hírhez kapcsolódva. Íme, csak néhány kérdés a sok dilemma közül: mit jelent a hírkutatásban a rituális modell? Hogyan értékelhetjük a hírek folyamatos ismétlődéseit, visszatéréseit? Miért fontos és mit mutat a műfaj történeti vizsgálata? Hogyan illeszkedik a média mai hírkínálata a különféle hírinterpretációkba és milyen hatást gyakorol a hírekre a médiaágak konvergenciája? Nyelvileg, szerkezetileg és tematikailag miként írhatók le a hírek? Van-e különbség a magyar és a nemzetközi média hírfeldolgozása között? Milyen a hírek percepciója, hogyan befolyásolják a médiafogyasztót?

A könyv felépítése egyesíti magában a hírkutatás eltérő diszciplináris szempontjait és a hírelőállítás, befogadás lineáris folyamatát. Az első fejezet azt az irányt mutatja meg, jelöli ki, mely kivezeti a hírkutatást a tranzakciós kommunikációelméleti modellek előteréből, helyette a rituális modellt ajánlva. Szövegelméleti szempontból ehhez nyújt támogatást *Tolcsvai Nagy Gábor* tanulmánya *Történetelbeszélés és nézőpont a hírközlés szertartásában*

---

<sup>1</sup> Bell, Allan: 1991 *The Language of News Media*. Blackwell Oxford – Cambridge

címmel. Rávilágít arra, hogy a fokalitás kérdése központi jelentőségű a hírek szövegelméleti kutatásában. *A hírkutatás újratematizálása* című fejezetünk másik tanulmányában *Andok Mónika* azt fejti ki, hogy a kommunikációelmélet rituális modellje alapján miként elemezhetők a hírek. Mit tudunk mondani erről a médiaműfajról, ha elsősorban nem információtartalmára, hanem szociokulturális funkciójára fókuszálunk. A hírek történetével foglalkozó fejezetben *Buzinkay Géza* tanulmánya a sajtó hírszolgálatának kialakulását követi végig a 16-ik századtól kezdve egészen a 19 század végéig. *A szemaforról az MTI-ig. A sajtóhírszolgálat megszületése és a magyar hírlapok* című elemzésében a neves sajtótörténész bemutatja a nevesebb európai hírügynökségek létrejöttét is. A hírérték fogalma központi szerepet játszik a médiahírek kutatásában. Az e témának szentelt fejezetben *Aczél Petra* tanulmányából – *A hír mint értékrend-reprezentáció* – részletesen megismerhetjük a médiaelméleti szakemberek eltérő koncepcióit a hírérték fogalmával kapcsolatban és a kérdés más szempontú tárgyalását a narratológia elméleti keretein belül. *Zsolt Péter* aktualizálja a hírérték fogalmát, s cikkében konkrét médiaelemzést mutat be. Arra keresi a választ, hogy a 2006-os választások alkalmával a sajtó miként használta, alkalmazta a hírérték fogalmát. A hírek tartalmát, jelentését két tanulmány mutatja be, melyek érdekes ellentétpontjai egymásnak – módszertani szempontból. *Nemesi Attila László* a pragmatikai elemzés szigorú szempontjait követve, úgymond, mikroelemzéseket végez hírszövegeken, kimutatva, milyen lehetőségei vannak a torzításnak, a vélemények burkolt bemutatásának egy hírszövegen belül. *Plauschin András*, az ORTT munkatársa viszont azt mutatja be, hogy az Európai Unióban, illetve Magyarországon a médiahatóságok milyen elemzési technikákat, kódolási módokat használnak, s ismerteti a 2006-os választások médiaelemzési eredményeit. A hírkészítés folyamatával foglalkozó íráskor gyakorlati szakemberek tollából származnak. *Pach Ferenc* az MTI hírigazgatójaként a nemzeti hírügynökség napi hírgyártási gyakorlatát mutatja be, s azt, hogy az internet megjelenése után ez miként alakult át, milyen kihívásokat, milyen veszélyeket jelent az új médium a klasszikus hírügynökségek számára. *Bernáth László* cikkében azt boncolgatja, mi lehet minden hír közös alapja, mi magyarázhatja, hogy ez a műfaj létrejött és fennmaradt teljesen eltérő történelmi időkben és kultúrákban. A könyv zárófejezete a hírek befogadását és hatását járja körül. *Martin József* tanulmánya történeti áttekintést, összefoglalást ad a hírek átalakulásáról és az ehhez kapcsolódó hatásváltozásokról. A hírműsorok befogadását vizsgálta *László Miklós* is, egy demográfiaileg jól körülhatárolt réteg, a fiatalok körében. Megvizsgálja, milyennek érzékeli a média és ezen belül a hírek valóságát a tizenéves korosztály Magyarországon.

Akár a laikus érdeklődő, akár az elmélyült kutató, aki hírekkel szeretne foglalkozni, könyvtárnyi szakirodalmat talál a témához. Ez lehet ijesztő, kiábrándító, szakdolgozatot készítők számára egyenesen elkésérítő. Köteünkkel amellet szeretnénk érvelni, hogy érdemes még egy helyet szorítani azon a könyvtárpolcon, mert érdemes újragondolni a hírkutatás bevett elméleti és módszertani alapjait.

*Balatonalmádi, 2007. május*

*Andok Mónika*





# A HÍRKUTATÁS ÚJRATEMATIZÁLÁSA

TOLCSVAI NAGY GÁBOR

## TÖRTÉNETELBESZÉLÉS ÉS NÉZŐPONT A HÍRKÖZLÉS SZERTARTÁSÁBAN

A címben megnevezett fogalmak kifejtésére e helyt természetesen csak vázlatosan kerülhet sor. Mégis, a közöttük levő összefüggések a hír és a nyelv vonatkozásában rövid bemutatásban is a mai magyar és európai művelődés lényeges elemeire mutathatnak rá.

Elsőként a nyelv mai értelmezhetőségét szükséges röviden tisztázni. A nyelvtudomány a nyelvet általánosságban, elméleti keretben két, világnézeti-  
leg különböző irányban mutatja be, már évtizedek óta: a funkcionális és a formális nyelvelméleti keretben (vö. Halliday 1994, Givón 2001, Langacker 1987, ill. É. Kiss 1998). A két fő irány sok tényleges elméletben, módszertanban és leírásban valósul meg, alapelveikben azonban megegyeznek. Ezek az alapelvek nem pusztán nyelvészetiek, hanem általában értelmezik a nyelvet, lényegében a hermeneutika és az analitikus nyelvfilozófia szétkülönböztetésében. A két fő irány jellemzőit az 1. táblázat foglalja össze.

*1. táblázat: A nyelvreírás főbb jellemzői a funkcionális és a formális nyelvészetben*

### **Funkcionális nyelvészet**

a nyelv ökörendszer (vagy annak része)  
prototípuselv  
a jelentés, a kifejezendő tartalom adekvátság  
kontinuum szintaxis és lexikon között  
támogató mátrixban vizsgál  
a nyelv nyelvspecifikus és egyetemes  
a nyelv ikonikus és szimbolikus

### **Formális/strukturális nyelvészet**

a nyelv algoritmikus rendszer  
a priori kategorizáció kritériumokkal  
a kifejező szerkezet szabályosság  
szintaxis és lexikon külön modul  
önmagában vizsgál  
a nyelv egyetemes  
a nyelv önkényes

A funkcionális nyelvészet általános elveiből az következik, hogy a nyelv nem pusztán eszköz. Eszköz a kilincs, amivel az ajtót kinyitjuk, a toll, amivel a papírra írunk. Azért eszköz, mert rajtunk kívül álló fizikai tárgy. A nyelv nem eszköz, mert nem rajtunk kívül álló fizikai tárgy, hanem tudásunk egyik legsajátabbja. A nyelvet nem tudjuk kézbe venni, megforgatni, tárgyként megvizsgálni, a nyelv megismeréséhez saját tudásunk megismerése is szükséges. A funkcionális nyelvészet legfontosabb jellemzője az, hogy a mindenkori beszélő és hallgató szemszögéből vizsgálja a nyelvet.

A funkcionális felfogásnak az előzőekből következő másik fő jellemzője az, hogy innen nézve a nyelv nem egyszerűen tükrözi a világot. Az ember nem közvetlenül fér hozzá a világ dolgaihoz, hanem mentálisan feldolgozza azokat (vö. Heidegger 1927/1989, Fehér M. 1992). A nyelv az a közeg, amelyben a világ egyes dolgait, elemi és összetett jeleneteit leképezi a beszélő ember. Azaz megkonstruálja fogalmilag és szemantikailag, e fogalmi szerkezetekhez szintaktikai szerkezeteket rendelve. A megkonstruálás eszméje kissé gyanúsnak tűnhet. Ám bárki belegondolhat: hétköznapi, gyakori közléseink java ilyen fogalmi megkonstruálásokból áll. Egy házaspár vagy két munkatárs gyakran ismétlődő párbeszédében az egyik fél például, azt kérdezi: „Nem láttad a szemüvegemet?”. A másik például, azt feleli: „Ott van az asztalon.”. A válasz egy lehetséges fogalmi konstrukció. A kérdéses szemüveg helyének meghatározása lehetséges például különféle fizikai definíciókkal, szélességi és hosszúsági adatokkal, csillagászati eljárásokkal. A hétköznapi beszélő azonban nem ezt teszi, hanem a legközelebbi feltűnő fizikai tárgyhoz viszonyítja a kérdéses tárgy helyzetét, azaz fogalmilag megkonstruálja a szemüveg helyzetét, és ennek megfelelően beszél.

A nyelvi közlések egyik legfontosabb összetevője a mindenkori nézőpontoszerkezet, amely egy szöveg teljes értelemszerkezetében éppúgy érvényesül, mint egy-egy kisebb nyelvi szerkezetben, például egy elemi eseményt leképező mondatban, vagy annak egy összetevőjét megnevező főnévben, igében. A nézőpont az a perspektíva, ahonnan a beszélő fogalmilag megkonstruálja mindazt, amit el akar mondani. Nem mindegy például, hogy valakit *néembernek* vagy *asszonynak*, *vezetőnek* vagy *vezérnek* nevez valaki. A szövegekben érvényesülő nézőpontoszerkezet a következő tényezőkből áll (vö. Sanders–Spooren 1997):

1. A kiindulópont azonos a semleges kiindulóponttal, egy „Én” különböző megvalósulási lehetőségei közül valamelyik, a deiktikus központ, ebben az értelemben semleges, nincs köze a szöveg aktuális külső tér-idej-rendszeréhez. Egy szövegben vagy szövegrészletben (akár mondatban) több semleges kiindulópont is lehetséges, például

egy 2. és egy 3. személyű. Vagyis végső soron minden olyan entitás, amely résztvevő, szereplő lehet a mondatban, a szövegben.

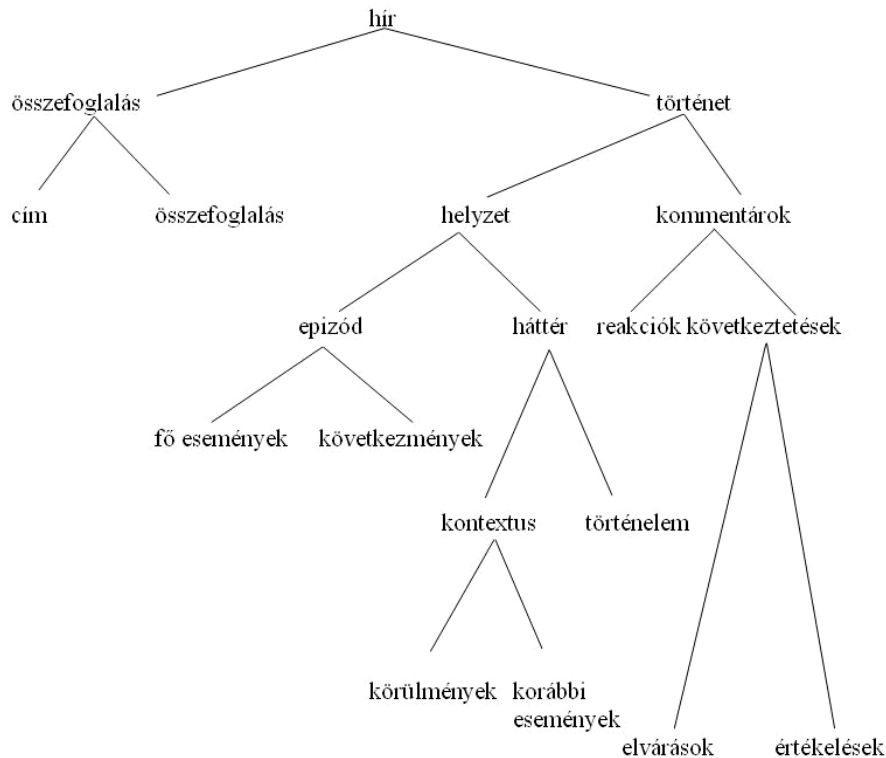
2. A kiindulópont a referenciális központ. Ez az éppen beszélő kiindulópontja, kifejtő jelölője az első személy és a jelen idő, továbbá lehet kifejtetlen, amikor az aktuális beszélő jelölői nem kapnak nyelvi formát a szövegben. Az éppen beszélő tudatos entitás, aki önmagára tud utalni az E/1 formával.

3. A kiindulópont a „tudatosság szubjektuma”: az a beszélő, vagy a szöveg szereplője, aki felelős az információért.

Itteni témánk szempontjából alapvető fontosságú, hogy a szövegben a referenciális központ, azaz a mindenkori beszélő nézőpontja a meghatározó vagy valamely semleges kiindulópont, azaz valamely szövegbeli szereplő vagy egy elvontabb, általánosabb közegé. Hasonlóképpen: a mindenkori beszélő megnyilatkozhat valóban saját nevében, személyes perspektívájából, de beszélhet valamely közösség nézőpontjából is, ill. kereshet olyan perspektívát, amely a lehető legegységesebb vagy legszemélytelenebb módon beszél el valamit. Illetve választhat olyan nézőpontot, amely valamelyik szereplő szemszögéből konstruálja meg a szöveget, vagy olyat, amely valamely egyetemes szemléletet érvényesít.

Mindennek a hírszöveg alkotása és megértése szempontjából alapvető fontossága van. A hír ugyanis olyan szöveg vagy szövegtípus, amely egy eseményt, történetet a lehető legtárgyilagósbban beszél el a közönségnek (újságolvasónak, rádióhallgatónak, televíziónézőnek).

A történetelbeszélés a mindennapi szövegek egyik leggyakoribb típusa. A történetelbeszélés legáltalánosabb kognitív sémája szerint a spontán történetmondás első összetevője a rövid összefoglalás („Képzeld, mi történt velem!”), ezt követi a részletes, időrendi elbeszélés, majd az értékelés és összegzés (további szakirodalommal l. Pléh 1986). Ebben a mindennapi, spontán sémában a mindenkori beszélő nézőpontja (a referenciális központ) az uralkodó, s egyben a semleges kiindulópont is. A hírszöveg általában szintén történetet, eseményt beszél el, azonban a történetelbeszélés sémája nem, pontosabban csak részlegesen érvényes rá. A (részletező) hírszöveg általános szerkezeti sémájának van Dijk általa vázolt hipotetikus struktúráját a következőképpen lehet bemutatni (van Dijk 1988: 55):



A hierarchikus ábra legalsó sora a hírszöveg egyes általános szerkezeti egységeinek a prototipikus megvalósulási sorrendjét adja: cím, összefoglalás, fő események, következmények, körülmények, korábbi események, elvárások, értékelések. A séma szerint a történet elbeszélése és annak bármiféle értékelése határozottan elkülönül egymástól, legalábbis az eszményi hírszövegben. Ez olyan szempont, amely a mindennapi történetelbeszélésben nyilvánvalóan nem érvényesül.

Miképp minden szöveg, úgy a hírszöveg is egy valóságban megtörtént esemény, történet fogalmi és nyelvi megkonstruálása, elbeszélése, meghatározott elvek szerint. Mivel a hírszöveg alapfeltétele a tárgyilagosság, az a fő kérdés, miképp valósul meg a konstruálás. A hír mindig lényeges szerepet játszott az emberek közösségek életében. Főltételezhető, hogy a korábbi történeti korokban a hírhozó, hírközlő és a hírt befogadó közösség nézőpontja kisebb eltéréseket mutatott, mint az az újkorban vagy főképp a modernitásban tapasztalható. A hírszöveg megkonstruálásával együtt a nézőpont mindenkor rejtett vagy nyílt jelzése a hírközlés cselekedetének, végrehajtásának és befogadásának a része lett. A hírkészítők és a hírfogyasztók

egyként mindinkább tudatába kerülnek a megkonstruáltság körülményének, s annak, hogy egy eseményt többféleképpen is el lehet beszélni. A hírkonstruálás önmaga jelentőségét növeli meg, a hírkonstruálás rítussá válik, amelyben a résztvevő felek tudják szerepüket. Legfőképpen azonban azt várják el a hírközlés résztvevői, hogy az esemény puszta közlésén túl annak módja, fogalmi megkonstruálásának nézőpontja is lényeges legyen, az elvártnak megfelelően. Nyilvánvaló, hogy e folyamatban a hétköznapi ideológiák harca érvényesül, ám mindez önmagán túlmutató jelentőséggel. Ezért válik rituálissá a hírközlés a plurális világban.

A rítus jelentéseit röviden a következőképpen lehet bemutatni, ezúttal egy szótárra hagyatkozva: „rítus [lat] 1. szakrális hatalmakkal v. lényekkel való kapcsolatlétesítés céljából végrehajtott szimbolikus, általában ünnepélyes és ismétlődő aktusok szabályozott együttese, valamilyen cél elérése érdekében 2. szabályos formában ismétlődő, valamely cselekedetet v. magatartást kiváltani kívánó cselekvések sora 3. társadalmilag meghatározott szokás (a népi kultúrában) 4. valamely vallásos szertartás végrehajtási módja 5. előírt rendben végrehajtott események sora 6. megszokott, begyakorolt, megszokásból pontosan végzett, szokványos cselekedet 7. cselekvés (a szokásköltészetben)” (Osiris Idegen Szavak 902). A szótárban módszertani okokból szükségképpen elkülönített jelentések szorosan összefüggenek az itteni kérdéskörben is: a hírszöveg létrehozása során elvégzett tevékenységek jellege egyszerre mutatja a szabályos, elvárt cselekvésmódot és a szimbolikus cselekvést valamely hatalommal való kapcsolatlétesítés céljából. A hír megfelelő megkonstruálása egyenlővé vált a megfelelő hatalmi struktúrában betagozódással, mind a hír írója, mind annak elfogadó befogadója részéről. Mindannyian az általuk közvetlenül nem látható és át nem látható hatalmi struktúrához való viszonyukat fejezi ki a perspektiválás.

Mindezt az ezredforduló utáni világban a virtuális valóság fogalmával lehet összefüggésbe hozni. Hiszen a reális ebben a történeti folyamatban egyszerre viszonyítási pont nélkül marad(hat), éppen a túl sok vagy nagyon ellenkező nézőpontok megléte miatt.

A virtualitás kivált a számítógépes világháló létrejötté óta lényeges tényező (l. Ropolyi 2004). Innen nézve a premodern virtualitás a mágikus világképben nem húz határt a valóságos és a virtuális között, amennyiben a közösségi akarat a nem közvetlenül tapasztalhatóra is közvetlenül kíván irányulni. A modern virtualitás a személyiségből eredő pluralitásra épít, amelyben nem a valóság az abszolút hatalom, éppen a virtuális valóság feletti hatalom a fő cél. A posztmodern virtualításban felszámolódik a viszonyítási központ, itt a különböző hálózatokban létrehozott valóságok megkonstruálására helyeződik a fő hangsúly.

A sajtó hírkonstruálásának mai gyakorlat a modern és posztmodern virtualitás határtartományában értelmezhető. Egyrészt és legfőképp olyan valóságokat kíván létrehozni a hírkonstruálás, amelyben a hír szövegezője és az általa kiszolgált, támogatott más társadalmi csoportok hatalomgyakorlása a fő cél. A hatalomgyakorlást éppen a hírszövegekben létrehozott virtualitásban lehet megvalósítani. Másrészt megjelenik a (z ontológiai) központ nélküli posztmodern virtualitás, amelyben egy megkonstruált virtuális valóságot a többi megkonstruált valósághoz vagy azok egy részéhez való viszonya tart fenn egyáltalán.

Egy példát érdemes megemlíteni e jelenségkörrel kapcsolatban. A példa ártalmatlan abban a tekintetben, hogy egy nagyobb bajjal nem végződő, kis hírben összefoglalt bűnügy bemutatása. Egy esemény két fogalmi és nyelvi megkonstruálása a következőképpen jelent meg a magyar sajtóban:

I.

*Lövöldözés Kalocsán*

### **Fegyvert fogott a rendőrökre**

A rendőrök csak figyelmeztető lövés után és testi kényszer alkalmazásával tudták megbilincselni szerdán a 64 éves K. István Pált, aki Slavia típusú légpuskájával előbb szomszédja házának ablakán lőtt be kétszer, majd a kiérkező járőrökre fogta fegyverét. A Vörösszállás gúnynevű városrészben a riasztásra érkező rendőrök egy imbolygó férfialakot pillantottak meg, kezében egy „puskának látszó tárggyal”, amit rájuk fogott. Az egyik rendőr felszólította: dobja el fegyverét, majd a levegőbe lőtt. Társa pedig lefegyverezte az idős embert.

(Magyar Nemzet 1999. augusztus 5. 32.)

II.

### **Zsarukra célzott**

Puskával célzott zsarukra Kalocsa külterületén egy ember. Nem lőtték szitává, mert a figyelmeztetést követően eldobta a csúzlit, és megadta magát. A járőrt amúgy éppen a puskás ember miatt riasztották Kalocsán. Azt állította egy telefonos bejelentő az ügyeletesnek, valaki fegyverrel lőtt be az ablakán.

A sötétben guruló rendőrautó aztán megtalálta a puskást. A fénycsóvába került ember nem sokat kecmecelt: vállához emelte

a fegyvert és célzott a zsaruk felé. Ám eldőrdült a figyelmeztető lövés. A fegyveres ugyan elhajította a csövest, viszont a bilincselésnek ellenállt, miközben egy hosszú kés is kikerült a zsebéből.

(Mai Nap 1999. augusztus 6. 32.)

A két szöveg összehasonlító elemzését másutt részletesen bemutattam (vö. Tolcsvai Nagy 2001), ezért itt csak a legfontosabb jellemzőket emelem ki. Az I. hírszöveg önmagában állva megvalósítja a tárgyilagos hírközlést, majdnem maradéktalanul (a hírszöveg elbeszélőjének nézőpontja nem érvényesül, a történet sokkal inkább a mai magyar közösségek konvencionális nézőpontja érzékelhető: távolságtartás, a közösségi szabályok és értékek jelzett és jelzetlen érvényesülése, érvényesítése). Csupán az „imbolygó férfialak” tartalmaz enyhén jelzett értékítéletet a puskás emberről. A II. szöveg az I.-nek legtöbb szempontból az ellentéte: bár a hírszöveg megfogalmazója nem jelenik meg a színen (nem jelzi egyes szám első személyű kifejezés), legtöbb nyelvi fordulata közvetlen értékelést tartalmaz. Ezek az értékelések kedvezőtlenül érintik mind a puskával lövöldöző embert, mind a rendőröket, mind az egész helyzetet, így áttételesen a rá adható szabályozott közösségi választ is. A hírszöveg értékvonatkozásait a hír szerzője a szlenges és a lektúr jellegű irodalmias kifejezések vegyítésével hozza létre. Vagyis a hírszöveg szerzője úgy konstruálta meg szövegét, hogy a látszólag távolságtartó kifejezések, megnevezések is közvetlenül a saját perspektívájából származnak.

A II. szöveg és az összes hasonló jellegű hírszöveg kettős célt ér el. Egyrészt viszonylagosítja az I. szövegben megvalósuló, lehetőség szerint tárgyilagos hírközlést, vagyis azt is egy lehetségesként értelmezi a sok közül. Másrészt saját szövegén belül saját semleges kiindulópontjait is viszonylagosítja: hiszen a lövöldöző embert éppúgy szlenges kifejezésekkel nevezi meg, mint a megállítására kiérkező rendőröket, azaz lényegében egy szintre hozza őket érték szempontjából. A részletes elemzésben feldolgozott tesztkérdések válaszai szerint a II. hírt olvasók többsége nem is hírként, hanem pletykaként, szenzációként olvasta azt. Ezzel azt jelezték, hogy a hírszöveggel szemben támasztott elvárások nem teljesültek, azok felfüggesztődtek. A hírszöveg nem úgy próbálta megkonstruálni a megtörtént eseményt, ahogy az egy vagy éppen sok tárgyilagos szemlélő szerint megtörtént, hanem egy virtuális valóság részeként.

Mindez természetesen súlyos, nem csupán ontológiai, hanem etikai kérdéseket is fölvet. Az újságírásnak, az újságíróknak el kell dönteniük, hogy meddig merészkednek el a valóság előállításában, vállalva e világok időnkénti katasztrófális összeomlását, vagy mennyire kívánnak ragaszkodni a

sokszoros nézőpontok által jobban igazolt nem logikai igazságokhoz, amelyek megcáfolódása kevesebb kockázattal jár a túlnyomórészt mégsem újságírókból álló közösségek számára. Másképp: mennyire bódul bele az újságíró a hírszövegezés (ideológiai) nézőpont szerinti kváziszakrális rítusába, vagy mennyire tartja magát a közösségileg is igazolható életvilágbeli tapasztalatokhoz.

#### **Felhasznált irodalom:**

- van Dijk, Teun A. 1988: *News as Discourse*. Hillsdale, NJ.: Lawrence Erlbaum.
- Fehér M. István 1992: *Martin Heidegger*. Göncöl Kiadó. Budapest.
- Givón, Talmy 2001: *Syntax. A Functional-Typological Introduction*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Halliday, M. A. K. 1994: *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- Heidegger, Martin 1927/1989: *Lét és idő*. Budapest: Gondolat.
- É. Kiss Katalin 1998: A generatív nyelvészet mint kognitív tudomány. In: Pléh Cs., Györi M. (szerk.): *A kognitív szemlélet és a nyelv kutatása*. Budapest: Pólya Kiadó pp. 23–39.
- Langacker, Ronald W. 1987: *Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. I. Theoretical Foundations. Stanford, California.
- Pléh Csaba 1986: A történet szerkezet és az emlékezeti sémák. Budapest: Akadémiai.
- Ropolyi László 2004: A virtuális valóság természetéről. In: Pléh Cs., Kampis Gy., Csányi V. (szerk.): *Az észleléstől a nyelvig*. A X. MAKOG előadásai. Budapest: Gondolat Kiadó. 30–55.
- Sanders, José–Spooren, Wilbert 1997: Perspective, Subjectivity, and Modality from a Cognitive Linguistic Point of View. In: W-A. Liebert, G. Redeker, L. Waugh (eds.): *Discourse and perspective in cognitive linguistics*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins pp. 85–112.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2001: Két napihír összehasonlító stílusérték-vizsgálata befogadói válaszok alapján. *Magyar Nyelvőr*. pp. 299–319.



ANDOK MÓNIKA

## A HÍREK MEGKÖZELÍTÉSEI A RITUÁLIS MODELL ALAPJÁN

A médiakutatások egyik kedvenc területe a hírek vizsgálata. Hogy a kutatók nem bánnak mostohán ezzel a területtel, azt a szakirodalom bősége és diszciplináris sokszínűsége is mutatja (Andok, 2001). Ám ha kommunikációelméleti szempontból vizsgáljuk az eddigi kutatásokat, akkor feltűnő az aránytalanság abban a tekintetben, hogy a kommunikáció tranzakciós vagy rituális elméletének háttéréből bontakoztatják-e ki az elemzést. A mérleg nyelve a tranzakciós elemzések túlsúlyát mutatja. Mit jelent ez? Azt, hogy sok kutatás foglalkozik a hírgyártással, előállítással a küldő / feladó oldaláról, befogadás-vizsgálatokkal a címzettek felől, s évről évre jelennek meg empirikus alapú, tartalomelemzési munkák is. Jóval kevesebb azonban a rituális modellt (Carey, 1992, 1997) alapul vevő kutatás, nemcsak a magyar, de a nemzetközi szakirodalomban is.<sup>2</sup> Az olyan elemzés, mely azt feszegetné, milyen szerepet játszanak a hírek a mindennapi valóságunk fenntartásában? Miért válik dominánssá, hír és szórakoztatás összekapcsolódása? Miért dramatizálnak, dramatizáltak a hírek mind szövegükben, mind vizuális megjelenítésükben? Ha ezt az irányt nézzük, bőven akad még kutatnivaló!

### 1. Rítus, mítosz

A kommunikáció rituális modellje nemcsak a fenomenológiából, de a kulturális antropológiából is merít. Mindig utal az elemzés kulturális beágyazottságára és történelmi, történelmi aspektusaira. Ezért kezeli történelmi realitásként a híreket Carey de ugyanezért utal rájuk, mint kulturális formákra Schudson is.

„Moreover, news is a historic reality. It is a form of culture invented by a particular class at a particular point of history – in

---

<sup>2</sup> A tranzakciós és a rituális hírkutatások részletes összehasonlítását ld. Andok, 2005.

this case by the middle class largely in the eighteen century.”<sup>3</sup>  
(Carey, 1992, 21)

Vagy ahogyan Schudson némileg oldottabban, lazább stílusban írja:

„News is a form of culture....If they can be faulted, it is only that they still tend to treat news as information. It may be as mistaken in the long run as to take news as ideology. News is culture.”<sup>4</sup> (Schudson, 1995, 16, 30-31)

Ha ebből az irányból közelítünk a hírek vizsgálatához, akkor számos korábbi terminus technicusunk jelentését érdemes az antropológia felől át- illetve újragondolni. Mi a rítus, mi a mítosz?

Levi-Strauss óta az antropológusok úgy tekintenek egy kultúrára mint szimbolikus rendszerek összességére. Ezt a gondolatot Geertz úgy alakította át, hogy a kultúra a szimbólumokban megtestesülő jelentések történetileg közvetített mintáit foglalja magába. Ezek segítségével az emberek megőrzik és állandóan fejlesztik a (mindennapi) étellel kapcsolatos tudásukat. Ám ez a kulturális mintákat tartalmazó rendszer nem homogén. Ugyanis a kultúra szimbolikus szerkezetén belül vannak olyan expresszív formák, melyek sűrített üzenetekkel tudnak szólni: drámai pillanatokban és hétköznapi helyzetekben. A modern szekularizált társadalmakban a hírek pontosan ilyen módon működnek: sűrített információkat adnak, egyrészt a mindennapi rutinról (diplomáciai tárgyalások, EU ügymenete), másrészt a közösséget ért drámákról (2006 augusztus 20-i tűzijáték). Ezen expresszív formák (jelen elemzésünkben a hírek) ereje egyrészt abban gyökerezik, hogy az emberek fogékonyabbak a konkrét esetek megítélésére, mint az absztrakciókra. (A hírek másik ereje az ismétlődésben rejlik, később erről részletesen írok.)

A kultúrakutatásban, kulturális antropológiában régóta vizsgált, elemzett mind a rítus mind a mítosz fogalma, valamint funkciójuk, kapcsolatuk. Foglalkozott ezzel Malinowski, Kluckhohn, Harrison és Levi-Strauss is. Egyes kutatók – Harrison például – úgy vélik, hogy a mítosz a kimondott dolog (legomenon), a rítus pedig az ennek megfelelő előadott dolog (drómenon).<sup>5</sup> Velük ellentétben Kluckhohn „elutasítja azt a gondolatot, hogy akár a mítosz

---

<sup>3</sup> „Sőt mi több, a hír történelmi realitással bír. Egy kulturális forma, amelyet egy meghatározott osztály hozott létre egy meghatározott történelmi pillanatban – ebben az esetben túlnyomórészt a XVIII. századi középosztályról van szó.”

<sup>4</sup> A hír egy kulturális forma. Ha valamiért hibáztathatók (ti. a tranzakciós iskola kutatói A.M.), az csupán az, hogy még mindig hajlamosak pusztán információként tekinteni a hírekre. Ez hosszú távon éppolyan melléfogás volna, mint ideológiai megközelítésben kezelni azokat. A hír – kultúra.

<sup>5</sup> A magyar nyelvű drámaelméletben ezt a megállapítást Kerényi Károlynak tulajdonítják (Bécsy, 1992, 95.)

a rítusból, akár emez a mítoszból levezethető volna, de arra a végeredményre jut, hogy a kettő mindazonáltal szoros és lényegi viszonyban áll egymással, még akkor is, ha egymástól függetlenül is képesek megjelenni.” (Kirk, 1993, 46) Sőt Kirk egyenesen azt mondja, hogy hiba volna a mítosz és a rítus egyszerű és általános viszonyáról beszélni. (Kirk, 1993, 37) A hazai szakirodalomban Császi Lajos *Bellt* idézi, aki szerint a rítust nem is tekinthetjük önálló entitásnak, mert önmagában csupán egy cselekvés, mely a *rituálizáció* során válik rítussá. (Császi, 2002, 97)

Az antropológiának a politikával foglalkozó irányzata szerint a rítus szimbolikus természetű, szabályok által irányított tevékenység.<sup>6</sup> Formalizált cselekvések sorozatából áll, melyek stilizáltak, sematizáltak. S bár azt kell mondanunk, hogy ez a definíció valószínűleg tágabb társadalmi cselekvési kört fed le a rítusoknál, mégis jó kiindulási alap. Érdeemes továbbgondolni, hogy mi következik abból, hogy a rítus szimbolikus természetű. Sőt, hogy a hírkutatásban ez hova is vezet.

A rítus a szimbolikus valósággal kapcsol össze. A kommunikáció rituális modellje szerint a kommunikáció pontosan arra való, hogy ezt a valóságot fenntartsa.<sup>7</sup> Ha ebből az aspektusból vizsgáljuk, akkor a médiahír – az egyszerű/egyszerű információátadáson túl – összekapcsol mindet közösségünk szimbolikus valóságával, szimbolikusan konstituált valóságával. A hírek ezen funkciójának bemutatására és kutatására a kommunikáció tranzakciós modellje nem alkalmas, jobb kiindulópontot találunk a rituális modellben. Amikor ebben a megközelítésben beszélünk szimbolikus valóságról és szimbólumokról, akkor „szimbólumok alatt nem egyszerűen jelképeket kell értenünk. Olyan különleges erővel rendelkező, szimbolikus objektívált kollektív hiedelmekről van szó, mint a primitív társadalmakban a totememblémák, vagy a modern világban a szekuláris kulturális kódok.” (Császi, 2002, 67.)

A szociológiai megközelítés a rítus működésében azt hangsúlyozza, hogy közvetíti a közös értékeket a csoporton belül, csökkenti a belső véleménykülönbségeket. E nézet szerint a rítusok szemléltetik, hogy hogyan alakul ki a

---

<sup>6</sup> Ezt a definíciót Lukes adja. Idézi: Zentai, 1997, 65.

<sup>7</sup> Carey úgy véli, hogy a valóságra nem mint valami eleve adottra kell tekintenünk, hanem éppen a kommunikáció által létrehozott társadalmi jelenségre. Ugyanakkor kiemeli, hogy nemcsak a valóság létrehozására, de annak folyamatos fenntartására is szolgál a kommunikáció. „This particular miracle we perform daily and hourly – the miracle of producing reality and then living within and under the fact of our own production – rests upon a particular quality of symbols: their ability to be both representations *of* and *for* reality.”<sup>7</sup> (Carey, 1992, 29.)

„Ez a különös csoda, melyet naponta és óránként létrehozunk – vagyis a valóság létrehozásának csodája és annak, hogy mi ebben a valóságban élünk, a szimbólumok különös minőségén nyugszik, azon, hogy képesek mind a valóság megteremtésére, mind annak reprezentálására.”

társadalmi rend és a stabilitás. Valójában a híreknek is van ilyen funkciójuk, bemutatni a társadalom működését – persze itt nem egy egyszeri híradásról, egyetlen hírműsor elemzéséről kell beszélnünk, hanem a hírfolyaméről.

A rituális viselkedés szövegszerű reprezentációinak egyik kiváló példája a hír, amikor is egyfajta kollektív szöveg szimbólumaiban artikulálódik a kulturális ethosz. S ezt a szimultán stabilitás és módosulás paradoxona jellemzi. Ami a hírekben stabil, az két elemből áll. Az egyik a hírek rendkívül feszes szövegszerkezete (az 5 w+ h alakzatban írnak róla az újságírók, a nyelvészek T. A. van Dijk<sup>8</sup> ábrájára hivatkoznak.) A hírszerkezet csak kis részben módosul, mely a közlés médiumához igazodik (a rádiós hírek esetén nem találunk címet, az internetes hírek esetében a háttér, az előzmények hyperlinkként szerepelnek, stb.). A másik stabil pontot a hírek esetében a tematikus mezők állandósága adja. Vagyis minden híradásban, hírlapban találunk politikai, gazdasági, kulturális, sport vagy bulvárhíreket. (Rövid történeti áttekintést ld. Andok, 2003) Ezen tematikus mezők fontos szerepet játszanak a hírek megértésében is. Jensen és kutatótársai a hírek befogadásának két csoportot tudtak elkülöníteni. Az egyik csoport megértette a híreket, mert össze tudták kapcsolni azok tartalmát saját életviláguk tematikus mezőivel. Egy másik csoport azonban a hírek tartalma mögött valamiféle rejtett reklámot, összeesküvést látott (Jensen, 1999).

A rítusok elemzői azt is hangsúlyozzák, hogy ezen kulturális formák úgy működnek, hogy széteső szimbolikus reprezentációkat fognak, foglalnak egységbe, valamint lehetőségeket, határokat, értékeket vésnek be a képzelet rétegeibe. A hírekre ez éppígy igaz mind fizikai, mind morális értelemben.

## 2. A hír mint rítus jellegzetességei

Akik a pszichoanalízis felől vizsgálták a rítusokat, rávilágítanak egy bennük lévő konfliktusra is: a rítus szisztematikus és közvetett – vagyis a rítus szimbolikájába kódolt – kifejeződése azoknak a konfliktusoknak, amelyeket a rítus elfed és ebben az értelemben tagad. Hogyan értelmezhetjük ezt a hírek esetében? A média munkatársai gyakran emlegetik, hogy a globális médiarendszer segítségével kitágult a világ, mi is csatlakozhatunk hozzá, már nemcsak a szomszédunk tartozik bele az életvilágunkba, de a világ másik felén élő ausztrál bennszülött is. Márpedig ez, szociológiai értelemben nem így van. Amikor a fenomenológus Schütz az életvilágról ír, mint elsődleges és kitüntetett valóságunkról, akkor kiemeli egy nagyon fontos kritériumot. Azért elsődleges és kitüntetett valóságunk az életvilág, mert itt tudunk beavatkozni a folyamatokba (Schütz–Luckmann, 1975, 1984). Márpedig a

---

<sup>8</sup> van Dijk, Teun A. 1988 *News as Discourse*. Hillside, NJ.: Erlbaum. pp. 55.

globális világ folyamataiba nem tudunk beleavatkozni, s az ausztrál bennszülött élete minden bizonnyal az én közrehatásom nélkül csörgedezik tovább, bármennyire is láthattam a hírekben, hogy mi történt vele tegnap. Vagyis a hírek elfedik és tagadják azt a konfliktust, hogy bár tájékozódhatunk az eseményekről, nem tudunk hatni rájuk.

A rítusok egyik fontos funkciója, hogy segítségükkel megszélídíthetővé válik az idő és átláthatóvá a valóság. Vagyis azzal, hogy időről időre megismétlik őket, egyrészt megerősítik azokat a kollektív hiteket, hogy milyen is a közösség, az adott társadalom világa, hogyan működik. Vagyis nem csupán egy szerkezetet, struktúrát mutat be, de a működést is. Így van ez a médiahírek esetében is. Szorosan ide kapcsolódik a rítusok egy másik jellemzője, hogy repetitívek, ismételhetőek. Az ismétlésnek fontos szerepe van az idő kezelésében és a valóság folyamatos fenntartásában. S azt már az állati kommunikációban, az állatok ritualizációs viselkedésében is megfigyelték, hogy az ismétlődés növeli a hatékonyságot.<sup>9</sup> Persze az ismétlést a rítusként felfogott hírek esetében nem szó szerinti ismétlésként kell elgondolnunk. Ez egyébként más típusú rítusokra sem jellemző. Fontos funkciója az ismétlődésnek a múlttal való folytonosságra való utalás. Azért is keltik a folyamatosság érzetét, mert lassabban változnak, mint a kultúra más összetevői. Hogy a hírek esetében mi változik lassan, arra már utaltam a dolgozat egy korábbi részében: lassan változik a szövegszerkezet (a mai 5 w+h majdnem egy évszázada állandó a magyar hírlapírásban, a amerikaiban még régebbi) és a tematikus mezők.

Ha a híreket rítusként mutatjuk be, akkor utalnunk kell arra a sajátosságra is, hogy a rítus minden esetben specifikálja a szöveg és az előadója, a szöveg és a befogadója viszonyát. A médiahírek mint szövegek, szövegtípusok esetében ez a legkomolyabban veendő pont. A hír és előadójának viszonya, a szerző nézőpontja szövegszerűen jelöletlen. A nézőpont, ahonnan a hírt elmondja, leírja a szerző: jelöletlen. Grammatikai értelemben ez E/3 személyt jelent. A médiaelméleti könyvek pedig ezt a semlegesség, objektivitás kérdéskörében tárgyalják. Ide tartozik még az is, mely a legtöbb rítusra igaz: többnyire speciális az a nyelv, amelyen előadják (legjobb példa erre a liturgikus nyelv). Ha a médiahír és a befogadó oldalát nézzük, akkor is találunk rituális elemeket, melyek ráadásul továbbélnek, médiumtól függetlenül. A XIX. században és a XX. század elején a nyomtatott lapok átolvasása volt ritualizált cselekvés, majd a rádiós hírek hallgatása az 1930-as évektől, az esti híradó megnézése pedig az 1960-as évektől. S ez nem csupán a magyar kultúrára igaz, az amerikai helyzetről Schudsonnál olvashatjuk.

---

<sup>9</sup> Tóth Péter tanulmányában alaposan sorra veszi az állatok ritualizációs viselkedésének jellemzőit. (Tóth, 1999, 196-197)

„The ritualism of newspaper reading continues for many people. In the 1950s and 1960s watching the network evening news was a ritual for many American families.”<sup>10</sup> (Schudson, 2003, 172)

A rítusok és a rítusként felfogott hírek jellemzéséhez érdemes figyelembe venni Kirk hozzáfűzését is. „Ahol a rítus feltűnően jelen van, ott a társadalmi élet számos egyéb aspektusának függvényében van jelen. ... A túlságosan sok szabadidő is eredményezheti a rítusok elburjánzását (Kirk, 1993, 54).” A hírek szükségszerűen függnék a társadalmi élet különböző területeitől, hiszen onnan merítik tartalmukat. A társas világ, a szociális világ eseményeiről, folyamatairól adnak képet.

Kirk arról is ír, hogy milyen típusú mítoszok válhatnak rituális alkalmakkor elmondottakká. „... a mítoszi funkciók... Az első típus eredendően a szórakoztatást szolgálja, a második gyakorlatias, a szabályokat ismétli és megszabja az értékeket, a harmadik spekulatív és magyarázatokkal szolgál.” (Kirk, 1993, 286–287) Kirk szerint a második típus válhat rítus alapjává. Ha a híreket vizsgáljuk, s különösen az elmúlt másfél, két évtized változásaira, az *infotainment* megjelenésére, akkor azt kell mondanunk, hogy a szórakoztatást sem lehet megkerülni a hírek rítusként való értelmezése során. S ha ezt mondjuk, akkor nem érthetünk egyet maradéktalanul Gerbner álláspontjával, aki ugyancsak három funkcióját emeli ki a történeteknek, a történetmesélésnek, de egészen máshova köti a híreket. Gerbner szerint „A kulturális környezetünket tápláló történeteknek három különböző, de egymással összefüggő funkciójuk van. Az első az, hogy megmutassák, miként működnek a dolgok, a második, hogy leírják mi micsoda a világban, a harmadik pedig, hogy megtanítsanak bennünket arra, hogyan bánjunk mindezzel” (Gerbner, 2002, 11–12). A híreket Gerbner a második csoportba sorolta, s ezzel a külső realizmus elsődlegességét hangsúlyozza a fenomenális világgal szemben.

Ebben a rövid kis tanulmányban azt szerettem volna bemutatni, hogy a mai dominánsan tranzakciós kommunikációs modell alapú hírkutatás mellett mekkora létjogosultsága lenne a rituális modellt alapul vevő kutatásoknak. Ezen kutatások nem csupán információként, információ átadásként tekintenek a hírekre, hanem a szociális világba ágyazott, időről időre változó kulturális formának tartják azokat.

---

<sup>10</sup> „Az újságolvasás ritualizációja sok ember számára folytatódott. Az 1950-es, 60-as években sok amerikai család számára az esti helyi televíziós híradó megtekintése vált rítussá.

### Felhasznált irodalom:

- Andok Mónika 2001: A sajtóhírek a tudományos diskurzusbán. In.: Békési Imre–Petőfi S. János–Vass László (szerk.): *Szemiotikai szövegtan 14.* JGYTF Kiadó, Szeged, pp 109–137.
- 2003: A hír mint szövegtípus. In.: *Iskolakultúra* 2003/11. P.: 68-77.
- 2005: A bulvár-tabloid hírek a magyar sajtóban 1780-tól In.: Ivaskó Lívía (szerk.): *Érthető kommunikáció.* Szegedi Tudományegyetem Média tudományi Tanszék, Szeged.
- Bécsy Tamás 1992: *Rítus és dráma.* Mécs László Lap- és Könyvkiadó.
- Carey, James, W. 1992: *Communication as Culture.* Routledge, New York, London, 1997 *The Culture in Question.* In.: Stryker Munson, Eve–Warren, Catherine A. (ed.): James Carey. A Critical Reader. University of Minnesota Press, Minneapolis. 308–341.
- Császi Lajos 2002: *A média rítusai.* Osiris Kiadó, Budapest.
- Gerbner, George 2002: *A média rejtett üzenete.* Válogatott tanulmányok. Osiris Kiadó, Budapest.
- Jensen, Klaus Bruhn 1999: Knowledge as received. A project on audience uses of television news in world cultures. In.: *Television and Common Knowledge.* Jostein Gripsrud (ed.) Routledge, London and New York. 1999. pp. 125–136.
- Kirk G. S. 1993: *A mítosz.* Holnap Kiadó. (1970 Myth. Its Meaning and Functions in Ancient and Other Cultures. University of California Press).
- Schudson, Michael 1995: *The Power of News.* Harvard University Press Cambridge, Massachusetts, London, England.
- 2003 *The Sociology of News.* W. W. Norton New York, London.
- Schütz, Alfred–Luckmann, Thomas 1975: *Strukturen der Lebenswelt.* Frankfurt/M. Magyarul: Az életvilág struktúrái. In: Hernádi M. szerk.: A fenomenológia a társadalomtudományban. 1984, pp. 269–320.
- Tóth Péter 1999: A kommunikáció az evolúció perspektívájából. In.: Béres I.–Horányi Ö.: *Társadalmi kommunikáció.* Osiris Kiadó Budapest, pp. 193–211.
- van Dijk, Teun A. 1988: *News as Discourse.* Hillside, NJ.: Erlbaum.
- Zentai Violetta 1997: *Politikai antropológia.* (szerk.) Osiris Kiadó Budapest.

# HÍRTÖRTÉNET

BUZINKAY GÉZA

## A SZEMAFORTÓL AZ MTI-IG A sajtóhírszolgálat megszületése és a magyar hírlapok

A hírek formái, tartalmuk, objektivitásuk kérdései, megszerkesztésük és értékük megannyi elméleti, illetve gyakorlati szempontjától különbözik – bár remélhetőleg nem tűnik idegennek – az a történeti kérdésfeltevés: hogyan szervezte meg a média a hírekhez való hozzájutását, a folyamat egyre gördülékenyebb és gyorsabb menetét, azaz: hogyan intézményesült a hírszolgálat.

A hírek továbbítása és megszerzése a társadalom és az államok, birodalmak létrejöttének és fennmaradásának nélkülözhetetlen része volt. Anélkül, hogy a tűz- és füstjelek, a futárok ókorban kezdődő történetére egyáltalán utalnék,<sup>1</sup> csakis az írott sajtó kialakulásának korától vázoló fel a hír történetét.

A hírekhez, információkhoz való hozzájutás nélkül nem indulhatott volna meg a magyar sajtó. Ez a tény azonban nem jelenti, hogy csupán a *Magyar Hirmondó* megjelenésétől, 1780-tól kezdődik a hírforgalom magyarországi története. Több mint kétszáz évvel korábban, a török háborúk és „... a végvárrendszer kialakulása és fennállása idején a tájékoztatás Európa-szerte már nagyhatalom”, szögezte le R. Várkonyi Ágnes. Maga az információ fogalma is 1527-ben feltűnt már magyar nyelvű szövegben (R. Várkonyi Ágnes, 1999, 11,15). G. Etényi Nóra pedig felhívta a figyelmet arra, hogy a 17. század során valóságos „információs forradalom” zajlott le, s ennek eredményeként született meg a modern hírlapirodalom. „Már nemcsak időszakos kiadványok tették nyilvánossá az információkat – írta –, hanem egy folyamatosan és jól működő mechanizmus gyűjtötte össze és tette közzé a világ híreit közérthető és hozzáférhető formában. A hírek már nemcsak utólagos összefoglalásokban jelentek meg, hanem az újságok részletesen, gyorsan és pontosan, a történetekkel egy időben számoltak be az eseményekről” (G. Etényi Nóra 1999, 84, 85). Az információk áramlásának sebességére hozzá-

---

<sup>1</sup> Ld. részletesen: Tábori – Valkó – Ambrózy D. 1967. 5–11.



vetőlegesen lehet következtetni: például az 1664. március 18-án kelt uralkodói engedélyt Zrínyi Miklós számára, hogy megkezdhesse Kanizsa ostromát, március 25-én közli a német sajtó, vagy Kanizsa környékének április 25-i felderítéséről az *Ordentliche Wochentliche Post Zeitung* május 10-i száma közölt hírt (G. Etényi Nóra im. 89, 91). Tehát a császári udvarból származó hír egy hét alatt, más területről származó hír két hét múlva jelent meg a sajtóban, aminél persze figyelembe kell venni, hogy ezek még csak hetenként megjelenő hírlapok voltak.

Százhusz évvel később, a *Magyar Hirmondó* megindulása idején nem feltétlenül tapasztalható a híráramlás felgyorsulása Magyarországon, miközben Nyugat-Európában már több valóságos napilap is működött (a Londonban 1702-ben indult első napilapot követően), ami a hírgyűjtési tempó lehetőségeire is fényt vet. Az első magyar hírlap szerkesztője, Rát Mátyás előfizetési felhívásából azonban nem ez derül ki: „A külföldi nevezetes történetek és találmányok felől való tudósításokat – írta –, amennyire lehetséges lésszen, a kútfőből, azaz minden nemzetnek tulajdon írásiból s hírlelő leveleiből fogja venni [a lap], és magyarul érthetőképpen, mulatságosan s az olvasóknak értelmekhez, hasznokhoz alkalmaztatva, maga szavaival előadni és megírni. ... Azon dolgokat, amelyek felől fel nem teheti, hogy minden olvasónál tudva légyenek, a természeti és történetbéli tudományokból vett rövid magyarázatokkal meg fogja világosítani. Mert az homályos dolgok unalmasok az olvasónak.

Ahonnét ki-ki elgondolhatja, hogy sem olyan bőven, sem pedig olyan korán a dolgok hírül nem adattathatnak, mint a német hírlelésekben, amelyek ... egymásból nem is írattnak, hanem csak nyomtattatnak. – Külömben, amennyivel a *Magyar Hirmondónak* tudósításai későbbben fognak érkezni, annyival hitelesebbek is lesznek.

Ami a hazabéli dolgoknak megíratását illeti, azt többnyire levelező jóakaróinak és azon úriembereknek fogja köszönni, akik tudósításokkal önként kínálni méltóztattak” (Kókay György, szerk. 1981, 45–46). Vagyis a külföldi hírek szervezettebben érkeztek, még ha lassan is, mint a hazaiak, amelyek minden tekintetben esetlegesek voltak. Mindenesetre a császári udvarból hozzávetőleg feleannyi idő alatt érkezett meg és jelent meg a sajtóban a hír, mint Zrínyi idejében: Mária Terézia 1780. november 29-én bekövetkezett haláláról már három nappal később, december 2-án tudósítást közölt a *Magyar Hirmondó* (Kókay György, szerk. 1981, 94–95).

Ám az 1780-as évek a postára és lovasfutárookra alapozott hírtovábbítás korának végét jelentette, hamarosan döntő változás állt be a telegráf feltalálásával. Claude Chappe francia pap és mérnök, 1792-ben megszerkesztette a sémaphore télégraphique-ot, azaz a vizuális távirót. Hat lemezét 49 kombinációban lehetett beállítani, ami alkalmassá tette a teljes ábécé és még szá-

mos más jel továbbítására. Mivel Chappe testvére a francia forradalmi nemzetgyűlés tagja volt, a testületet támogatásra tudta serkenteni, aminek eredményeképpen a frontvonal közelében, Párizs és Lille között felállították a távíró oszlopokat. Hamarosan átütő siker bizonyította a találmány használhatóságát: 1794-ben, amikor az egyik francia várost elfoglalták az osztrákok, még egy óra sem telt el a csata után, és a híre már megérkezett Párizsba. A következő években megkezdődött a szemafor távíróvonalak építése Európában.<sup>2</sup>

Magyarországon még hosszú ideig nem jelent meg a távíró, bár létezéséről már magyar nyelven is lehetett olvasni. A *Közhasznú Esmeretek Tára* 1839-ben egész alaposan foglalkozott vele. „Telegraph azon eszköz, melly bizonyos jelek által tudósításokat 's parancsokat távol helynek legrövidebb idő alatt tudtára ad – írta. – Áll ez rudakból és léczekből, mellyek mozditás által számtalan alakokat képezhetnek, 's minden ilyen állás bizonyos szót vagy dolgot fejez ki. Ha illy eszközök magas és kitűnő helyeken bizonyos távolságra úgy állítatnak fel, hogy a' kapott jelt egyik a' másikkal minden késedelem nélkül közli, úgy eszközölhető általa, hogy valamely hír felette rövid idő alatt messze földre elvitessék.”<sup>3</sup> Néhány adatot is közölt: Párizs és Calais között 27 telegraph oszlopon 3 perc alatt, Lille-ből Párizsba 22 oszlopon 2 perc alatt, a legtávolabbi Brestből Párizsba 80 oszlopon 10 perc alatt jutott el az üzenet. Részletesen foglalkozik egy budai kísérlettel, amelyet 1838. május 14-én végeztek a tábournoki kar felügyelete mellett. „... A Gellérthegyen Andreán úr [a feltaláló] felügyelete alatt 1½ ölnyi [kb. 3,5 m] magasságú telegraph állítatott, mellynek nappali közlésekre szolgáló részei három, de sokféleképp változtatható 's idomítható póznaléczből, éjjeli közlékrészei pedig hét ingatható lámpából állanak ...Andreán úrnak...ki 24 betű-képjelt használ közleményeszközül, több hivatalos üzenet adatott fel, mellyekről olly szabadossággal[!] tudósítá a' másik vizsgaponton (a' budai hegység közt úgy nevezett Szép Juhászné mellett) álló 's jeltitkaiban jártas czimboráját, hogy az általa följegyzett betűitkok megfejtése hív 's tökéletes mása volt az elibe adott közlendőségeknek.” Kettejük között a távolság több mint 8 kilométer volt, mégis néhány másodperc alatt eljutott az üzenet. A feltaláló szerint Buda és Bécs között 2 mérföldenként összesen 18 oszlopot kellene felállítani ezzel a rendszerrel, s az üzenet 4 perc alatt haladna végig rajta.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Az adatot közli: *The New Encyclopaedia Britannica*, 1992, Vol. 3, 95–96. pp.

<sup>3</sup> *Közhasznú Esmeretek Tára*. XI. köt. Pest, 1839, Heckenast Gusztáv, 468. pp.

<sup>4</sup> *Közhasznú Esmeretek Tára* i.m. 468–469. pp.

A terv meghiúsult – valószínűleg nem csak a Metternich-kormány gyanakvása és bürokratikus kötekedései miatt, mert mi tagadás, ez csak halvány változata volt az Európa-szerte működő francia rendszernek.

Ám az 1820-as évektől már sorra megjelentek az elektromágnesességen alapuló különböző telegráfok,<sup>5</sup> 1837-ben pedig az amerikai Samuel Morse megszerkesztette azt a készüléket és a hozzátartozó kódrendszert, amely a következő közel másfél évszázadra, egészen a telefax és az e-mail elterjedéséig uralkodott a hírszolgálat terepén.

A Magyarországon létesített első telegráf vonal már elektromos távíró volt, amihez az nyitotta meg az utat, hogy 1847. január 16-án az uralkodó a postához hasonló állami monopóliumként határozta meg a távírókat. Még ugyanennek az évnek a végén, december 26-án született meg Pozsonyban a Béccsel való távíró-összeköttetés. Az 1847–48-i országgyűlés már használta is.<sup>6</sup> A távíróvonalak kiépítése azonban a szabadságharc leverését követő Habsburg-neoabszolutizmusra maradt. A Pest-Pozsony vonal építése 1850-ben indult el, és ugyanakkor az évnek kora őszén már megnyíltak az első magyarországi távíróhivatalok Pesten, Pozsonyban és Esztergomban. 1852-ben Szolnok, a következő évben Nagyszében, Pétervárad, Zimony, Szeged, Cegléd, Temesvár, Orsova csatlakozott a sorhoz, és Buda, amelynek távíróvonalában egyelőre csak a helytartóság elnöke, Albrecht főherceg kizárólagos használatára szolgált. Mindenesetre az osztrák-magyar kiegyezés megkötésének idejére (1867) már 8000 km-t hálózott be a magyarországi távíró, 326 vasúti telegráf hivatal működött, amelyek közül 181 állami, 145 pedig magán távíratok kezelésére kapott jogosítványt. Ebben az évben már összesen 1 174 000 távíratot továbbítottak.<sup>7</sup> A távíratok megosztásáról sajnos csak a század végéről van adatunk: akkor is csupán a teljes forgalom 8%-át tette ki a hírlaptávirat, igaz, ez is 520 ezer távíratot jelentett egy év alatt. Viszont összehasonlításként a kereskedelmi távíratok a teljes forgalom 65%-át tették ki.<sup>8</sup>

De vajon honnan hova mentek a hírlaptáviratok? Ezeket nem a lapok alkalmi levelezői küldték, a tudósítók is csak ritkán. A vasút, a távíró, majd a telefon révén egyre kisebbé váló világ híreinek összegyűjtését és továbbítását egyetlen hírlap sem tudta finanszírozni, még a 19. század közepének legnagyobb sajtóhatalma, a viktoriánus brit világbirodalom *Times*-a sem.

„Ha a kezdetekhez térünk, nyomban szembeötlik, hogy a múlt század közepe táján alapított hírügynökségek... úgyszólván minden esetben egy-egy

---

<sup>5</sup> Az adatot közli: *Pallas Nagy Lexikona* XVI. köt. Bp. 1897. 30. p.

<sup>6</sup> *Pallas Nagy Lexikona*. 31. p.

<sup>7</sup> *Pallas Nagy Lexikona*, u.o.

<sup>8</sup> *Pallas Nagy Lexikona*, 33–34. p.

elkötelezett ember nevéhez fűződtek...” – írja a *Magyar Távirati Iroda* történetének szerzője (Pirityi Sándor, 1996, 23). Ezt az „elkötelezettséget” azonban nyugodtan tekinthetjük a nagy üzlet és a még nagyobb nemzetközi befolyás iránti elkötelezettségnek. A minél gyorsabb és pontosabb hírszolgálat iránti igényt csak részben fűtötte a sajtónyilvánosság, inkább a tőzsde, a bankházak, a kereskedelem, és a szerencsejáték igényei.

A francia Charles Havas 1835-ben három éve működő fordító irodáját fejlesztette tovább, először még galambposta megszervezésével. Felismerésének lényegét az adta, hogy a francia lapoknak szükségük van a világ híryananyagára francia fordításban. Itt dolgozott 1849-ben rövid ideig egy Németországból érkezett banktisztviselő, aki a galambposta mellé megszervezte az elektromos távirat továbbítást, aztán 1851-ben a londoni tőzsde közelében megnyitotta saját táviró hivatalát. Paul Julius Reuternek nevezték. Először főleg kereskedelmi táviratokkal foglalkozott, majd a viktoriánus Anglia rendkívül élénk sajtóéletét, a hírlapok nagy népszerűségét látva, rábeszélte néhány kiadót, hogy fizessenek elő a szolgáltatására. Első sajtóügyletét 1858-ban szerezte meg, és a következő évben már látványos sikerének híre toborozta hírlapi partnereit: III. Napóleon egyik olyan beszédének szövegét továbbította Londonban, amely előre vetítette a hamarosan bekövetkező osztrák-francia-piemonti háborút.<sup>9</sup>

A 19. század közepén egy koncepciózus és kellőképpen agresszív angol üzletember előtt nem voltak korlátok, határok. A *Reuters* híriroda az első Atlanti óceán alatti távirókábel lefektetésétől, 1866-tól kezdve Európán kívüli földrészekben is terjeszkedett. Néhány évi verseny után a párizsi *Havas*-val és a berlini *Wolffs Telegraphisches Korrespondenzbureau*-val megállapodtak a világ felosztásban. A három nagy híriroda kartellszerződése 1870-ben a *Reuters*-nek biztosította Nagy-Britannia, a brit gyarmatvilág és Kelet-Ázsia híryananyagának összegyűjtési lehetőségét, az *Havas*-nak a latin országokét Dél-Amerikával együtt, a *Wolffs*-nak pedig Németországon és gyarmatain kívül Észak- és Kelet-Európát, az Osztrák-Magyar Monarchiát és Oroszországot (Eggeling, 1969, 99–100).

Tehát nagyjából az osztrák-magyar kiegyezés megkötése idejére az egész világról szervezett hírszolgáltatással közölhette híreit a sajtó, a magyar hírlapok is. Ez a hírszolgálati szervezet a külföldről származó információkat célozta meg, az egyes országok belföldi hírszolgálatát más csatornákon gyűlt össze. A belföldi tudósítói hálózatot hagyományosan az egyes lapok saját maguk számára építették ki, amire természetesen sokkal több és eredményesebb lehetősége nyílt a világvárosok, fővárosok lapjainak, mint a vidéki sajtónak. Ebből következik, hogy a legrégebbi, kizárólag egy országon belül

---

<sup>9</sup> *The New Encyclopaedia Britannica*, 1992, Vol. 10, 5. p.

működő hírirodát a vidéki lapok teremtették meg: 1870. február elején Angliában, szövetkezési formában kezdte meg működését a *Press Assciaton*. A hírtáviratokat azoknak a lapoknak továbbította, amelyek korábban magán távirati irodáktól szereztek be híreiket. Működési területe kiterjedt az összes londoni napilapra és vasárnapi hírlapra, a vidéki lapokra, üzleti lapokra és más periodikákra.<sup>10</sup>

Érdekes jelenség: abban az Angliában, amely a szabadverseny elvében találta meg saját nagyhatalmi és gazdasági túlsúlyának sikeres alátámasztását, a hírszolgálat terén – mind nemzetközileg, mind belföldön – a versenyt minimalizáló monopóliumok formáját választotta. Sőt a *Press Assciaton* olyan hatalmat épített ki magának, hogy 1925-ben a *Reuters*nek is fő tulajdonosa lett.<sup>11</sup> A különböző szempontú monopóliumok és konzorciumok uralmát végül is az az amerikai sajtó törte meg, amely az első világháború előtt még nem mutatkozott a nemzetközi hírpiaccon.

Amerikában – akár csak az angliai belföldi hírszolgáltatás – a hírlapok szövetkezésével született meg a hírszolgálat: hat New York-i lap a költségek megosztása céljával teremtette meg a mexikói háború idején, 1848-ban az *Associated Press*-t. A szövetkezeti formának, és a sokféle sajtómegrendelőnek messzeható következménye lett: megfogalmazódott az *AP*-nél a tudósítás objektivitásának követelménye, ami aztán a hírlapok újságírói számára is mérce lett (Schudson, 1978, 4). Ez az 1892-ben átszervezett és nagyhatalommá vált *AP* a „barriers down” (le a korlátokkal) jelszóval vette fel a harcot a hírmonopóliumok ellen, és az 1907-ben alapított amerikai nemzetközi híriroda, a *UPI* (United Press International) támogatásával 1934-ben sikeresen számolta fel a több mint fél évszázada működő konzorciumi rendszert, helyébe megteremtve a szabad, de sokszor kíméletlen hírversenyt a nyugati világban (Eggeling, 1969, 100).

Az első világháború után felemelkedő másik nagyhatalom, a Szovjetunió más elvek alapján alakította ki saját, s a második világháború után a varsói szerződésben összefogott csatlósainak információforgalmát. Az 1918-ban felállított *Rosztta* ügynökség, amelynek 1925 után *Tassz* lett a neve, (Eggeling, 1969, 100) az államilag szervezett és ellenőrzött hírszolgáltatás modelljét fejlesztette tovább, amelynek elődjeit Németország és a Habsburg-birodalom nyújtotta.

A magyar hírlapokban az első világháború előtt nem találunk a nagy nemzetközi hírirodáktól származó hírt, miközben igen sok olyan hír jelent meg, amelynek a konzorciumi elosztás értelmében tőlük kellett származnia. A rejtély kulcsa a bécsi híriroda, az 1850-es évek elején alapított

---

<sup>10</sup> The *New Encyclopaedia Britannica*, 1992, Vol. 26, 434. p.

<sup>11</sup> The *New Encyclopaedia Britannica*, 1992, Vol. 10. 5. p.

*Österreiches Correspondenzbureau*, röviden Korrbüro. Ez a Bach-korszak közigazgatásának megfelelően állami híroroda volt, a birodalmi belügyminisztérium keretében működött (Paupier, 1960, 15). A kiegyezés után *K. k. Telegraphen-Correspondenz-Bureau* néven folytatta működését, és szorosan együttműködött ugyan a berlini *Wolff* ügynökséggel, de megmaradt teljesen állami tulajdonban. Ekkor már a miniszterelnökség állami hivatalnokai vezették, a magyar (és más nem német) füleknek szokatlan beosztásokban, mint „cs. és kir. főszerkesztő”, „I. oszt., II. oszt. szerkesztő” és „cs. és kir. szerkesztőségi adminisztrátor” (Szabó, 1916, 107). 1859-től 1882. június 30-ig a Korrbüro budapesti irodát tartott fenn. Erősen német szempontú hírszolgálat egyre kevésbé elégítette ki a kiegyezés utáni Magyarországot, ezért az országgyűlési gyorsíró iroda két munkatársának, Maszák Hugónak és Egyesy Gézának a kezdeményezésére 1881-ben megalakult a *Magyar Távirati Iroda*. Ezáltal a hírszolgálat terén szétvált a Monarchia két része, de szerződéses viszonyban maradtak egymással: az *MTI* adta a magyar vonatkozású híryanagot a bécsi irodának, azon keresztül a nemzetközi hírügynökségeknek, az *MTI* és általa a magyar sajtó pedig a *Korrbüro* révén jutott hozzá a világ híreihez. Ez a szerződéses viszony különösen a Millennium idején, báró Bánffy Dezső miniszterelnök elképzeléseinek hatására átalakult úgy, hogy politikai követelmény lett minél több és hosszú lejáratú szerződést kötni a nagy nemzetközi hírirodákkal. Ezek közül legkevésbé az *Havas*-val sikerült az együttműködés, mivel az „magyarellenes és szlávbarát” volt (Pirityi, 1996, 43). A szerződések nem működhettek kielégítően, hiszen a magyar sajtó munkatársai egészen a Monarchia felbomlásáig úgy érezték, hogy az *MTI* „lényegében a bécsi *Telegraphen-Korrespondenz-Bureau* fiókja” (Szabó, im. 108).

Az *MTI* egészen az első világháború végéig magántulajdonban maradt, bár állami irányítás, a miniszterelnök által kinevezett igazgató vezetése alatt – ez hasonlított a német híroroda modelljéhez –, majd 1918. november 7-én a Károlyi-kormány államosította (Pirityi, 1996. 31–70, valamint Tomsics, 1987).

Amikor megszületett az *MTI*, mint félhivatalos híroroda, már több, a belső híryanagot továbbító magán ügynökség létezett. 1864-ben indult a *Pester Correspondenz*, majd Futtaky Gyula 1875-ben német nyelven alapította meg a *Budapester Korrespondenz* című, legelterjedtebbé vált nyomtatott hírszolgálatot, amelyhez utóbb magyar nyelvű változat is járult *Budapesti Tudósító* címen, bilingvis formában. Az *MTI* akkor került náluk előnyösebb helyzetbe a hírlapoknál, amikor 1890. január 1-jével megkezdte működését közvetlen bécsi telefonvonala, majd amikor 1914 őszétől a szikratávíró állomás is elkészült Csepelen – 1917-ben már napi 8–15 000 szónyi újságtávíratot vettek (Sugár, 1993, 15), s végül, amikor a tanácsköztársaság az *MTI*-

be olvastotta a korábbi nagyobb magántudósító irodákat (Pirityi, 1996, 42, 55).

Olyan nagyságú napilap, mint a *Pesti Napló* – vagyis tekintélyes, mérvadó és közepes példányszámú újság –, az 1890-es évek elején napi 40-50 táviratot kapott a *Magyar Távirati Irodától* (ezeket nevezték „közös”-eknek), és 60–70-et saját levelezőitől (ezeket sokszor „eredeti”-ként tüntették fel). A legfontosabbnak tartott politikai táviratokat külföldi lapoktól kapták (Szomaházy, 1893, 109–113). A magyar hírlapok a fontos európai lapok egy-egy munkatársát szerződtették, hogy tőlük kapják meg az érdekesebb híreket távirati úton, lehetőleg még mielőtt ott megjelennek. Ezeknek a táviratoknak a száma erősen változott.

Volt a lapoknak még egy hírforrása, amelyet általában csak utólag vallottak be, bár már egykorúan is sokan sejtették létezését. A *Pesti Hírlap* például fél évszázados jubileumi albumában írta meg, hogy „...szükség volt egyéb hírforrásra is és a *Pesti Hírlap*nak voltak az összes minisztériumokban alkalmi tudósítói, miniszteri tisztviselők, akik esetenként titokban híreket hoztak és ezért a laptól díjazást kaptak” (*Az 50 éves Pesti Hírlap jubileumi albuma 1878-1928*, 11).

Az 1890-es évek közepére a hírlapok által gyakran használt *Budapesti Tudósító*val szemben az *MTI* szerepét nem a külföld-belföld szembeállításával vagy a specializáció szempontjából, hanem minőségileg határozta meg a kormány, mondván: az *MTI* a hivatalos jellegű, megbízható, nem cáfolható, „teljesen hiteles” híreket közli, a *Budapesti Tudósító* viszont csak a nem hivatalos és cáfolható információkat (Pirityi, 1996, 43). Ez a különbség azonban a magyar hírlapok számára nem volt döntő. A táviratok illetve telefonszolgálatok hitelessége még nem jelentette automatikusan a megjelenő hírek hitelességét is. A hírlapok gyakorlatáról plasztikus képet rajzolt Tápay-Szabó László 1916-ban megjelent kötetében. „A nagyközönség... azt hiszi – írta –, hogy valamennyi lapnak vannak a külföldi hír-központokban saját tudósítói; több lap ugyanis a már Budapestre érkezett... újságokból egyszerűen lefordítja az illető lap eredeti tudósításait (mit sem törődve azzal, hogy a hír már idejét múlta, mire a külföldi lap ideérkezett), s az ekként létrejött ’távirat’ dátuma alá odairja a fordító munkatárs e jelzést: ’Saját tudósítónk távirata’. Néhol még valami költött nevet vagy kezdőbetűket is írnak a távirat alá, a nagyobb hitelesség okáért. A jól berendezett szerkesztőségben külön tabellákat készítenek, amelyeken fel van tüntetve a fiktív ’tudósító’ neve és lakóhelye, nehogy ’idősb Schwarz’, aki a tegnapi lapban amsterdami tudósító volt, a holnapi lapban... már Konstantinápolyból küldjön ’táviratot’. [...] Vannak napilapok, amelyek hétszámra sem kapnak egyetlenegy külföldi táviratot se, de ezt a laikus újságolvasó nem igen veszi észre bennük, mert a

hasábjaik zsúfolva vannak 'eredeti távirat' gyanánt feltüntetett koholmányokkal" (Szabó, 1916, 111–112).

Sajátos volt a magyar sajtó helyzete. Egészen kevés lemaradással, a ki egyezés után viszont lényegileg lépést tartva a német és a nyugat-európai sajtó hírszerzési lehetőségeivel, mégis azoktól eltérően működött. Még a tömeglapok gerjesztette hírverseny az 1890-es évek közepétől sem jelentett valódi versenyt, hanem – amint azt a fenti leírás is bemutatja – inkább találékonyági, ötletelési és a minél olcsóbban, minél kevésbé rajtakapható hamisítások versenyét. Még az *MTI* körül is olyan nemzetközi panaszok és botrányok sűrűsödtek, hogy az általa adott hírek gyakran megbízhatatlanok voltak, a bizalmas közlésekre vonatkozó utasításokat gyakran figyelmen kívül hagyta, vagy a nyilvánosságra hozatalt egyeztető szerződést nem tartotta be, és a hírt előbb adta át közlésre a magyar lapoknak (Pirityi, 1996, 45–51).

A megszerzhető hírekkel szemben a kitalált, hamisított tudósítások elterjedése a versenyben megbízó liberális felfogás, vagyis a sajtó egyik fő működtető ereje szempontjából érthetetlen lehet. A magyar sajtóélet azonban csak elveiben hirdette, sajátította el többé-kevésbé a liberális nézeteket, azokat nem önmagából termelte ki. A magyar sajtó közönsége politikai, közéleti érdeklődés miatt, majd a 19. század legvégétől a bulvársajtót a legtágabb értelemben vett szórakoztatása miatt olvasta, és nem üzleti érdeke utalta rá a hírlapokra, mint a polgáribb nyugat-európai olvasóközönséget. Aki Magyarországon üzleti, kereskedelmi információkért, megbízható hírekért vette kézbe az újságot, az nem magyar lapot olvasott. Egy erős nemzeti öntudatú polgár még Trianon után is két napilapra fizetett elő: mint hazafi a *Nemzeti Újságra*, és mint polgár a *Pester Lloydra*.<sup>12</sup> A magyar sajtó híreinek bizonytalanságai és torzításai miatt lehetett rajtuk bosszankodni, legyinteni, vagy nevetni – de a megbízhatatlanság nem ment az olvasó hivatásának rovására. Ezért az olvasók sem kérték számon, buktatták meg a félreinformáló lapokat, és ezért a lapkiadók és szerkesztők morális mozgástere is tágabb lett. Ennek tanúságaként is úgy látszik, minden résztéma oda lyukad ki, hogy először a magyar sajtóetika működését kellene megfejteni már történetileg is.

#### **Felhasznált irodalom:**

*Az 50 éves Pesti Hírlap jubileumi albuma 1878–1928.* Budapest 1928. Pesti Hírlap kiadása.

Eggeling, Erich 1969: Das Nachrichtenwesen. In: Dovifat, Emil (Hg.): *Handbuch der Publizistik*. Bd. 3, 2. Teil. Berlin, Walter de Gruyter & Co.

---

<sup>12</sup> A példa nagyapámra, Ney Ákos MÁV igazgatóra vonatkozik (B.G.)



- G. Etényi Nóra 1999: Magyarországi ostromhírek az európai sajtóban (1663-1664). In: *Információáramlás a magyar és török végvári rendszerben* Eger, Studia Agriensia 20.
- Közhasznú Esmeretek Tára*. XI. köt. Pest, 1839, Heckenast Gusztáv.
- Magyar Hirmondó. Az első magyar nyelvű újság*. 1981 Válogatás. Sajtó alá rendezte, a bevezetést és a jegyzeteket írta: Kókay György. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Pallas Nagy Lexikona*. 1897. Budapest.
- Paupier, Kurt 1960: *Handbuch der österreichischen Pressgeschichte 1848–1959*. Bd. II. Wien-Stuttgart.
- Pirityi Sándor 1996: *A nemzeti hírügynökség története 1880–1996*. Budapest, MTI.
- R. Várkonyi Ágnes 1999: A tájékoztatás hatalma. In: *Információáramlás a magyar és török végvári rendszerben*. Eger, Studia Agriensia 20.
- Schudson Michael 1978: *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. New York, Basic Books.
- Sugár Gusztáv 1993: *Megszólal a rádió*. Budapest, Ajtósi Dürer Kiadó.
- Szabó László 1916: *A modern újságírás*. Budapest, Dick Manó kiadása.
- Szomaházy István 1893: *Az újság. A hirlapírás műhelyéből*. Budapest, Pesti Napló kiadása.
- Tábori–Valkó–Ambrózy D. 1967: *A hírközlés regénye*. Budapest Minerva.
- The New Encyclopaedia Britannica*, 1992, Vol. 3.
- Tomsics Emőke 1987: *A Magyar Távirati Iroda Rt. a két világháború között*. Budapest [Bölcsészdoktori disszertáció].

# A HÍRÉRTÉK FOGALMA

ACZÉL PETRA

## A HÍR MINT ÉRTÉKREND REPRESENTÁCIÓ

„Látni akarni kell, de ennyi sem elég, még el is kell viselni azt, amit látunk.”

(Ancsel Éva)<sup>1</sup>

### 1. A hír mint cselekvés, szimbólum, dráma

Kenneth Burke szerint az emberiség minden társadalmi-szellemi alkotása, a propaganda, a reklámok, a legbonyolultabb irodalmi alkotások is stratégiák és cselekvések, eszközök, amelyek bizonyos helyzetekben bizonyos emberek egymáshoz és a világhoz való viszonyát megállapítják (Burke 1962: 17 vö. Warnock 1996: 90–92).

A kommunikáció voltaképpen tehát a viszonyok és társadalmi változások előidézésének képességét bírja. Az üzenetben az esemény nem kifejeződik, hanem létrejön, dramatizálódik és ritualizálódik. A hír mint szöveg és alkotás, tehát nem információközlés az eseményről, hanem önmagában esemény, nem tettek, cselekedetek bemutatása, hanem önmagában tett, cselekedet.

A szöveg elemzőjének, a kommunikátum értelmezőjének a feladata, hogy feltárja, a közlő vagy kommunikátor milyen módon hozta létre a világot a nyelvben, milyen eszközökkel hívta a befogadókat arra, hogy a világot hasonlóan lássák. Ezek szerint a szöveg szerkesztése, maga a kompozíció is kilép az emberi cselekedetek területére, a feldolgozásban a meggyőzés és az önmeggyőzés irányítja a befogadót. A hírek társadalmi cselekvések, cselekvésminták, amelyek egyfajta azonosulásra készítik a befogadót. A Burke-i (1962: 18–25 vö. Hankiss 1985: 126) aktív szövegmodell szerint a kommunikátumban öt tényező játszik szerepet: a helyzet (scene), a cselekvő (agent), a cselekedet (the act), a cselekvés eszköze (agency) és a cselekvés célja

---

<sup>1</sup> Utolsó bekezdések. Budapest: Pesti Műsor Lap- és Könyvkiadó Kft. 1993: 25, (XLIII.)

(purpose). A modell tényezői dramatizálják a közlést, amely által a szöveg cselekvéssé, cselekvésmintává válhat. A hír mint információ tehát nem kérdésekre (5 w + h = who, what, when, where, why, how) válaszol, hanem társadalmi cselekvés, illetve ennek szimbóluma, amely a meggyőződés megváltoztatásával vagy megtartásával vonja be a befogadókat.

A kommunikáció kulturális megközelítése szerint az újság (hírolvasás) egyébként sem az információküldés vagy szerzés folyamata, hanem olyan helyzet, ahol semmi újat nem tudunk meg, de egy adott világnézetet mutatnak be vagy erősítenek meg bennünk (Carey 2003: 258). Nem az információszerzés, hanem a dramatikus szerepvállalás a befogadó feladata; ezzel kapcsolódhat be az erők vetélkedésébe, így lesz cselekvő része az eseményeknek. Az értékrend elfogadásának alapja tehát nem a hatás, amelyet a hír gyakorol a befogadóra, hanem a bevonódás, az azonosulás mértéke. A hír tartalmilag sem információs szövegtípus: Carey szerint tükröz egyfajta élményéhséget, hogy „megszabaduljunk az epikus, heroikus és tradicionális elemektől” egy újság, újszerűség reményében. A hír tehát – és itt a Burke-féle retorika és a rituális szemlélet összesimul – dráma, amely nem ad leírást a világról, hanem „drámai erők és akciók arénáját ábrázolja”, amelyben a szerepvállalásra való hajlandóságunk szerint készítenek résztvevőre (Carey 2003: 258–259 vö. Andok 2006: 175).

A hír által közvetített értékrend valójában erők vetélkedésének eredménye, a dráma építkezéséből és összetevőiből fakad.

## **2. A hír mint narratívum**

A hír mint beszédmód, diskurzus, narratívumnak is tekinthető. A narratíva a nyelv univerzális funkciója, az emberi kommunikáció legáltalánosabb és legszélesebb körben elterjedt módja. A narratívum dramatizáltan megjelenő állítás, amely értékhierarchiákat ábrázol. A narratívumok minden esetben egységekbe, szegmentumokba, epizódokba szerveződnek, és ezek mintegy mintázatok formálnak, ez a mintakövetés pedig a tudásszervezés és a tudáshoz való viszony kulturális módjait tükrözi.

A hatalom birtoklásának egyik formája a narratívum használatának joga, azé, amelyről elismerik, hogy kognitív funkciója van (amiről lehet, adott beszélni).

A narráció, Fisher meghatározása szerint: „olyan szimbolikus cselekedetek – szavak és/vagy tettek – összessége, amelyek sorbarendeződnek és jelentést hordoznak mindazok számára, akik élik, alkotják és értelmezik azokat.” (1987: 24, vö. Griffin 2001: 304). Fisher a narrációt helyezi az interpretáció középpontjába, a narratív paradigma öt feltevését pedig az alábbiakban határozza meg:

1. Az ember alapvetően történetmondó.
2. Döntéseinket helyes érvelések alapján hozzuk.
3. A történelem, az életrajz, a kultúra és a jellemvonás határozza meg azt, hogy mit tekintünk helyes érvelésnek.
4. A narratív racionalitást a történetek összetartó ereje és hitelessége határozza meg.
5. A világ történetek sorozata, amelyből mi kiválasztással folyamatosan újratelemjünk saját életünket.<sup>2</sup>

A befogadó mentális modellalkotási folyamatait, amellyel az információt elfogadja és hosszú távra rögzíti, az elbeszélő struktúra mintázza leginkább, a közös szociokulturálisan meghatározott helyekre való utalásokkal.

A befogadó tudatában az információ rögzítése sémák alkalmazásával történik. A séma mentális reprezentációk rendszerbe szervező szabálya, (dinamikus) tudás, amely a korábbi tudást szervezi, a társas élet értelmezését lehetővé teszi. A sémák segítségével nagy tömegű információt szűrünk és rendezünk el, így a gondolkodás gazdaságosságát is szolgálják. Az értelemadás jellege egyfelől a racionalizáció (általános értelemadás), másfelől a konvencionalizáció (a kulturális irányba történő értelemadás).

A hírkutatás vizsgálatai szerint a hírprezentáció keretbefoglalással történik; a híreket a jelentés egy területére, keretébe helyezik, hogy a közönség megértését segítsék. A tematikus keretbefoglalás egyúttal tükrözi azon társadalmi források kontextusait és céljait is, amelyek hírrel látják el a médiát. A hírek keret-elmélete szerint az egyének értelmezési kereteket, alakzatokat, mintákat alkalmaznak a hírekből származó információra azért, hogy értsék, és előismereteikhez igazítsák. Ezek a keretek, Anderson (1980 vö. McQuail 1993: 90) szerint, nagy, komplex tudásegységek, amelyek a tárgyak általános kategóriáit, események osztályait, emberek típusait fogják össze. Kollektív konstrukciók, amelyeket a közösség tagjai megosztanak; a

---

<sup>2</sup> Fisher szerint a narratív ésszerűség alapján megformált történetek egyformán jók, az elfogadáshoz azonban még két kritériumot rendel: a narratív koherencia és a narratív hitelesség fogalmát. A narratív koherencia a történet valószínűségét mutatja meg; azt, hogy mennyire vág össze más történetekkel, illetve azt, hogy elvárható-e benne, hogy a szereplők hitelesen viselkedjenek. Egy történet pedig akkor hiteles, ha a befogadók korábbi tapasztalatai alapján igaznak hat. A narratív struktúra akkor hiteles (a történet szempontjából azonosulást elősegítő), ha biztosítani tudja a helyes érvelési logikát. Az érvelési logika szintén öt értékfüggő témakörre épül:

1. az üzenetben, történetben megjelenő értékrendre,
2. az értékrend döntéseinkre gyakorolt hatására,
3. a felvetett értékrendhez való csatlakozás lehetséges következményeire,
4. az adott hallgatóság értékrendjével való átfedés mértékére,
5. a hallgatóság által „az erkölcsi magatartás ideális alapjához” való illeszkedés mértékére.

szociokulturális tudás részei. A hír megértésének, tanulásának folyamatát a Graber<sup>3</sup> által Axelrod<sup>4</sup> keret-modelljének egyszerűsítésével kidolgozott ábra mutatja be (ld. ábra).

A hír mindezek alapján olyan narratív beszédmód, amely a társadalmi rögzítés sémáit adja; a közös tudat (érték)sémája, amelyben az egyén szocializálódik.

A hír tehát értelemadó és rögzítő séma; az értéktérbe való helyezés eszköze.

### **3. A hír informativitása, hihetősége, műfajisága**

A kommunikáció folyamatának ismeretelméleti, episztemikus normái bizonyos mértékben ellentmondanak a kommunikáció funkcióinak. (Sperber 2001: 413) A kommunikáció funkciója kettős: a befogadó számára alkalom, mód arra, hogy releváns információhoz jussanak, a közlő számára pedig alkalom, mód arra, hogy a befogadó meggyőződését, beállítódását befolyásolja. A kommunikációból származó információ csak akkor hasznos a befogadó számára, ha igaz, s ezáltal pozitív kognitív hatást vált ki.

A kommunikáció episztemikus normája tehát az, hogy igaz és releváns információt hordozzon és közöljön.

Ugyanakkor a hitet, meggyőződést megváltoztató funkció nem az információ igazságértékén, hanem olyan kommunikációján múlik, amely a kommunikátor érdekeit szolgáló hatás kiváltására alkalmas. Így a kommunikátor célja az, hogy az üzenetet a befogadó számára hihetőre formálja.

Azt feltételezzük tehát, hogy a hír mint kommunikátum nem a releváns közlés, hanem a hihető közlés megformálására törekszik.

A hihetőség egyszerre tulajdonsága és hatása is a közleménynek. Ez a hatás nem feltételez ok-okozati viszonyokat; a közlést létrehozó erők célközpontúak és jelenlevők, de nem visszavezethetők oksági kapcsolatokra.

A hihetőség a meggyőzés alapvető eleme nem az informálásé. A kommunikáció episztemikus normáin (amelyeket egyébként az emberi kommunikációs aktusok egyike sem tud teljes egészében megvalósítani) átlépő informálás, mely létrehozza (reprodukálja, reprezentálja és interpretálja) az információt és ezzel törvényszerűen torzítja az eseményt tulajdonképpen egyfajta dezinformáció. Breton (2000: 69) meghatározása szerint a dezinformáció olyan akció, amelyben a félrevezetni kívánt befogadóval úgy fogadtatják el a valóságnak a kibocsátó szempontjából kedvező leírását, mintha az biztos és

---

<sup>3</sup> Graber, D. 1984. *Processing the News*. New York: Longman Inc.

<sup>4</sup> Schema theory: processing model of perception and cognition. In: *American Political Science Review*, 67. 1248–66.

ellenőrzött hír lenne. Technikailag a dezinformáció hihetővé tételt jelent. A dezinformálás gyökereiben ott találjuk a kérdést: valójában mit is tekintünk információnak? Hiszen információ mindaz, amit a kommunikáció legitim, logikus, együttműködésen alapuló, normatív térben zajló folyamata, tényezői azzá tesznek. Az információ egységnyi közlés, amely nem létezhet az értelmezés nélkül, melyet a kódolás, a kontextus, a médium, a befogadó körülményei, etc. társítanak hozzá. Hiba lenne feltételezni tehát, hogy a dezinformáció az információ megcsönkítése vagy meghamisítása. A dezinformáció a lehetséges és közölhető tartalmak és értelmezések szándékos leszűkítése, egy szempont érvényesülése, a hatásgyakorlás célja érdekében. A dezinformáció megjelenítésében a kizárólagosság, a biztos hír benyomása a hozzáférések megakadályozásából fakad.

A hírben a szándékos egyszempontúság is kifogásolható lenne, ha nem feltételeznénk azt, hogy ez egyfelől mindig a kontextusoktól függő aktualizáció, valamint a közlésbeli gazdaságosság eredménye is lehet.

A hírek struktúrája, elrendezése, a hírfolyamon belüli helye, mindezek kerete a kognitív, szociális, kulturális és politikai kontextusokból való. Ennek következtében a hír mint médiaműfaj a vélemények és meggyőződések hatékony keretbefoglalója.

Az újságírók (kapuőrök) és a médiahasználók (média-írástudók) egyaránt a világról szóló mentális modellek birtokában vannak. A hír csak az információ jéghegy-csúcsa, a mögöttes, nagyobb rész, az implikációk interkontextusok, tudás-forgatókönyvek, mentális modellek elemeiből épül fel.

Tulajdonképpen a hír ritualizálja, majd formalizálja a közlést, hihetősége nem tartalmából, hanem műfajából ered. Műfajának rögzítettsége az értelmezési, szociokulturális kontextusok korábbi, a fogalmak előzetes megadásából fakad: tudom, milyen a hírműsor, mind verbálisan mind non-verbálisan előzetes képem (befogadási-mentális modellem, értéktulajdonítási hajlandóságom van hozzá). A hír nem győz meg, nem cselekvés, és struktúrája nem reprezentál értékrendet, ha ennek az előzetes (primed) értelmezési keretnek nem felel meg. Ez történt például, amikor Friderikusz Sándor a *Szólás szabadságában* a választási hírblokk tudósítójának Hajós Andrást kérte fel.

#### **4. A hírérdemesség, faktor, hírérték**

A hírek előállításában hagyományosan négy lépést különböztethetünk meg: a hírek gyűjtését, szelektálását, csomagolását, prezentálását. Ez a folyamat voltaképpen a klasszikus retorika beszédalkotási, kidolgozási fokai-val egyezik meg: a feltalálással (*inventio*), az elrendezéssel (*dispositio*), a kidolgozással (*elocutio*) és az előadással (*pronuntiatio*). Voltaképpen tehát a hírgyártás fázisai a szövegalkotás legalapvetőbb állomásaival egyeznek meg.

A hírben megjelenő értékrendhez vagy értékhierarchiához mind a négy munkafázis hozzájárul. A gyűjtés mint az alkotás része inkább invenció, amelyet egy már előzetesen stratégikusan létrehozott kollektív, intézményes észlelés kiválasztó eljárásának tekinthetünk. A szelektálás nem csupán szűrés, hanem egy létrehozandó struktúra (maga a hírszöveg és a hírfolyam) elrendező elve is. Ahogyan a stílus funkcionális tekintetben válogatás eredménye, így tehát elszegényedés is, úgy a hír szelektálása is elszegényedés, az egészhez képest (valóság, esemény) a részek kiragadása; ugyanakkor egy alkotó, új koncepció megvalósulásának elő lépése is egyúttal. Emellett más kontextusokhoz, mintázatokhoz való kapcsolódást, interkontextuális viszonyokat teremthet. A csomagolás a hírek kifejeződése, a képi vagy verbális kódok kiválasztásával, jelkomplexumok létrehozásával, amelyekben az elrendezés mesterségessége törvényszerűen értéktársítási lehetőségeket teremt a befogadó számára. A prezentáció a hír előadásának módja, a kommunikátor, a körülmények (helyszín), az időtényező, a beszédhelyzet hozzárendelésével, a kontextus megvalósításával.

A gyűjtés és még inkább a szelektálás fázisának lényegi fogalma a híredemesség (newsworthiness), amely a nyilvánosságra hozatalra alkalmassá tevő tulajdonságokat jelenti. A szűrésben a hírérték (news values) hírfaktorok (news factors) játszanak fontos szerepet, ezek a hír mennyiségi és minőségi megjelenését határozzák meg, önmagukban vagy variációikban meghatározzák a válogatás módját. A hírérték nem rögzített, nem állandó, nem abszolút. Ahogyan a kereskedelemben az árunak nincs abszolút értéke, nem funkciója, tartóssága, szükségessége teszi vonzóvá, hanem különlegessége; úgy a hírt is relatív értéke, különlegessége teszi 'értékessé, edemessé' a médiafogyasztásban. A különlegesség pedig egyfelől az aktuális sorrendből fakad: milyen más hírek előtt, között, után szerepel az adott hírszöveg, a váratlanságból, másfelől a hírérték viszonylagosságából, a társadalmi helyzet stabilitásától függően.

A hírérték bármely üzenetet érdekessé tehet, hírértéke nem csupán a hírnek, hanem minden műfajú és típusú szövegnek lehet, a hírérték a létrejött szöveg kritériuma, és az alkotás eszköze. A stílusnak, a megformáltságnak is van hírértéke, csakúgy, mint a tartalmi jegyeknek.

Egy hírszöveg hírértékének tekinthető, ha (1) sok embert érint, sokakra van hatással, (2) időszerű, (3) ismert személy vagy szervezet szerepel benne, (4) közeli eseményről, történésről szól, (5) valamilyen nézeteltérés vagy konfliktus áll fenn a szereplők között, (6) van benne valami különös, (7) valami sokak által jól ismert és tárgyalt általános témához kapcsolódik.

A hírgyártásban hírfaktor vagy hírérték, amely a szűrés kritériumát adja, vonatkozhat a hír tartalmi jegyeire, a hír piaci pozicionálásának lehetőségeire, a befogadó lehetséges választásaira.

Tekintsük át, milyen szelekciós hírfaktorokat, hírértékeket alkalmaznak a kapuőrök a hírgyártásban, az értékrendek reprezentálásában!

Warren Breed (1955) szerint a hírek elhelyezhetőek az újdonság és igazság, valamint az információ és az emberi érdek metszetében. Értéküket az adja, hogy

1. mennyire eladhatóak,
2. mennyire érdekesek,
3. mennyire egyszerűek,
4. mennyire objektívek és
5. mennyire stilizáltak.

Ezekben a szempontokban egyfelől a marketing másfelől a feldolgozás, harmadfelől az információ interpretálásának jellege és módja is megjelenik.

Galtung és Ruge (1965) az alábbi faktorokat sorolják fel:

1. a hírben megjelenő esemény, történés ideje-terjedelme (ez mennyire egyezik a hírkibocsátás időbeli programozásával),
2. az esemény, történés intenzitása (gyengülő vagy felerősödő),
3. tisztasága (mennyire egyértelmű vagy milyen mértékben kétértelmű),
4. az esemény, történés kulturális proxemikája és relevanciája,
5. a konzonanciája (összecsengése más eseményekkel, egyezése az elvárásokkal),
6. váratlansága (a konzonáns események között),
7. folytonossága (milyen más történésfolyam része ez, avagy, folytatódik-e),
8. szerkezthetősége (hogyan illeszthető be a hírfolyamba, a műsorba),
9. az esemény, történés milyen szociokulturális értékeket hordoz.

A hírfaktorok ez utóbbi sora már eltekint az érdekességtől, és kiemeli az összecsengést, a relevanciát, a kontextusokat; figyelembe veszi tehát a közlést, közlésfolyamot és a szociokulturális kontextust egyaránt.

Erbring (1989) hírértéknek tekintette

1. az aktualitást, meglepőséget,
2. a bevett tematikai keretbe helyezhetőséget,
3. az eseményben résztvevők ismertségét,
4. az esemény által okozott konfliktus vagy normasértés fokát,
5. a földrajzi vagy kulturális közelséget.

Bajomi Lázár Péter (2006: 79–83) összefoglalása szerint a szakírók a következő tényezőket tekintik hírérték-növelőnek:



1. Negativitás: minél negatívabb egy esemény, annál inkább helye van a hírekben.
2. Valóidejűség: ha olyan érzést kelthet a hír aktualitása, mintha a közönség is részese lenne az esemény idejének.
3. Váratlanság: a szokatlanabb, a váratlanabb esemény nagyobb valószínűséggel kerül be a hírekbe.
4. Normasértés: minél deviánsabb egy viselkedés, cselekedet, történés, annál inkább helye lehet a hírek között.
5. Érintettség/fontosság/közelség: minél több embert érint, annál érdekesebb a kiválasztásra az adott eset, esemény.
6. Érdekesség: a hétköznapi embereket különleges körülmények között megmutató esetek nagy valószínűséggel lesznek hírek.
7. Rekordok: a modern hősiesség kirívó (nem mindig kiváló), kiemelkedő vállalkozásai fontos tényezői a hírszelekciónak.
8. Prominencia: a fontos, ismert emberekkel kapcsolatos események is hírédemesek.

Amennyiben a hírt érdemessé tevő faktorokat vagy értékeket a fenti osztályozások szerint áttekintjük, láthatjuk, hogy a hírérték egyfelől a szociokulturális kontextusnak, az információban közvetített esemény vagy cselekvés konfliktusosságának, illetve a befogadás mint konfliktus nagyságrendjének, az információ (esemény, történés vagy személy) újdonságának következménye: vagyis annak a drámának, amely a hírben végbemegy, és a befogadás következtében történik. Ezek a hírértékek az azonosulás lehetőségeit, a szerepvállalás valószínűségét erősítik.

A hírérték másfelől a jelentésalkotás, szimbólumalkotás kategóriája: milyen korábbi ismerethez kapcsolható, milyen értelmezési keretbe helyezhető a bemutatott esemény.

A hírérték harmadfelől a hír mint 'áru' logisztikájának faktora: szállíthatóságát, beilleszthetőségét (szerkeszthetősége), eladhatóságát jelzi.

Az értékrend alkotása ilyen módon a dramatizálás természetes és alkotói következménye, a források céljainak és kontextusainak tükröződése, a piaci szempontok kielégítése.

A hírben a hírfaktorok leegyszerűsítő módon is működhetnek, ún. kapcsolókként. Clyde Miller (vö. Breton 2000: 125) megkülönböztet erénykapcsolókat, amelyek jónak tartott szavakkal, jelképekkel társítanak eseményeket, szereplőket (demokrácia, igazság, nyugalom), tekintély- vagy tanúbizonyság-kapcsolókat, amelyek az események, vélemények igazolására szolgálnak, a tekintély hangján 'szólalnak meg' (rangjelzések, ismert, elismert emberek – de lehet, éppen ellenkezőleg, rémületet keltő személyiség is),

méregkapcsolókat; ezek rossz képzeteket keltő szavakkal társítanak (háború, harc, halál), illetve konformitáskapcsolókat, amelyek a közösségre és az abban rejlő erőre, közös tapasztalatokra utalnak.

A hír mint szöveg szerveződésének rendje mesterséges, noha a befogadó számára természetesnek tűnik a megszokott minta, narratív jelleg, bevonódást elősegítő dramatizálás miatt. A mesterséges rendben a lényegtelen is kerülhet a figyelemmel kitüntetett szövegszélékre, az esemény bemutatásában a történet kronológiája vagy pszichés rendje alapján lényegtelen elemek is hangsúlyt kaphatnak. Ebben a forrás célorientált szándéka, értékrendje tükröződik: nem az, amilyenek a világot ő látja, hanem az, amilyen világlátás a befogadó részéről az ő céljait szolgálhatja. A szövegszerveződés tehát nem ábrázolt, hanem szándékolt értékrendet közvetít.

## 5. Összegzés

A hír tehát nem térben közöl információt, hanem időben kapcsol össze közösségeket; a dramatizáció, a rítus, a cselekvés és a szimbolikus jelleg segítségével. A hír mint műfaj, dramatizált, mint diskurzus narratív, mint szelekciós elv szociokulturális kontextusokon alapszik, mint sorrend célorientált értékrendet közvetít. A hír nem információ, hanem esemény és értékrend-reprezentáció, közös séma a világ újraértelmezésére. A hír befogadása keretben, sémákba, mintákba illesztéssel történik. A hírben az 'újság' nem informatívítását, hanem különlegességét adja, és a lehetőséget az aktív szövegmodell szerinti bevonódásra.

A hír nem az információ, hanem a világ rendjének közvetítője; nem a közlés egysége, hanem az átélésé.

### Felhasznált irodalom:

- Anderson, J. 1980: *Cognitive Psychology and Its Implications*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Andok Mónika 2006: A hírek mint kulturális szimbólumok. In: Balázs Géza–H. Varga Gyula (szerk.): *Társadalom és jelek*. Eger: Líceum Kiadó, pp. 170–179.
- Bajomi-Lázár Péter 2006: *Társadalom és média*. Budapest: Antenna Könyvek.
- Bartlett, F. C. 1985: *Az emlékezés*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Breed, W. 1955: Social Control in the News Room: A Functional Analysis. *Social Forces* 33/4., Köln, pp. 326–335.
- Breton, Philippe 2000: *A manipulált beszéd*. Budapest: Helikon.
- Burke, K. D. 1962: *A Rhetoric of Motives*. New York: Meridian Books.

- Carey, J. W. 2003: A kommunikáció kulturális megközelítése. In: Kondor Zsuzsanna–Fábri György: *Az információs társadalom és a kommunikációtechnológia elméletei és kulcsfogalmai*. Budapest: Századvég. pp. 252–270.
- Erbring, L. 1989: Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation. In: Kaase, Max–Schulz, Winfried (Hrsg.): *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde. Soziologie und Sozialpsychologie* 30. pp. 135–149.
- Fisher, W. R. 1987: *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value and Action*. Columbia: University of South Carolina Press.
- Galtung, J.–Ruge, M. H. 1965: The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2. pp. 64–90.
- Graber, D. 1984: *Processing the News*. New York: Longman.
- Griffin, Em 2001: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Budapest: Harmat.
- Hankiss Elemér 1985: *Az irodalmi mű mint komplex modell*. Budapest: Magvető Kiadó.
- McQuail, D.–Windahl, S. 1993: *Communication Models for the Study of Mass Communication*. Essex: Prentice Hall.
- Sperber, D. 2001: An evolutionary perspective on testimony and argumentation. *Philosophical Topics* 29. 401–413.  
<http://www.dan.sperber.com/testimony.htm>
- van Dijk, T. A. 1991: *The Racism and the Press*. London: Routledge.
- Warnock, T. 1996: Kenneth Burke. In: Enos, Theresa (ed.) *Encyclopedia of Rhetoric and Composition*. New York: Garland. pp. 90–92.

**Példa:**

A narratívum és dramatizálás együttes megjelenése, a széli elemek kiemelése, a szociokulturális konzonancia az idézett szövegrészekben, az újdonság megjelenése, az erénykapcsolók (hit, élhetőbb), méregkapcsolók (rivális, gond, harc), tekintélykapcsolók (elnök), ironikus 'slice of life' utalások (sör).

1)

**Gyurcsány: „Összetart minket a hit”**

**2006. 04. 13. 08.38**

**A liberálisokat és a szocialistákat az a hit tartja össze, hogy van remény arra: Magyarországból jobb ország legyen – mondta Gyurcsány Ferenc szerdán Budaörsön, hozzátéve: harcolni nem a riválisok, hanem a gondok ellen kell.**

Abba lehet hagyni azt a politikát, amely csak arról szól, hogy miként lehet megbántani és megsérteni a másikat – jelentette ki az MSZP miniszterelnökjelöltje több száz fős hallgatósága előtt. Hozzátette: nagyon egyszerű olyat mondani, amivel az ember tönkretesz kapcsolatokat. Úgy fogalmazott: „Nem

abból áll a mi politikánk, hogy hogyan kiabálhatunk kígyót-békát riválisainkra és ellenfeleinkre”.

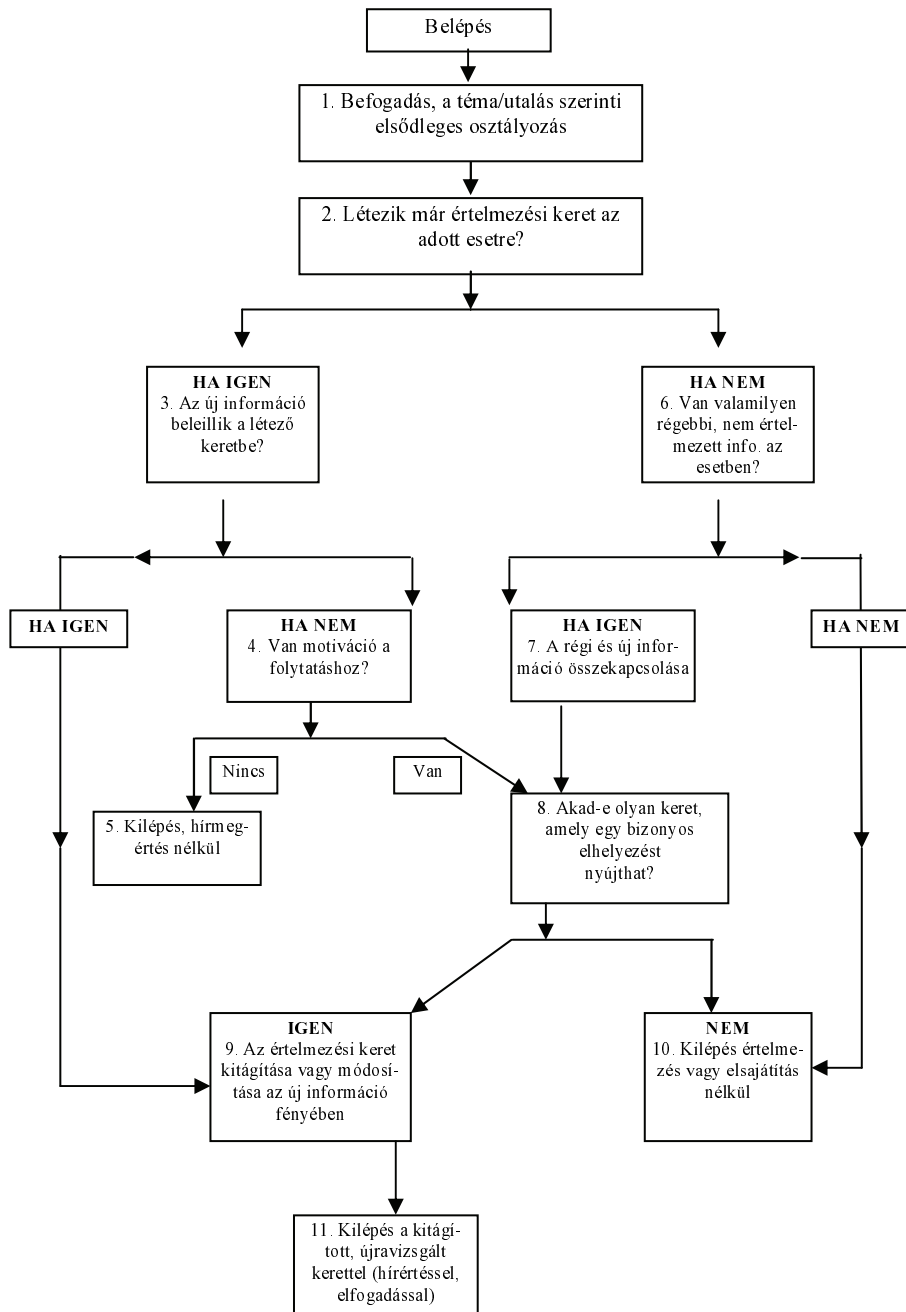
Inkább azt kell nézni, hogyan teremthető az országból, a városokból, falvakból élhetőbb világ. Harcolni azok ellen a gondok, bajok ellen kell, amelyekből sok van – mutatott rá. A rendezvényen részt vett és felszólalt Kuncze Gábor, az SZDSZ elnöke is. (MTI)

2)

**Gyurcsány: Aki sokat füttyül, annak kiszárad a szája**

**Kifüttyülték budaörsi lakossági fórumán Gyurcsány Ferencet. A helyi lakótelepen tartott rendezvényen Keller László mellett kampányolt a szocialisták miniszterelnök-jelöltje, akit Kucze Gábor, az SZDSZ elnöke is elkísért. A helyszíntre Tárnokról is buszoztattak hallgatóságot.**

A budaörsi fórumon egy színpadon állt a koalíció. Gyurcsány és Kuncze együtt kampányolt az MSZP-s Keller László képviselőségéért, aki javára az SZDSZ jelöltje visszalépett. Keller László a közpénzekért volt felelős, államtitkári posztjáról maga Gyurcsány Ferenc váltotta le. Kuncze Gábor kifejtette: „Mi feltettük a pontot és önöknek alá kell tolni az „i”-t 23-án.” A szocialisták miniszterelnök-jelöltjének beszédét gyakran füttyök zavarták meg. Gyurcsány Ferenc elmondta: „Aki sokat füttyül, annak kiszárad a szája, akinek kiszárad a szája, elszárad a reménysége is, hogy egy jobb világot tudjon teremteni...” Gyurcsány Ferenc erős gazdaságot, jobb közlekedést ígért hallgatóságának, de nem egyik napról a másikra: „Tudják, ha csak egy csettintés lenne, mást se látnának, csak hogy a politikusok csettintgetnek egész nap!” Gyurcsány szerint elágazódáshoz érkezett az ország. A választási győzelemben vakon bízó miniszterelnök-jelölt a közelgő húsvétről is megemlékezett Budaörsön: „Húsvétről ha marad egy sörük, vagy boruk, azt 23-án bontsák fel, pezsgő is lehet....” A fórum a szokásos kampánydallal ért véget, amelyet a liberálisok most sem énekeltek együtt a szocialistákkal. (Hír TV)



Ábra (D. Graber, 1984)

ZSOLT PÉTER

## A HÍR ÉS A HÍRÉRTÉK VISZONYA A 2006. április 13-i nap írott sajtójának elemzése

Egyetlen nagy jelentőségű eseményt kiválasztva vizsgáltam a kampány tükröződését a hazai sajtóban. Az országos lapok összehasonlító elemzésével azt kívánom bemutatni, hogy a hírek és a hírértékek viszonyában miként engedtek a lapok az objektivitásra törekvés helyett a számukra és közönségük számára vonzó hírértékek kiemelésének.

### 1. A hír és a hírérték kapcsolata

A tömegkommunikációs modellek fejlődésében nagy előrelépésnek számított, amikor White felfedezte a kapuőrt (White, D. 1950). Ám ő még úgy gondolta, hogy a kapuőrök – szerkesztők újságírók – egyéni ízlésük alapján szelektálnak, illetve igyekeznek kielégíteni befogadóik igényeit.

A következő lépésben viszont egyre pontosabb körülírást kapott a „hírérték”, és úgy vélték, hogy nem a véletlen adja a kiválasztását a híreknek, hanem egy tudatosan vagy nem tudatosan használt kódrendszer. A magasabb hírértékű információ kerül előrébb, válik vezető hírré, és az alacsonyabb szelektálódik ki. A 60-as évektől felerősödött az a Lippmann-i felismerés, hogy mint Lippmann írja 1922-ben a hírkészítés rutinizálódásáról: „a jelentés durva egyszerűsítése nélkül a szerkesztő hamarosan belepusztulna az idegeskedésbe” (McQuail, D. 2003. 243). Viszont abban már megoszlottak a vélemények – ha vita nem is fókuszálódott a kérdésre –, hogy a hírérték vajon hosszú távú stabilizálódást, a konkrét közönségízléssel szembeni professzionális sablont jelent-e (Erbring, L. 1989, Galtung, J.– Ruge, M 1965), vagy épp a társadalom relativizáló elvárásait emeli be, mondván: a hírérték szelekció is az oka a média valóságtorzításának.

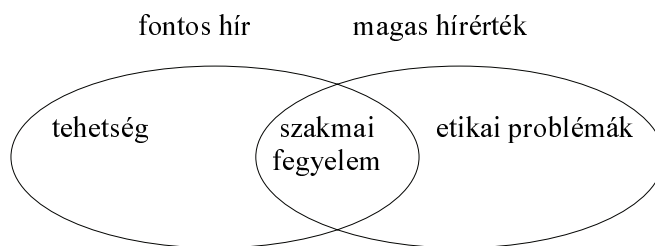
Ebben az implicit módon megbúvó kérdésben szeretnénk állást foglalni, de előbb nyúljunk vissza Whitehoz, és fordítsuk figyelmünket arra, hogy ma is van befolyása az újságíró személyes ízlésének a hírszelekcióban, illetve az olvasó elvárásainak is kiszolgáltatottaivá válhatnak a szerkesztők. Ez a két szempont pedig azt jelenti, hogy nem mehetünk el a szerkesztés valóságát

relativizáló momentumai mellett, miközben azt is túlzás volna állítani, hogy az objektivitásra törekvés nem jellemzője a hírkezelésnek<sup>1</sup>.

Ennek a relatív is – objektív is állapotnak az elméleti keretét egy olyan modellel kísérlem meg ábrázolni, melyben a hír kapja az objektív, és a hírérték kapja a relatív dimenziót. Utóbbi ugyanis az aktualitások, érdekek, és elvárások viszonyaiban bontakozik ki, előbbi viszont – elegendő, ha áttekintjük a hír máig összegyűjtött definícióit (ld. McQuail 2003) – döntő többségében az objektivitást hangsúlyozza<sup>2</sup>.

A hírrel szembeni elvárásunk a pontosság, az igazság és az objektivitás. Ezzel szemben viszont a hírértéknél az aktualitás, a kultúrafüggés, azaz a relatív dolgok is meghatározók. Maga a hírérték kifejezés is sugallja az értéktartalmat és az érték relatív voltát. Az alábbi halmazokkal ábrázolt ábra azt mutatja, hogy 1. lehet fontos hír az is, aminek nincs aktuálisan hírértéke, 2. hogy aminek magas hírértéke van, azt nem feltétlenül szabad mindig leköszölni, mert vannak etikai korlátok, s 3. a két halmaz metszete eredményezi a szakmai fegyelmet, de az „alibi”, azaz a kockázatot kerülő újságírást is<sup>3</sup>.

### A hír és a hírérték viszonya



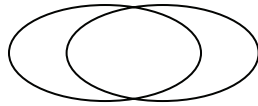
A posztoszocialista sajtóban két gond fordul elő sűrűn. Az egyik, hogy a hírérték maximalizálásának lázában a kelletnél több magánélet-sérelmet követnek el, a másik, hogy az értelmiségi és morális túlfűtöttség oltárán áldozva megfelelkeznek a szakmai fegyelemről. Ezt a fenti halmazelméleti megközelítéssel is ábrázolhatjuk:

<sup>1</sup> Ld. ezzel kapcsolatban az objektivitás doktrínáról szóló elméleti vitákat.

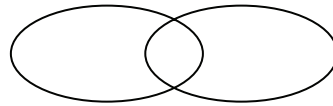
<sup>2</sup> A két szélsőséges megközelítés, mely szerint a hírmédiának a valóság tükrözését kell szolgálnia (objektivitás doktrína), vagy hogy mivel ez úgyis lehetetlen a hírmédia csinálhat és csinál is bármit, egyaránt elvethető (Bajomi-Lázár P. 2003).

<sup>3</sup> Bővebben és példákkal is illusztrálva ld. Zsolt P. 2005.

Posztszocialista struktúra



Ideális struktúra



## 2. 2006. április 13.

Bármely nap kiválasztható a hír és a hírérték viszonyának elemzéséhez. Különösen azonban a választási időszakok okoznak nagy kísértést a médiának, hogy a hírérték maximalizálására törekedjenek. Legalább két szempont miatt: egyrészt, mert nagy a befolyásolási lehetőség, és az egyes szerkesztőségek úgy érzik, élniük kell a lehetőséggel. Másrészt, mert az olvasók is inkább várják ilyenkor saját preferenciáik megerősítését, mint a körültekintő tájékoztatást.

Etikailag ezek a helyzetek ugyan kezelhetők, ha a szerkesztőség előre bejelenti például, hogy melyik oldalt akarja majd a választások idején támogatni, de úgy is, hogy bár fokozza az eseményekről szóló tájékoztatást, de nem kezd manipulálni.

2006 április 12-e a két választási forduló közti időszak egyik legforróbb pontja volt, mert három nappal az első forduló után Orbán Viktor lemondott a miniszterelnök-jelöltségről<sup>4</sup>. Mindezt amiatt tette, mert a kispártként, de mégiscsak a parlamentbe bejutott MDF vezetőségével immár egyezkednie kellett. Dávid Ibolya korábbi kijelentésére, mely szerint csak akkor lép szövetségre a FIDESZ-szel, ha ő lehet a miniszterelnök, Orbán egy kompromisszumos ajánlattal állt ekkor elő: Bod Péter Ákost, egy hajdani MDF-es minisztert javasolt maga helyett miniszterelnöknek cserébe az MDF-es választási szövetségért.

### 2.1. Hírek a nagy lapok címlapján

A baloldali orientációját és párt-elkötelezettségét nyíltan és egyértelműen felvállaló Népszava címlapján a főcím így hangzott: „Dávid szerint Orbán

---

<sup>4</sup> Orbán nemcsak visszalépett, hanem egyúttal az MDF-közeli Bod Péter Ákost ajánlotta közös jelöltként. Dávid Ibolya, aki röviddel azelőtt a Fidesz választási programját nagyon keményen elutasító levelet küldött a Fidesz vezetőinek, elutasította a Fidesz ajánlatát, azzal indokolva ezt, hogy Orbán a közös program elveinek tisztázása helyett személyi alkut kezdeményezett, márpedig ennek nincs értelme, amíg a konzervatív elvek szempontjából akkora a távolság a programok között, amekkorát az MDF elnöksége lát. Ezen az sem segít, „ha Ön az utolsó pillanatban elhagyja a süllyedő hajót, és a felelősséget áthárítja másra” – írta Orbánnak Dávid Ibolya.



elhagyta a süllyedő hajót” – és az oldalt egy ehhez a főanyaghoz kapcsolt Orbán-karikatúra uralta. Valóban Orbán nem azért lépett vissza, amit Dávid Ibolya értelmezését elfogadva a Népszava kiemelt, tehát, hogy elmeneküljön a süllyedő hajóról, hanem azért, mert úgy értékelte, hogy így tudja megtartani a hatalmat. A Népszava olvasótáborának azonban ez megközelítésnek tetszett, melynek pusztán azért is hírértéke volt, mert Dávid Ibolya ezt nyilatkozta.

A Magyar Nemzet április 13-i címlapja így tálalta az előző nap eseményeit: „Dávid nemet mondott a jobboldalnak”. A vezető hírt egy manipulatív szándékú fotó illusztrálta, amelyen felülről fotózva látható az MDF elnöke, amint éppen egy rácsos kapun halad át, de címlapos vezető anyag az objektívabb hírkritérium szerint történt.

A Magyar Hírlap címoldali híradását Orbán Viktor nagyméretű fotója illusztrálta. A Fidesz elnökét a drámai sajtótájékoztatón szemből fotózták, és a képen éppen széttárja karjait, ami a metakommunikáció nyelvén a nyitottságot hangsúlyozza, a főcím pedig így hangzik: „Dávid nem hajlandó tárgyalni a Fidesszel a közös kormányfőjelölről”. Ez korrekt, a lényegét összefoglaló hírközlés volt.

A Népszabadság aznapi címlapja volt a legrafináltabb<sup>5</sup>. A főcím azonos a Népszava által kiemelt üzenettel: „Dávid: Orbán el akarja hagyni a süllyedő hajót”. A szöveg kiemelésének manipulatív jellegénél is jellemzőbb azonban a címlapra került fotó, amely Orbánt a sajtótájékoztató közben alulról mutatja, arca csak félig látszik a pulttól, mintha maga is éppen süllyedőben volna, vagy menekülni készülne.

Végül kitekintésként érdemes megfigyelni egy nem politikai profilú, és vezető bulvár-napilap címoldalát is. A Blikk címlapján fő helyen, Orbán Viktor nagyméretű portréjával a következő címet olvashattuk április 13-án: „Orbán szenzációs bejelentése – „Belőlem nem lesz miniszterelnök” A Blikk belső oldalain is megfigyelhető, hogy óvatos kiegyensúlyozó, kívülálló stratégiát folytatott ezen a napon. Belül az egész oldalas cikkhez, amelynek fő anyaga egy exkluzív Orbán-interjú, mindhárom főszereplő, Orbán, Dávid, és Bod Péter Ákos fotóját is mellékeltek, azzal a címmel: „Orbán kész háttérbe vonulni”. A nagypéldányszámú bulvárlapok korrektebb hírkezelésének egyszerű a magyarázata: ezek a lapok nem szűkítik le tudatosan olvasótáborukat egyik vagy másik politikai pártcsoporthíveire.

---

<sup>5</sup> <http://www.nol.hu/cikk/400536/>

## 2.2. Hűség vagy árulás

Mindkét oldal sajtója manipulatív módon adott hírt a talpon maradt MDF-es képviselők visszaléptetéséért folyó küzdelem állásáról. Az MDF vezetése ugyanis szembefordult a FIDESZ-szel, ami konfliktust eredményezett a konzervatív oldalon magában a pártban is. Ezt a lapok aszerint, hogy milyen irányban akartak manipulálni a választási eredményeket, eltérően interpretálták. A FIDESZ párti Magyar Nemzet az MDF-ben a kilépőket emelte ki, míg a baloldali sajtó az MDF vezetését támogatta, és a belső zavar híreit rejtette el. A cikkek gondos elolvasásával végül is meg lehetett ismerni a tényeket, például azt, hogy ki lépett vissza és ki tartott ki az MDF vezetése mellett, de a cikkek címei és az információ felvezetése homlokegyenest ellenkező üzeneteket közvetítettek. (Címek a Népszabadságból: Az MDF a hűséget ajánlja; A legtöbb fórumos jelölt az MDF mellett marad; Ajánlatok és nyomás alatt; Héják a jelöltek feje fölött; MDF-es lépések oda és vissza – illetve címek a Magyar Nemzetből: Sorra lépnek vissza a fórumosok; Csáky András is visszalépett; MDF: visszalépések a vezérkar bánatára).

## 3. Összefoglalás

Elemzésünk lényege nem médiaetikai jellegű volt. Nem azt állítottuk, hogy az egyik lap objektív híradásra orientált, míg a másik a relatív hírértékek alapján tevékenykedett. (Etikai szempontból említést tettünk a Magyar Nemzet fotómanipulációjára is.) Ha valamelyik oldal jobban is teljesített, annak oka a helyzetben, és nem a lap minőségében keresendő. Végezetül pedig azt sem szeretnénk állítani, hogy a hírérték-szelekció kerülendő volna, még ha itt a példa arról is szólt, hogy a hírértékorientáció túlzott volta könnyen a valóság torzított bemutatását eredményezheti.

### Felhasznált irodalom:

- Bajomi-Lázár P. 2003: Az objektivitás-doktrína nyomában, *Médiakutató*, 2003 nyár, 13–39.
- Erbring, Lutz 1989: Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation. Journalistische Berufsnormen und politische Kultur. In: Kaase, Max/W. Schulz (Hrsg): *Massenkommunikation, Kölner Zeitschrift für Sociologie und Socialpsychologie*, Sonderheft. pp. 301–313.
- Galtung, J.– Ruge, M: 1965 The structure of foreign news, *Journal of Peace Research*, pp 1:64–90.
- McQuail, D. 2003: *A tömegkommunikáció elmélete*, Budapest, Osiris.
- White, D. 1950: The „Gate Keeper”: A Case study in the selection of news, *Journalism Quarterly*. 41. pp. 45–51.
- Zsolt P. 2005: *Médiaháromszög*, Bp.–Vác, Eu-Synergon.

## A JELENTÉS A HÍREKBEN

NEMESI ATTILA LÁSZLÓ

### A HÍRSZÖVEGEK JELENTÉSKATEGÓRIÁKON ALAPULÓ ELEMZÉSE

Síklaki István (2004) hiánypótló áttekintése a tudattalan befolyásolás szakirodalmáról mottóként Marshall McLuhan alábbi gondolatát ajánlja figyelmünkbe:

*„T. S. Eliot már réges-régen rámutatott, hogy a költeményben a »jelentés« azt a leplező funkciót tölti be, mint a zaftos húsdarab, amit a betörő visz magával: eltereli az elme házörző kutyájának figyelmét, hogy a vers elvégezhesse dolgát.”*

Noha az idézet a költemények (vélt) hatásmechanizmusáról szól, Síklaki szerint a hír műfajára is alkalmazható. Ebből az következne, hogy van a „jelentés” mögött vagy azon kívül valami, amit keresnünk kell, ha meg akarjuk érteni, hogyan irányítja a hírszöveg tudat alatt – már amennyiben létezhet egyáltalán tudatküszöb alatti befolyásolás, l. pl. Pratkanis és Aronson (1992, 152–157) kételyeit – az olvasó, tévénéző, rádióhallgató valóságprezentációját, főleg az oktulajdonítás (attribúció) folyamatán keresztül. A jelentésselmelettel foglalkozók azonban aligha méltányolnák McLuhan Eliotra hivatkozó szóhasználatát. Amellett érvelnének, hogy bármely (hír)szöveg csak azáltal képes hatással lenni a befogadóra, hogy jelentéseket közvetít. Érdekes ezért a jelentés természetét és fajtáit tanulmányoznia annak, aki a nyelvi információfeldolgozás mikéntjére kíváncsi. A főnti gondolat persze találó, hasonlata szellemes, ám a „jelentés” kifejezés feltétlenül *explicit* vagy *direkt*, esetleg *konvencionális* jelentésre cserélendő benne. Nem véletlen, hogy Síklaki kommentárja már „a kommunikáció tudatos, explicit síkján” helyezi el a mottóbeli jelentésfogalmat.

A modern kori nyelvtudományon belül – nem számítva az olyan elszigetelt törekvéseket, mint az amerikai „általános szemantika” (l. pl. Chase 1954) – először az 1970-es években alakult ki egy kritikai irányzat a Kelet-angliai Egyetemen, amelynek képviselői hitet tettek az „orwelli nyelvészet” létjogo-

sultsága mellett (Fowler et al. 1979). Kutatásaik megkérdőjelezték azt az újságírók által sokszor deklarált álláspontot, mely szerint a nyomtatott és az elektronikus média híryanagyaiban kizárólag a „kemény tényekről” (hard facts) számolna be különösebb részrehajlás és közvélemény-formáló szándék nélkül. Az egyes tudományterületek közeledése ezalatt lassan egy multidiszciplináris terület vagy módszer, a diskurzuselmélet létrejöttéhez vezetett, amelynek ernyője alatt „critical discourse analysis” (kritikai diskurzuselmélet) néven erős pozíciót vívott ki magának egy másik nem deskriptív, a társadalmi közbeszéd, a politika és a média nyelvezetének visszasságait bíráló (ellenzői szerint dominánsan baloldali világgépű) iskola. Ez ugyancsak hozzájárult ahhoz, hogy a mind szélesebb körben elfogadottá váló új paradigma, rámutatván a hírérték kritériumainak bizonytalanságára, azt feltételezi, hogy a „kapuőr” és a beosztott szerkesztő, újságíró bizonyos korlátok mellett lényegében saját szempontjait érvényesítve *válogat* a rendelkezésére álló információk, források, valamint a nyelvi és vizuális kifejezésformák között, választásaival mintegy modellálva, újraalkotva a valóságot, illetőleg annak azon szeletét, amelyet éppen napirendre emel, azaz tematizál (vö. van Dijk 1988; 1993/2000; Fairclough 1989; Fowler 1991; Chouliaraki–Fairclough 1999; Jakusné Harnos 2002; 2005). A ma rendkívül népszerű – bár a hazai elemzők körében jobbra egy korai változatánál megrekedt; vö. pl. Tamás (1999) és Griffin (2000/2001, 369–381) tankönyvi fejezetét – tematizáció-elmélet egyik előfutára, Walter Lippmann (1922/1946, 268) már az I. világháborút követően lerántja a leplet a hírszelektálás napi gyakorlatáról:

*„Mire eljut az olvasóhoz, minden újság válogatások egész sorozatának eredménye arra nézve, hogy milyen hírek jelenjenek meg, milyen elhelyezésben legyenek ezek nyomtatva, melyik mekkora felületet foglaljon el, milyen hangsúlyt kapjon. Objektív standardok e téren nem léteznek. Konvenciók vannak.”*

A véleménypublicisztika ideológiai részrehajlásával a laikus közönség is tisztában van, nyelvi eszközei markánsak, így nem jelent igazi kihívást a kritikai diskurzuselmélet számára. A hírekre viszont a befogadók széles rétegei még mindig hajlamosak úgy gondolni, mintha bennük magukat az eseményeket látnák viszont, és nem azok többé-kevésbé önkényes átfordítását kép (kivéve a rádiót) és szöveg multimediálisan kódolt, direkt és indirekt tartalmakkal telített komplex szemiotikai rendszerébe. A továbbiakban néhány példa segítségével illusztrálni fogom, hogyan tereli a hír valamilyen vélemény irányába a befogadót. Ehhez egy viszonylag egyszerű jelentéstípológiát használok fel, amely négy kategóriából áll:

1. deskriptív (fogalmi, leíró) jelentés
2. érzelmi-értékelő-minősítő jelentéstartalmak (konnotáció)
3. előfeltevések (preszuppozíciók)
4. implikaturák (sugallt jelentések)

### **A deskriptív (fogalmi, leíró) jelentés**

A valamely nyelv anyanyelvi beszélői számára kollektív érvényű, alkalmi használatoktól független, nyelvi konvenciók által rögzített jelentéseket konvencionális jelentésnek, a partikuláris kimondásokban megnyilvánuló jelentéseket pedig kommunikációs vagy pragmatikai jelentésnek nevezzük (l. pl. Terestyéni 1981; Kiefer 2000). A konvencionális jelentések azon csoportja, amely a valóság egy darabját, jelenségét, viszonyát denotálja, ugyanakkor nem foglal magába érzelmi értékelést, a deskriptív (fogalmi, leíró, ábrázoló) jelentés kategóriájába tartozik. Azt mondhatjuk, hogy a hírmegszövegezés eszménye a deskriptív jelentésalkotás. Csakhogy a szóválasztásnak már e körben meghatározó szerepe van. Hasonlítsuk össze a négy hazai politikai napilap 2003. május 22-i, első oldalas főcím-variációit:

*Júniustól megváltozik a lakáshitelezés (Népszava)*

*Módosította a kormány a lakáshitelt (Népszabadság)*

*Enyhén szigorodott a lakáshitelrendszer (Magyar Hírlap)*

*Szigorodó lakáshitelek (Magyar Nemzet)*

Melyik valóságábrázolás a pontos? Vajon ugyanazt gondolja-e az olvasó, ha egyik vagy másik megfogalmazással találkozik? A brit kritikai nyelvészeti iskola felhívja a figyelmet arra, hogy a kifejezés megválasztásán túl a szintaktikai szerkezethez társuló tematikus szereprellációk is szisztematikus megoszlást mutathatnak az eltérő preferenciájú sajtóorgánumok tudósításai-ban. Ha az esemény többféleképpen interpretálható, nem mindegy, hogy mely szereplő vagy szereplők kerülnek a cselekvő (ágens, az aktív szerkezet alanya), és mely szereplő vagy szereplők az „elszenvedő” (patiens, aktív szerkezetben a tárgy, passzívban az alany) pozíciójába (Trew 1979; magyarul ismerteti: Síklaki 2004, 12–13, 27). Egy londoni utcai zavargás sajtó-visszhangját elemezve kiderült, hogy míg a konzervatív *The Sun* következetesen a nyugat-afrikai fiatalokat, addig a baloldali *The Morning Star* a velük szemben fellépő rendőröket tüntette fel ágensként, befolyásolva az olvasók véleményalkotását a történekről és a társadalmi probléma orvoslásának módjáról.

Érdekes még az olyan módosító határozószók alkalmazása, mint a *meglehetősen*, *gyakorlatilag*, *lényegében*, *alapvetően*, *voltaképpen*, *egyfajta*, *első-sorban* stb., amelyek logikai értelemben lehetetlenné teszik a kijelentés igazságértékének megállapítását:

Csabai Lászlóné lakásügyi kormány megbízott közölte: a módosítás *első-sorban* a költségvetés és a bankok közötti pénzügyi kapcsolatot érinti. (Júniustól megváltozik a lakáshitelezés. *Népszava*, 2003. május 22.)

Mivel a Magyar Televízió *gyakorlatilag* nincs vagyona, az anyaintézmény a Duna TV lenne. (Összeolvadhat a két közszolgálati tévé – Az MTV cáfol. *Hír TV online*, 2006. augusztus 7.)

### **Érzelmi-értékelő-minősítő jelentéstartalmak (konnotáció)**

Arisztotelész szerint az érzelmek azok a tényezők, amelyek megváltoztatják az emberek ítéleteit (idézi Péter, 1991, 59). A nyelv gazdag tárháza az érzelmi-értékelő-minősítő jelentésmozzanatot hordozó szavaknak és kifejezéseknek, amely tartalomra gyakran a *konnotáció* műszóval szoktak utalni. A konnotáció terminus értelmezése mindazonáltal viták keretében áll a nyelvészeti irodalomban (l. pl. Dieckmann, 1969/2000, 46–51; Péter, 1991, 49–52; Tolcsvai Nagy, 1996). Elméleti szempontból kissé leegyszerűsítő, de a hírszövegelemzésben hasznos, ha konnotáció alatt az érzelmi-értékelő-minősítő jelentéstartalmakat értjük.

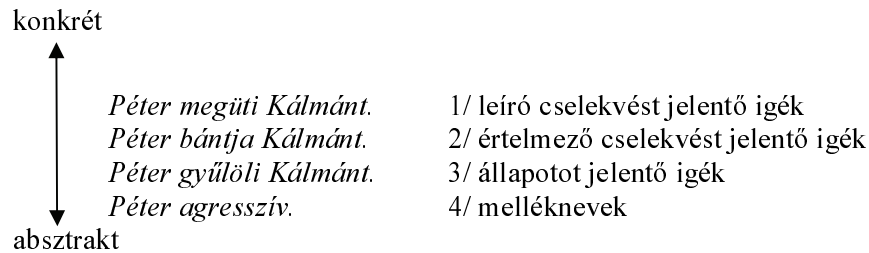
Az azonos fogalmi maggal rendelkező, de ellentétes értékelő tartalmú szópárok (pl. *hírszerző* és *kém*, *megállapodás* és *paktum*, *patrióta* és *nacionalista*, *exminiszter* és *bukott miniszter*, *takarékos* és *megszorító* költségvetés) Péter (i. m. 57) szerint a nyelvi manipuláció kedvelt eszközei. Nem másról van szó, mint „erénykapcsolókról” (virtue devices), illetőleg „méregkapcsolókról” (poison devices), amelyek elindítják az emberek gondolkodását abba az irányba, amelyet a szöveg kibocsátója eltervezett (Breton, 2000, 124–127). Nemcsak szavak, hanem szerkezetek (pl. „vminek a *melegágya*” – mindig pejoratív!) és képzők (ígérget, *pártocska*, *feljelentősdi*, *magyarkodik* stb.) is konnotálnak, sőt néha az idézőjelbe tett, valakinek tulajdonított kifejezések úgyszintén. Lássunk néhány sajtóból vett példát:

*Belháború az MSZP-ben* (*Magyar Nemzet*, 2000. október 16., főcím az első oldalon.)

A Fidesz *azonnal fogást keresett* a változásokon. (Enyhén szigorodott a lakáshitelrendszer. *Magyar Hírlap*, 2003. május 22.)

Berlusconi ezzel kívánta jelezni, hogy *mélységesen megsértődött*, mert koalíciós partnerei lemondásra készítették egy „*technikai jellegű*” vita miatt, és megszakították *rekordkísérletét*, hogy egy olasz kormány végre kitöltse öt évre szóló mandátumát, amire hatvan éve nem volt példa. (Berlusconi *lovag megsértődött*, de vállalja. *Magyar Hírlap*, 2005. április 23., 9. old.)

Itt kell kitérnünk Semin és Fiedler (1988; 1992; magyarul ismerteti: Siklaci 2004, 17-19, 27) nyelvi kategorizációs modelljére, amely az állítmányokat a konkrétság- absztraktság skáláján négy osztályba sorolja:



Számos bizonyítékát találták annak, hogy a sajtó az általa támogatott csoport viselkedését, ha az negatív következtetések levonására alkalmas, konkrét állítmánnyal (leíró cselekvést jelentő igékkal) írja le, míg az ellenérdekelt fél hasonló megnyilvánulását absztraktabb kategóriákkal (állapotot jelentő igékkal, melléknévvel), mintegy azt sugalmazva, hogy az utóbbiaknál, szemben az előbbiekkal, nem „egyszeri eset”-ről van szó, hanem tartós jellemvonásról. (Természetesen a jó benyomást keltő cselekedetek ábrázolása épp fordítva történik.) Könnyű belátni, hogy Semin és Fiedler módszerével voltaképpen konnotációelemzést végezhetünk. Ám ez a konnotációelemzés nem lesz teljes, mert a modell csak az állítmányokra koncentrál. Pedig nemcsak az állítmányok fejezhetnek ki érzelmi-értékelő-minősítő jelentést.

### **Az előfeltevések (preszuppozíciók)**

Egy állításból sokszor nemcsak maga az explicit kijelentés, hanem olyan implicit tényállások is következnek, amelyekről automatikusan feltételezzük, hogy igazak, különben nem lenne értelme magának az állításnak. Ezeket hívja a szakirodalom előfeltevéseknek vagy preszuppozícióknak. Teljesülésük szükséges ahhoz, hogy a proposícióhoz logikai szempontból egyáltalán igazságértéket lehessen rendelni.

Az előfeltevések legfontosabb logikai tulajdonsága, hogy nem szűnnek meg a mondat tagadásától vagy kérdővé, felszólítóvá alakításától. Legfonto-

sabb nyelvészeti jellemzőjük, hogy mindig konkrét nyelvi elemekhez (lexémákhoz vagy valamilyen szintaktikai szerkezethez) kapcsolódnak, azok indukálják őket. Előfeltevést hordoznak az ún. faktív igék (pl. *tudja, sajnálja, letagadja*, hogy...); más igeosztályok, pl. az állapotváltozást jelentő igék (*megjavul, felgyorsul, hazatér, abbahagy* stb.) vagy a viszonzást kifejezők, megismételt cselekvést jelölők (*visszaüt, ill. átdolgoz* stb.); preszupponálnak a *tovább, újra, is, csak, még* és *már* módosítószók (pl. *Tovább nőtt az államháztartási hiány* – eddig is nőtt, ill. magas volt; *A héten is elmarad a parlamenti ülése* – máskor is elmaradt már). Manipulációs eszközzé ez a jelentésfajta akkor válhat, ha valaki olyan dolgot preszupponál, ami nem (vagy nem teljesen) igaz, illetőleg olyasmit „defaktivizál”, aminek a valóság tartalma nem vonható kétségbe.

Az ellenzéki pártok megosztottsága közben *folytatódik*. A KDNP és az MDF tárgyalásai zsákutcával fenyegetnek, Torgyán József és Giczy György pedig a hét közepén teszi meg bejelentését a választási együttműködésről. (Tart a kötélhúzás a népszavazásról. *Népszabadság*, 1997. szeptember 17., címlap.)

Az MSZP-vezette kormány *kiszűrte* a Fidesz-érában felállított rendszerből a befektetési célú spekuláció lehetőségét, és harminc-ről tizenötmillióra csökkentette a kölcsön összegét. (Enyhén szigorodott a lakáshitelrendszer. *Magyar Hírlap*, 2003. május 22.)

Az előfeltevések kimerítő tárgyalására l. Kiefer, 1983; 2000, 338-371.

### **Az implikatívák (sugallt jelentések)**

Az implikátúra fogalmát H. Paul Grice (1975) brit nyelvfilozófus vezette be a tudományos diskurzusba az olyan információtartalmak megragadására, amelyek nem részei a konvencionális jelentésnek, de kikövetkeztethetők belőle. A kibocsátó sugall valamit, az értelmezőnek pedig rá kell jönnie a rejtett üzenetre. Ez aktív problémamegoldó gondolkodást feltételez: hipotéziseket formálunk arról, mit szándékolhat a szöveg közölni. Ha több hipotézis is szóba jöhet, a legvalószínűbbet fogadjuk el közülük. Grice háromféle implikatívát különít el:

- a) konvencionális: *John angol, tehát bátor.* (Az angolok bátrak.)
- b) általánosított társalgási: *A férfi három ember halálát okozta.* (Nem megölte, hanem valahogyan közvetve járult hozzá a halálukhoz, pl. gondatlanságával, fertőzéssel stb.)



c) alkalmi-egyszeri társalgási: *Egész jól érzi magát új munkahelyén, a bankban, és eddig még nem csukták börtönbe...* (Pedig volna miért: a régi munkahelyén is csalt stb.)

A fő nehézség az, hogy bár a nyelvi befolyásolás vizsgálatánál éppen a társalgási implikaturák lennének talán a legérdekesebbek, nem olyan egyszerű őket tetten érni, ugyanis „törölhető”, azaz visszavonható, utólag másként magyarázható („*Ezzel nem azt akartam mondani, hogy... , hanem csak megjegyeztem, hogy...*”). Az elemző ezért csupán valószínűsítheti jelenlétüket a kontextus alapján, illetőleg tesztelheti a „gyanús” példákat megfelelő számú informáns bevonásával. Íme két sejtető hírrészlet:

Nem vett részt a kormányzóvivői tájékoztató Gyurcsány Ferenc új gyermek-, ifjúsági és sportminiszter, aki a tárcáját érintő napirendi pontok elhalasztását kérte, arra hivatkozva, hogy hétfői hivatalba lépése után szeretne még egy hetet tájékozódni. Megkeresésünkre Gyurcsány *elutasította, hogy válaszoljon* a tulajdonában lévő Magyaróvári Timföld és Múkorund Rt. *körül kialakult helyzetre*. (Szigorodó lakáshitelek. *Magyar Nemzet*, 2003. május 22.)

Egy év múlva mindenképpen választások lesznek, *ezért* Berlusconi nagyon szeretne adókat csökkenteni. [...] Joaquín Almunia, az EU pénzügyi biztosa már megüzente Rómába Berlusconi: „Remélem, az új olasz kormány kötelezi magát az új költségvetésben a finanszírozási helyzet javítására, és nem *költségekkel vásárolja meg magának a népszerűséget*”. (Berlusconi lovag megsértődött, de vállalja. *Magyar Hírlap*, 2005. április 23.)

Összegezve az elmondottakat: az újságírónak, hírszerkesztőnek mindig módja van megválasztani, milyen szavakat használ, azokat milyen nyelvtani szerkezetbe önti, és milyen eseménylogikát, oktulajdonítási (attribúciós) láncolatot kínál fel a közönségnek. S mivel mindig több alternatíva áll rendelkezésére, a választásoknak üzenetértéke van, akár felismeri azt a hírfogyasztó, akár nem. Ezt továbbgondolva arra jutunk, hogy a sajtóban alkalmazott véleménybefolyásolási stratégiák, legyenek a tudatosság bármely fokát képviselő választások folyamányai, végső soron jelentésképzési stratégiák: azt célozzák, hogy egy személyről, csoportról, eseményről vagy eszméről olyan képet alakítsunk ki, amelyet az újságíró eltervezett. A vélemény sokkal nehezebben küszöbölhető ki a hír megfogalmazásából, mint azt a „kemény tények” mítoszát fenntartani igyekvő hírszerkesztők állítják.

A meggyőzés fogalmát általában a befogadó attitűdjének, viselkedésének *megváltoztatására* értjük. Ugyanilyen fontos azonban a *megerősítés*, a már

létező valóságkép megszilárdítása. Az ideológiai árkoktól szabdalt sajtó, úgy vélem, ebben igazán sikeres, az attitűdök megváltoztatásában a befogadói érzékenység miatt kevésbé. A lapok olvasóközönsége tudniillik nemcsak azt várja, hogy informálják arról, ami történik, hanem hogy napról napra megerősítsék abban a meggyőződésében, amelyet korábban kialakított(ak benne). Így válik a közéleti-politikai tárgyú hírtermelés és hírfogyasztás kommunikációs rítussá.

#### Felhasznált irodalom:

- Breton, Philippe 2000: *A manipulált beszéd*. Budapest, Helikon.
- Chase, Stuart 1954: *Power of words*. New York, Harcourt, Brace and Company.
- Chouliaraki, Lilie–Norman Fairclough 1999: *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Dieckmann, Walther 1969/2000: A politikai szavak tartalma. In: Szabó M.–Kiss B.–Boda Zs. (szerk.): *Szövegváltozatok a politikára. Nyelv, szimbólum, retorika, diskurzus*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 28–52.
- Fairclough, Norman 1989: *Language and power*. London, Longman.
- Fowler, Roger 1991: *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London, Routledge.
- Fowler, Roger–Bob Hodge–Gunther Kress–Tony Trew 1979: *Language and control*. London, Routledge.
- Grice, H. Paul 1975: Logic and conversation. In: P. Cole–J. L. Morgan (szerk.): *Syntax and semantics, vol. 3: Speech acts*. New York, Academic Press, 41–58. [Magyarul: A társalgás logikája. In: Pléh Cs.–Síklaki I.–Terestyéni T. (szerk.): *Nyelv, kommunikáció, cselekvés*. Budapest, Osiris, 1997, pp. 213–227.]
- Griffin, Em 2000/2001: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Budapest, Harmat.
- Jakusné Harnos Éva 2002: A nyomtatott sajtó hírei a diskurzuselemzés szemszögéből. *Magyar Nyelvőr* 126/2 pp. 142–156.
- 2005: A kereskedelmi és a politikai propaganda nyelvi eszközei. *Magyar Nyelvőr* 129/4, pp. 419–436.
- Kiefer Ferenc 1983: *Az előfeltevések elmélete*. Budapest, Akadémiai.
- 2000: *Jelentéselmélet*. Budapest, Corvina.
- Lippmann, Walter 1922/1946: *Public opinion*. New York, Penguin Books.
- Péter Mihály 1991: A nyelvi érzelmkifejezés eszközei és módjai. Budapest, Tankönyvkiadó.
- Pratkanis, Anthony–Elliot Aronson 1992: A rábeszélőgépj. Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével. Budapest AB OVO.
- Semin, Gün R.–Klaus Fiedler 1988: The cognitive functions of linguistic categories in describing persons: social cognition and language. *Journal of Personality and Social Psychology* 54, pp. 558–568.

- 1992: The inferential properties of interpersonal verbs. In: G. R. Semin–K. Fiedler (szerk.): *Language, interaction and social cognition*. London, Sage, pp. 58–78.
- Síklaki István 2004: Kommunikációs automatizmusok és a tudattalan befolyásolás. In: Ivaskó Livia (szerk.): *A kommunikáció útjai*. Budapest, Gondolat, pp. 11–27.
- Tamás Pál 1999: A tematizációról. In: Béres I.–Horányi Ö. (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Budapest, Osiris, pp. 139–151.
- Terestyéni Tamás 1981: *Konvencionális jelentés – kommunikációs jelentés*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Tolcsvai Nagy Gábor 1996: A konnotáció kategóriája a stílusértelmezésben. In: Szathmári I. (szerk.): *Hol tart ma a stílusztika?* Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 108–129.
- Trew, Tony 1979: „What the papers say”: linguistic variation and ideological difference. In: Fowler et al. 1979, pp. 117–156.
- van Dijk, Teun A. 1988: *News as discourse*. Hillsdale (NJ), Lawrence Erlbaum.
- 1993/2000: A kritikai diskurzuselemzés elvei. In: Szabó M.–Kiss B.–Boda Zs. (szerk.): *Szövegváltozatok a politikára. Nyelv, szimbólum, retorika, diskurzus*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 442–477.

PLAUSCHIN ANDRÁS

## AZ ORSZÁGOS MŰSORSZOLGÁLTATÓK HÍRMŰSORAINAK TARTALMI JELLEMZŐI

### 1. A kutatások metodikája

A *Műsorfigyelő és -elemző Igazgatóság* 1997 óta rendszeres jelleggel, kvantitatív módszerrel elemzi az elektronikus médiumok hírműsorait.<sup>1</sup> Kutatásunk fő irányvonala a kiegyensúlyozottság, pártatlanság törvényben meghatározott követelményének vizsgálata. Az elemzések nem közigazgatási eljárás keretén belül zajlanak, és az adatok alapján a műsorszolgáltatók közigazgatási határozat nem születik. A kutatások pusztán tájékoztató jellegűek, módszertana főként kvalitatív metodikán alapszik.

Köztudott, hogy a hír- és magazinműsorok nemcsak egyszerűen megjelenítik a tényeket, hanem előzetesen különféle szempontok alapján szelektálnak is az információk között. Azaz nem minden eseményből lesz hír, a közszereplők, közügyek nem mindegyike kap lehetőséget a médián keresztüli megjelenésre. E téren követelményként fogalmazható meg, hogy a műsorok ne lényegtelen és érdektelen témákkal foglalkozzanak, hanem olyan történéseket, véleményeket és olyan szereplőket tárjanak a közönség elé, amelyek fontosak, közérdeklődésre tartanak számot (Terestyéni, 1998).<sup>2</sup> A szakirodalom, illetve a törvény sem bontja ki az időszerűség és az aktualitás fogalmát, mivel olyan alapvető követelményekről van szó, amelyeknek tárgyalása nyugtalanító lenne – ugyanolyan visszatetszést váltana ki, mintha arról értekeznenk, hogy a hírműsorok nem sugározhatnak kitalált esemé-

---

<sup>1</sup> Nagy megtiszteltetésként ért, amikor 2006 elején Martin József felkért, hogy konferencia keretében számoljak be Igazgatóságunk munkájáról. Előadásom jelentősen eltért a többi előadótól, mert míg ők elméleti szempontból foglalkoznak a hírek tartalmi jellemzőivel, nekünk a médiatörvény által meghatározott szempontokat figyelembe véve kell kutatásainkat lefolytatni. Megpróbálom bemutatni az általunk alkalmazott módszertant, és külföldi példákkal érzékeltetni ezek értékét az európai gyakorlatban.

<sup>2</sup>

nyekről szóló tudósításokat. A programok napi visszatérő jellege, a műsorstruktúrában betöltött kitüntetett pozíciója (főműsoridő) is a fenti követelményeket erősíti.

A híryanagy vizsgálata során a következő fontosabb alapkategóriákat különböztettük meg:

- **hírek:** a tájékoztatási folyamatnak azok a formálisan is elkülönülő elemei, amelyek a téma, a szereplők, illetve a helyszín szempontjából zárt egységet alkotnak,
- **események:** azok a történések, amelyek a világban végbemennek, amelyeket a média hírként prezentál,
- **szereplők:** azok a személyek vagy intézmények, akik/amelyek az események előidézőiként és aktív résztvevőiként tűntek fel a híregységekben,
- **témák:** azok az ügyek, amelyek körül az események forogtak, és amelyekkel kapcsolatban a szereplők véleményüket ismertették.

A médiaszöveg számos aspektusát nem tudjuk megvizsgálni, műsorszámokként mérlegelni a műsorórák magas száma és a vizsgálatok minél gyorsabb elvégzése miatt. Míg egy kommunikációelméleti szakembernek lehetősége van egy-egy kérdéses eseményt hosszabb ideig körbe járni, addig minket erőteljesen behatárol a minél gyorsabb reagálás a médiaeseményekre.

Szintén elvárás, hogy a műsorokban, amennyiben egy konkrét témában, egy bizonyos területen többféle nézet és vélemény létezik, azok súlyuknak megfelelő helyet kaphassanak. A kiegyensúlyozottsággal kapcsolatban az a legfontosabb kérdés, hogy az egymással szemben álló politikai-társadalmi szereplők média-megjelenésében, melyek a médiabeli előfordulásoknak azok a gyakoriságban, hosszúságban és egyéb mutatókban mért arányai, amelyeket „fair”-nek lehet minősíteni. Az tekinthető a legegyszerűbb megoldásnak, hogy bizonyos arányokat állítunk fel a hatalmi szféra szerepléseit tekintve, mivel a számszerűsített adatokat lehet a legkönnyebben kezelni. Itt is többféle felfogással találkozunk.

1. **Azonos arányú szerepeltetés:** Minden párt ugyanynyi megjelenési lehetőséget birtokol. Ez tűnhet a legkézenfekvőbb megoldásnak, azonban ezt csak akkor lehet alkalmazni, ha ugyanolyan támogatottságú politikai csoportok működnek egy országban. Mivel ennek nagyon kicsi a valószínűsége, ez a megoldási lehetőség indokolatlan előnyt jelentene a kisebb pártok számára.

2. **Parlamenti arányok szerinti szerepeltetés:** Olyan megoldás is elképzelhető, hogy az országgyűlési választásokon megszerzett mandátumok arányainak kellene tükröződnie a műsorokban. Ezzel a kis pártok hátrányos helyzetbe kerülnének, akik véleményük kifejtésére csak a műsoridő töredékét kapnák meg. Abban az esetben lenne ez különösen szembetűnő, ha esetleg újra olyan helyzet alakulna ki, mint 1994 és 1998 között. Akkor két párt birtokolta a parlamenti helyek közel háromnegyedét, míg velük szemben csak öt, (a ciklus elején) kisebb jelentőségű politikai csoport sorakozott fel.
3. **Közvélemény-kutatások adatai szerinti szerepeltetés:** A kiindulópontnak a pártok az országgyűlési választásokon elért eredményeit vesszük alapul, amit súlyozunk az éppen aktuális támogatási szintjünkkel. Ezt az indokolhatja, hogy a politikai erők támogatottsága folyamatosan változik, és akár a kisebb pártok szerepe is felértékelődhet. A gondot az okozza ezzel a módszerrel, hogy egyrészt a közvélemény-kutató cégek adatai jelentős mértékben eltérhetnek egymástól, másrészt a társadalom és a politikai szféra is fenntartással kezeli ezen kutatások eredményeit.
4. **Meghatározott arányok szerinti szerepeltetés:** A parlamenti demokráciákban a média figyelme leginkább a kormányzatra és annak vezetőire összpontosul, hiszen az ő döntéshozói-végrehajtói cselekedeteik vannak a legnagyobb hatással egy ország sorsára. A kabinet politikusai egyben a hatalmon lévő pártokat is reprezentálják. Ha a kormány tagjainak megjelenését nem vennénk számításba, arra hivatkozva, hogy ők az ország ügyeinek intézése miatt szerepelnek gyakrabban a híradásokban, akkor az ellenzéki oldal behozhatatlan hátrányba kerülne. Magyarországon nehéz megkülönböztetni ki, mikor, milyen minőségében nyilvánul meg a hírműsorokban, mivel a kabinet politikusai nem egyszer pártjukban is magas tisztséget töltenek be, vagy részt vesznek ideológiájának alakításában. Hiszen akár a politikailag semleges nyilatkozataiknak is lehet hatása az őket delegáló csoportok megítélésére. Ezért alakult ki az a nézet, hogy a politikusok megjelenéseit kormány, parlamenti többség és opposíció kategóriáira osztva vizsgálják (főként Franciaországban).

Kódolóink számítógépes software-rel dolgozzák fel az általuk felvett műsorokat, így az előző este adásba került programok adatait – az információk ellenőrzését követően, az állományokat koordinátoraink kontrollálják – a választási kampány időszaka alatt már másnap adatbázisba szerveztük és elemeztük. A politikusok besorolásakor – a már említett adattárak mellett – egy közel 5000 főt tartalmazó szereplő lista segíti munkánkat, amellyel

könnyen be tudjuk azonosítani az aktorokat. Szereplésnek számít, ha a kommunikátor/műsorvezető a szóban forgó személynek vagy intézménynek kiejti a nevét, összefoglalja álláspontját, vagy interjút készít vele, továbbá stúdióbeszélgetésre invitálja. A szereplők beszédidejének nettó hosszát mérjük, másképpen a riporter megszólalásának idejét levonjuk a megnyilatkozások műsoridejéből.

## 2. A külföldi ellenőrző szervek gyakorlata

Az európai államok között nagy eltérésekkel találkozhatunk a médiaszabályozás terén. Egyes országok normarendszerei nagy mozgásteret engednek a műsorszolgáltatóknak, és nem foglalkoznak behatóan a kiegyensúlyozottsággal, más országok viszont erős kontrollt gyakorolnak. **Hollandiában** semmilyen szabályozás nem létezik a politikusok megjelenésére vonatkozóan, sem a bemutatás módja, sem a hossza szerint. A kevésbé szigorú ellenőrzési forma jellemző **Dániára** és **Ausztriára** is. Mindkét állam médiahatósága csak annyit szögez le, hogy a műsorok szerkesztésében érvényesülnie kell a kiegyensúlyozottságnak és a pártatlanságnak. Az elektronikus médiumok egyenlő arányban kötelesek szerepeltetni mind a társadalom releváns csoportjait, mind a politikai pártokat. **Norvégiában** 1998 óta a független *Norvég Sajtó-panaszbizottság* hatáskörébe tartozik minden elektronikus és az írott sajtóval kapcsolatos panasz, előtte egy, a kormányzat által kinevezett szervezett döntött az ilyen jellegű ügyekben. A skandináv államban nem törvény, hanem etikai kódex szabályozza az újságírók tevékenységét, így a legkeményebb szankció esetükben az, hogy a *Panaszbizottság* állásfoglalását köteles az érintett médium főműsoridőben közzétennie. **Portugáliában** a műsorszolgáltatók kötelesek külön időt biztosítani (az esti főműsoridőben) a politikai pártoknak (szigorúan az előző választáson elért eredményük és parlamenti képviselőik száma szerint) és a jelentősebb társadalmi csoportoknak (szakszervezetek, gazdaszervezetek stb.), hogy beszédet intézhessenek az országhoz. A törvény betartását a portugál médiahatóság felügyeli (*Alta Autoridade para a Comunicacio Social*). A politikusok megjelenésének hosszát a hírműsorokban azonban már nem ezen elv szerint szabályozzák. Egyedül a válaszadás jogának biztosítását írják elő kötelezően a csatornák számára. Az ellenzéknek lehetőséget kell adni arra, hogy megjegyzéseket fűzhessen a kormányzat munkájához, vagy reagáljon arra.

**Szlovákiában** hasonló elvárásokat támaszt a médiatörvény a műsorszolgáltatókkal szemben, mint Magyarországon. A 308/2000 törvény 16 §-ának b) pontja elvárja az objektív, pártatlan híradást, a vélemények és az értékelő kommentárok elválasztását a hírműsoroctól. A szlovákiai ellenőrző testület, a RADA (*Rada pre Vysielanie a Retransmisiu*) vizsgálatai során mind kvan-

títatív, mind kvalitatív módszereket alkalmaz. Nem egész évben, hanem meghatározott időszakokban ellenőrzik a műsorszolgáltatók hírösszefoglalóit, mivel – véleményük szerint – ez a monitoring egyik legmunkai igényesebb, legspeciálisabb területe. A következő paramétereket használják méréseiknél: a politikai szereplők előfordulásának időtartama, a megjelenés módja, pontatlan híradások.

A **luxemburgi** CNA (*Centre National de L'Audiovisuel*) a trieri egyetemmel együttműködve készít kutatásokat fontosabb belpolitikai események alkalmával, havi periodicitással nem figyelik a műsorszolgáltatók gyakorlatát. Legutóbb 2004-ben (március 26-tól június 12-ig) volt erre példa, amikor az országban egyszerre tartották a saját és az Európa-parlamenti választásokat. Napi rendszerességgel vizsgálták a luxemburgi műsorszolgáltatók hírműsorait, választási vitáit, hogy minél gyorsabban tudjanak válaszolni a felmerülő panaszokra. A választások befejeztével a tapasztaltakat egy tanulmányban foglalták össze, amelyben műsorszolgáltatókként közölték a pártok és a politikusok szerepléseinek megoszlását, és a különböző témák (politika, gazdaság, kultúra, bűnözés stb.) előfordulási arányát<sup>3</sup>. A tanulmány szerzőinek véleménye szerint a kiegyensúlyozottság nem azonos a politikai aktorok szereplésének egyensúlyával, előreláthatatlan események befolyásolhatják a médiaprezentációt. A politikusok megszólalásainak hosszát sem tekinthetjük – véleményük szerint – mértékadónak, mivel a nyilatkozatok összesített percei nem árulnak el mindent a tájékoztatás kiegyensúlyozottságáról. A trieri egyetem szakemberei annak a véleményüknek adtak hangot, nem lehet eldönteni, hogy a rövid, többször megismételt vagy a hosszú, de csak egyszer elhangzó beszédnek van-e nagyobb hatása a választókra, tévénezőkre. Kutatásukat leginkább tájékoztatásnak szánták a politikai pártoknak, akik ez által saját médiastratégiájuk erősségeit és gyengeségeit fedezhették fel, és változtathatnak rajta.

**Nagy-Britanniában** a közszolgálati és kereskedelmi médiumok szabályozása különvált. A BBC irányításában az önszabályozás érvényesül. Belső használatra szánt szabálygyűjteményeiben szabja meg, hogy a műsorkészítők milyen elveket alkalmazhatnak munkájuk során. A mai napig sokan követendő példaként említik egyik ilyen kívánalmukat a hírműsorokkal szemben: „olyan súlyt érjünk el az Alsóház, illetve a Lordok Háza tagjainak szerepeltetésével, amely tükrözi megelőző általános választásokon a politikai pártokra adott szavazatok arányát”. 2004-ben változtattak ezen a felfogásukon, és kihagyták az új szabályozásból az arányokra vonatkozó utalást.

---

<sup>3</sup> A tanulmány jelentős előrehaladásnak tartja, hogy a műsoregységek témáit is rögzítették, amellyel közelebb kerülhettek egy részletesebb, minőségi változokat is tartalmazó elemzés készítéséhez.



A kereskedelmi műsorszolgáltatók tevékenységét az OFCOM felügyeli (2003 óta) jogelődjeinek, az ITC-nek az előírásait követve. A legáltalánosabb megközelítésben a hírműsorok tájékoztatásának pontosnak és pártatlannak kell lennie a politikai vagy gazdasági kérdésekkel kapcsolatban. Ezen eseményekről szóló tudósításoknak érzelmentesnek és elfogulatlannak kell lennie. A politikai vagy ágazati kérdésekkel kapcsolatos ügyekben a szemben álló feleket a súlyuknak megfelelő időtartamban kell megszólaltatni. Szerkesztői döntés függvénye, hogy a műsorszolgáltató az efféle interjúkat, tudósításokat egyetlen műsoregységben, vagy több híradásban szerepelteti. A *Broadcasting Act* ezen kívül kiemeli, hogy a vitatott politikai, gazdasági, társadalmi kérdésekkel kapcsolatban különösen nagy körültekintéssel kell eljárnia a csatornáknak, és a pártatlanság követelményének fokozottan kell érvényesülnie. Azt, hogy mi számít kiemelt kérdésnek, mindig az aktuális – regionális vagy országos – napirend dönti el. A legtöbb esetben ide sorolják a politikai és gazdasági ügyeket, mint pl. az Egyesült Királyság szerepe az EU-ban, a törvényalkotás kérdései stb. Az OFCOM azonban nem monitorozza a joghatósága alá tartozó műsorszolgáltatókat, nem elemzi rendszeres jelleggel a politikusok médiahasználatát, így nem is publikál eredményeket a médiahasználattal kapcsolatban. Panaszokra és bejelentésekre reagálva azonban indít vizsgálatokat.

**Olaszországban** a médiaszektor hatósági felügyeletét, ezen belül pedig a műsortartalomra vonatkozó monitoring tevékenységet is, 1990-től a „*Garanzie per la Radiodiffusione e l'editoria*” látta el. Az 1997-es „*Maccanico törvény*” azonban a testület működését megszüntette és – tekintettel a technológiai fejlődés, a konvergencia követelményeinek megfelelő szabályozás biztosítására —a sajtót, az elektronikus médiát, valamint a távközlést egyetlen közös főfelügyelet, az *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazione* (AGCOM) alá helyezte. Az 1997. évi 249. törvény a hatóság egyik fő feladatának jelölte a pluralizmus vizsgálatát az elektronikus médiumokban, amelyet a monitoring szolgáltatán keresztül old meg. Az olasz médiatörvény a magyarhoz hasonlóan nem fogalmaz meg könnyen értelmezhető elvárásokat a hírműsorokkal szemben. A kiegyensúlyozottság, objektivitás és pártatlanság garantálását követeli meg a műsorszolgáltatóktól, azonban pontos arányokat nem ad meg előírászerűen.

Az AGCOM monitoring szolgálata egyszerű módszert alkalmaz a politikusi szereplések elemzésére. Három dimenzióban méri megjelenéseiket:

1. **Híridő:** az az idő, amelyet az újságíró szentel egy témának, vagy eseménynek, ami egy politikai alannal (közjogi méltóságok, miniszterelnök, egyéni képviselők, pártok stb.) kapcsolatos, vagy velük foglalkozik.

2. **Beszédidő:** az az idő, amennyit maga a politikus beszélt. A pártok reprezentánsainak megszólalásai adják az egyes pártok nyilatkozatainak idejét.
3. **Összes idő:** a politikai aktorra szánt teljes idő, az előző két dimenzió hosszának összege.

A három változó eredményeit táblázatos formában közlik havi rendszerességgel, ezen kívül csak az előforduló személyek nemének megoszlást hozzák nyilvánosságra. Magyarázó szöveget nem mellékelnek az elemzéshez, pusztán az adatokat tárják az érdeklődők elé.

Az egyik legszigorúbb szabályozási gyakorlat a hírműsorokkal kapcsolatban jelenleg **Franciaországban** működik, amely a közszolgálati, földi sugárzású adókra vonatkozik. A francia médiatörvény a CSA (*Conseil Supérieur de L'Audiovisuel*) hatáskörébe vonja a vélemények és gondolatok prezentációjának ellenőrzését a médiumokban, annak érdekében, hogy a rádió és a televízió csatornák eleget tegyenek a sokoldalúság követelményének. A francia média számára a CSA definiálja, ellenőrzi és publikálja az általa a pluralizmus mértékének meghatározására létrehozott szempontokat és eredményeket.

A CSA az alábbiakban látja a sokoldalú tájékoztatás alapszabályát, amit minden szerkesztőnek tiszteletben kell tartania az elektronikus médiumokban. A szerkesztőknek biztosítaniuk kell, hogy a kormány, a parlamenti többség és a parlamenti ellenzék azonos lehetőségeket, és arányos műsoridőt kapjanak a programokban, emellett a parlamenten kívüli pártoknak is garantálniuk kell a korrekt programidőt. A parlamenti ellenzéknek biztosított műsoridő nem lehet kevesebb, mint a kormánynak és a kormánypártoknak biztosított műsoridő fele. A szabályozás a helyi és regionális médiumokra nem vonatkozik, mivel a helyi hírszolgáltatásnál mindenképpen figyelembe kell venni a helyi politikai erőviszonyokat.

Vizsgálatuk során kizárólag a politikusok **beszésidejét** veszik górcső alá, a tartalmi és egyéb kontextusokat nem vizsgálják. (**Románia** is a francia módszert alkalmazza, annyiban változtatva rajta, hogy azt is regisztrálják, hogy pozitív vagy negatív összefüggésben szerepeltek-e a politikai aktorok.) Az eredményeket féléves periodicitással hozzák nyilvánosságra az interneten, táblázatos formában. A közzétett adatokhoz írásbeli kiértékelést nem csatolnak. Ha a monitoring szolgálatuk által mért arányok eltérnek a kétharmad-egyharmados aránytól, a Tanács automatikusan figyelmeztetésben részesíti a műsorszolgáltatót.

### 3. Tematikai sajátosságok

Módszerünket időről-időre több bírálat is éri, ezekhez megpróbálunk rugalmasan alkalmazkodni, és az újító jellegű ötleteket beemeljük módszertanunkba, ezek megvalósíthatósága azonban nem mindig egyszerű. Jelen pillanatban egy közel negyven kérdésből álló kódutasítással dolgozunk, amely Európában egyedülálló, és külföldi társszervezeteinknél is elismerést váltott ki. 2005 szeptemberében eddigi metodikánkon változtattunk, és ún. napi-rend-vizsgálatot vezettünk be. Ennek lényege, hogy a műsoregységek témáit – főként a politikai, gazdasági, önkormányzati eseményeket és botrányokat – nem soroltuk be különböző kategóriákba, hanem önállóan kezeltük őket. A témáknak adott kódok folyamatosan változnak az újabb és újabb témák feltűnésével, a tematikai besorolást a projektért felelős személy végzi, mivel folyamatos problémaként jelent meg, hogy az egyes témák kategorizálása nagyon személyfüggő, így ha egységességre törekszünk, annál inkább egy ember koordináló munkájára van szükség.

Több év tapasztalata igazolja, hogy általános eltérések mutatkoznak a közszolgálati és a kereskedelmi műsorszolgáltatók között. A kereskedelmi adók hírműsoraiban nagy arányban fordulnak elő emocionális hatásokat kiváltó tudósítások. 2005 folyamán főként a két legnézettebb hírműsor (az RTL Klub *Híradója* és a TV2 *Tények* című műsora) esetében talákoztunk ezzel a jelenséggel, a magyar vonatkozású híreknek közel 40 százaléka kapcsolódott katasztrófákhoz, balesetekhez. De ez volt tapasztalható a külföldről származó beszámolók esetében is, sőt ebben az esetben még szembetűnőbb volt ezen témák magas aránya. A külpolitikai eseményekkel foglalkozó műsoregységek aránya mindössze 14–23% volt, a magasabb arányt az RTL Klubnál regisztráltuk. Miközben a háborús cselekmények és a nem magyar vonatkozású bűncselekmények, természeti katasztrófák együttes aránya 50 százalék felett volt. A közszolgálati csatornákon a külpolitika részesedése mindenhol 30 százalék felett alakult. Az előző években azt tapasztaltuk, hogy főként a közel-keleti térség erőszakos cselekményei vonzzák a műsorszolgáltatókat, azonban az elmúlt évben a terület részesedése jelentősen visszaesett. Ennek oka leginkább abban keresendő, hogy a világ más tájain tapasztalható nehézségek vonták el a figyelmet. A tavalyi évben az ázsiai cunami szerencsétlenség, a madárinfluenza, és a nagy-britanniai terrortámadások következményének tudhatjuk be e változást.

Még a választási kampányidőszak alatt is igen magas arányt értek el az emocionális tartalmú hírek a hírműsorokban, az országgyűlési választások témaköre után ez a hírcsoport következett (20%). Az év elején tapasztalható madárinfluenza járványtól való félelem, majd az országban tapasztalható árvíz és belvíz kérdése folyamatosan fenntartotta magának a médiumok ér-

deklódását. A két eseményhez nagy számban kapcsolódtak politikai szereplések is. Sőt a választások első fordulója előtt lezajló nagy dunai árhullám során már kampányelemek is előfordultak a természeti katasztrófával kapcsolatban.

Ehhez a témához kapcsolódik Igazgatóságunk egy másik vizsgálata is, amely negyedévenként egy hét híradóinak (M1, Duna TV, RTL Klub, TV2) tartalmát vizsgálja meg az erőszak megjelenésének szempontjából. 2002 óta az erőszakos tartalmak megjelenése folyamatosan emelkedett, a kereskedelmi csatornáknál nagyobb, míg a közszolgálati adóknál kisebb mértékben. 2005-ben a vizsgált csatornáknál 15 másodperccel hosszabbodtak meg az ilyen eseményekről szóló tudósítások átlagos hossza (58 s vs. 73sec), mivel a szerkesztők egyre nagyobb teret szentelnek a szemtanúk, szakértők, orvosok véleményének prezentálására.

#### **4. A 2006-os országgyűlési választások médiaprezentációjának tartalmi jellemzői**

2006 februárjától ápriliséig tartó időszak egyértelműen az országgyűlési választások jegyében telt el<sup>4</sup>. A tudósítások közel harmada kapcsolódott ehhez a témakörhöz. A kereskedelmi és a közszolgálati műsorszolgáltatók hírműsorai között jelentős eltéréseket regisztráltunk az országgyűlési választásokkal foglalkozó hírek arányában (ld. 1. táblázat). A közszolgálati csatornákon a választások prezentációja hat százalékkal magasabbnak mutatkozott a kereskedelmi adók műsorszámában mért megoszlásnál (közszolgálati: 38,5% vs. kereskedelmi: 32,5%) — a legmagasabb értékeket a választás első fordulója előtt regisztráltuk. A profitorientált műsorszolgáltatók hírműsorai közül az Echo TV, a Sláger Rádió és az RTL Klub hírműsoraiban a tudósítások mindössze kb. ötöde foglalkozott a parlamenti helyekért folytatott versengéssel. Ezzel szemben az ATV (49,2%) és a Hír TV híradóiban (55,0%) igen komoly hangsúlyt fektettek a kérdésre. A közszolgálati műsorok közül az M1 déli *Híradója* egyedül számított kivételnek, adásaiban az egész periódus alatt igen alacsony maradt a korteshadjáratról tudósító műsoregységek aránya (16,8%).

---

<sup>4</sup> Az általunk használt időintervallumok eltérnek a naptári hónapoktól, az egyes szakaszok határait a választási eseményekhez kötöttük: 1. szakasz: február 1-től március 19-ig tartó időszak (országos listák felállítása); 2. szakasz: március 20-tól április 9-ig tartó időszak (a listák felállítása után az első választási fordulóig tartó periódus) 3. szakasz: április 10-től április 30-ig tartó időszak (a két forduló közötti kampányidőszak).

Az országgyűlési választások témakörének előfordulási aránya műsoronként (%; bázis: a magyar vonatkozású műsoregységek, egy tudósítás több témát is érinthet)

	febr. 1 – márc. 19.	márc. 20 – ápr. 9.	ápr. 10 – ápr. 30.	összesen
<b>M1 esti Híradó</b>	35,9	51,6	30,3	<b>39,0</b>
<b>M1 déli Híradó</b>	15,3	20,9	15,9	<b>16,8</b>
<b>Duna TV Híradó</b>	34,2	48,2	30,4	<b>36,6</b>
<b>Reggeli Krónika</b>	38,9	66,8	48,8	<b>47,4</b>
<b>Déli Krónika</b>	28,3	50,4	36,6	<b>35,6</b>
<b>Délutáni Krónika</b>	33,9	62,8	45,0	<b>43,5</b>
<b>Esti Krónika</b>	37,6	53,9	36,9	<b>41,4</b>
<b>Késő esti Krónika</b>	41,3	54,7	39,6	<b>44,3</b>
<b>közszolgálati adók</b>	<b>34,0</b>	<b>50,9</b>	<b>35,4</b>	<b>38,5</b>
<b>Tények (TV2)</b>	23,8	36,4	31,6	<b>28,6</b>
<b>RTL Klub Híradó</b>	15,8	26,8	23,8	<b>20,3</b>
<b>Danubius Rádió Hírek</b>	30,6	49,5	30,9	<b>34,8</b>
<b>Sláger Rádió Hírek</b>	17,4	21,7	24,0	<b>20,1</b>
<b>Tények este (TV2)</b>	23,7	35,8	41,9	<b>31,4</b>
<b>ATV Híradó</b>	42,4	63,8	50,2	<b>49,2</b>
<b>Híradó 21 (Hír TV)</b>	53,0	64,2	50,0	<b>55,0</b>
<b>Echo TV Híradó</b>	13,2	22,0	26,6	<b>18,5</b>
<b>kereskedelmi adók</b>	<b>28,0</b>	<b>40,8</b>	<b>34,2</b>	<b>32,5</b>

A választási kampány eseményeiről szóló tudósításokat – véleményünk szerint – három nagyobb csoportba lehet rendezni. Az első kategóriába azok a témák kerültek, amelyek a pártok választási programjait, kampányeseményeit és az egyes politikai csoportok közötti viszonyokat dolgozták fel. A másodikba azokat a híreket soroltuk, amelyek valamely párt számára egyértelműen hátrányosak lehettek (pl. szerver-gate; szolnoki, gyulai adatbázis-ügy; Fittelina-, Nomentana-ügy; Mikola István és Semjén Zsolt kijelentései; Gyurcsány Ferenc kóbor kutyás hasonlata stb.), vagy valamilyen botrányos eseményről (politikusok megfenyegetése, aktivistákat ért inzultálások stb.) tudósítottak. A harmadik csoportba a választások előkészületeinek, lebonyolításának technikai részleteiről szóló beszámolók kerültek (külföldi voksolás megszervezése, EBESZ megfigyelők hazánkba hívása, a miniszterelnök-jelölti és pártelnöki vita megszervezése stb.). Leggyakrabban az első csoportba tartozó eseményekkel találkozhattunk (59%), a műsorok felénél ré-

szesedése meghaladta a hatvan százalékot. A kérdéskör több mint negyedében (28%) a választási kampány „sötétebbik arcáról” kaphattunk információkat, míg a technikai lebonyolítással 13 százalék foglalkozott. A választások kapcsán kiobbant botrányok a legnagyobb arányban a Hír Televízió *Híradó 21* műsoraiban fordultak elő (45,2%) (ld. 2/a. táblázat), amelyeknek több mint fele Gyurcsány Ferenchez, az MSZP-hez és az SZDSZ-hez kapcsolódott (54,9%). Orbán Viktor illetve a Fidesz számára kellemetlen ügyeknek majd’ 20 százalékkal kevesebb műsoregységet „szenteltek” (35,9%) (ld. 2/b. táblázat). A Hír Televízió kivül a TV2 hírműsoraiban ért el igen magas arányt a botrányok megjelenése (*Tények*: 34,1%; *Tények este*: 41,5%), amelyekben a fiatal demokraták és pártelnökök számára kellemetlen események bemutatása dominált (*Tények*: 43,9%; *Tények este*: 47,8%). A közszolgálati médiumok közül a televíziós csatornák az ellenzékhez kapcsolódó negatív tudósításokat „preferálták”, míg a Magyar Rádió *Krónika* műsoraiban – a késő esti kiadás kivételével – a kormánypártok számára rosszízű információk jelentek meg gyakrabban. A kereskedelmi műsorszolgáltatók közül kettőnél az MSZP és az SZDSZ „kínos” ügyei kaptak nagyobb nyilvánosságot (RTL Klub, Hír TV), az Echo TV adásaiban a két fél azonos arányban részesedett a maliciózus precedensekből, a többi adónál a Fidesz „balsikerei” kerültek többször terítékre. (A legnagyobb különbséget a Sláger Rádiónál mértük (12,9% vs. 64,5%), de az ATV *Híradói*ban is az ellenzék számára kellemetlen hírek jelentek meg jóval gyakrabban (27,5% vs. 53,8%).)

2/a. táblázat

N=5521

Az országgyűlési választások témakör kategóriáinak megoszlása (műsoronként, %)

	pártok programja, pártok versengése	negatív tartalmú választási hírek	választás technikai lebonyolítása
MTV1 esti Híradó	67,9	21,1	11,0
MTV1 déli Híradó	61,0	16,2	22,9
Duna TV Híradó	64,3	25,1	10,6
Reggeli Krónika	65,6	24,4	10,0
Déli Krónika	55,5	23,2	21,3
Délutáni Krónika	56,7	27,9	15,4
Esti Krónika	60,6	29,1	10,4
Késő esti Krónika	62,1	27,5	10,4
Tények (TV2)	53,7	34,1	12,2
RTL Klub Híradó	65,1	19,7	15,3
Danubius Rádió Hírek	56,9	27,9	15,2

<b>Sláger Rádió Hírek</b>	62,7	16,8	20,5
<b>Tények este (TV2)</b>	50,2	41,5	8,3
<b>ATV Híradó</b>	58,3	30,8	11,0
<b>Híradó 21 (Hír TV)</b>	46,3	45,2	8,6
<b>Echo TV Híradó</b>	58,2	23,0	18,8
<b>összesen</b>	<b>59,0</b>	<b>28,3</b>	<b>12,7</b>

2/b. táblázat

N=1565

A negatív tartalmú választási tudósítások megoszlása (műsoronként, %)

	a kormány-koalíció számára hátrányos hírek <sup>5</sup>	az ellenzék számára hátrányos hírek <sup>6</sup>	egyéb negatív tartalmú hírek <sup>7</sup>
<b>MTV1 esti Híradó</b>	35,4	46,9	17,7
<b>MTV1 déli Híradó</b>	17,6	35,3	47,1
<b>Duna TV Híradó</b>	37,2	43,0	19,8
<b>Reggeli Krónika</b>	43,0	26,0	31,0
<b>Déli Krónika</b>	42,5	27,6	29,9
<b>Délutáni Krónika</b>	35,7	33,9	30,4
<b>Esti Krónika</b>	40,9	30,3	28,8
<b>Késő esti Krónika</b>	36,5	38,3	25,2
<b>Tények (TV2)</b>	34,7	43,9	21,4
<b>RTL Klub Híradó</b>	34,7	30,6	34,7
<b>Danubius Rádió Hírek</b>	27,5	41,7	30,8
<b>Sláger Rádió Hírek</b>	12,9	64,5	22,6
<b>Tények este (TV2)</b>	32,2	47,8	20,0
<b>ATV Híradó</b>	27,5	53,8	18,8

<sup>5</sup> A következő híreket soroltuk ebbe a kategóriába: Nomentana-, Fittelina-ügy, a szolnoki illegális adatbázis botrány, Gyurcsány Ferenc vagyónvizsgálata, Pásztor Tibor (MSZP) blogos megjegyzése Deutsch-Für Tamásról, megtévesztő szocialista szórólapok a II. kerületben, az MSZP-hez köthető kampánycsend-sértések, Böhm András (SZDSZ) szabálytalan kopogtatócédula gyűjtése, valamint eljárás egy liberális képviselőjelölt ellen pedofil képek tárolása miatt.

<sup>6</sup> A következő híreket soroltuk ebbe a kategóriába: szerver-gate, Bagó Zoltán (Fidesz) megfenyegette Romsics Imrét (MDF), Orbán Viktor vagyónvizsgálata, az illegális gyulai adatbázis ügye, Mikola István és Semjén Zsolt kijelentései, Orbán Viktor áll a Dávid Ibolyát lejárató sms-ek mögött, új szavazás elrendelése Kecskeméten. (A negatív hírek kivétel nélkül a Fideszhez kötődtek.)

<sup>7</sup> A következő híreket soroltuk ebbe a kategóriába: a pártok aktivistáit ért inzultusok, törekvések a láncszavazás megakadályozására, politikusok megfenyegetése, terrorfenyegetettség a pártok rendezvényein, választási szabálytalanságok, kampánycsend-sértések.

<b>Híradó 21 (Hír TV)</b>	46,2	36,0	17,8
<b>Echo TV Híradó</b>	39,5	39,5	21,1
<b>összesen</b>	<b>36,5</b>	<b>39,6</b>	<b>23,9</b>

A kampányidőszak egyik sajátossága, hogy a műsorszolgáltatók választási blokkokba gyűjtik össze a pártok rendezvényeiről, sajtótájékoztatóiról szóló tudósításokat. Mindössze a TV2 és a két kereskedelmi rádió nem alkalmazta ezt a gyakorlatot. Ezeknek a blokkoknak az elhelyezése szinte műsorról műsorra változott, a közszolgálati televízió csatornák leginkább a műsoraik közepére, a Kossuth Rádió, az ATV és a Hír TV hírműsoraik elejére tették a választási összefoglalókat. A sorból leginkább az RTL Klub lógott ki, amely rendszeresen műsorainak végére helyezte ezeket.

## 5. Összegzés

A magyar törvényi szabályozás megmarad az általános alapelvek meghatározásánál, és nem állít konkrét elvárásokat a műsorszolgáltatók felé. Elvi síkon hagyja a kiegyensúlyozottság fogalmát, és nem méri empirikusan, hanem a műsorszerkesztőkre bízta annak az eldöntését, hogy milyen szereplési arányokat ajánlanak fel az egyes pártoknak, politikai szereplőknek. A törvény nem biztosítja azt a lehetőséget az ORTT-nek, hogy meghatározhassa, mit tekint a kiegyensúlyozottság minimális kritériumának, mint ahogy erre egyes országokban (Franciaország, Románia) lehetőség nyílik. A jelenlegi helyzetben a törvény értelmezése konkrét elvárások hiányában nehézkes, és ez által alkalmazása is problémákba ütközik, legfőbbképpen azért, mert az emberek politikai állásuktól függően tekintik a hírműsorokat pártatlannak vagy pártosnak. Az önszabályozás egyelőre nem jelenthetne megoldást a problémára, mert a magyarországi újságírók egzisztenciálisan jobban kiszolgáltatottak a politikai erőknek, mint nyugat-európai társaik.

A *Műsorfigyelő és -elemző Igazgatóság* által készített vizsgálati jelentések jóval részletesebben taglalják a politikai elit megnyilvánulásainak ismérveit, mint azok az országok, ahol publikálják a hírműsorok monitorozásának eredményeit. További minőségi változók bevezetése nehézségbe ütközik, számolnunk kell ezek alkalmazásánál a hírműsorokat kódoló munkatársaink személyes, politikai irányultságával. Az európai gyakorlatban nem találunk rá példát, hogy a rendszeres elemzésekben bonyolult, nehezen megítélhető változókat alkalmaznának. Minden országban törekszenek arra, hogy a hírműsorokkal kapcsolatban felmerülő problémákra a lehető leggyorsabban választ adjanak. Ez pedig, csak akkor valósulhat, ha minél egyszerűbben ellenőrizhető kritériumokat állítanak fel.



A pártok médiahasználatának szabályozása nem az egyetlen megoldás, ugyanakkor alkalmazása hozzájárulhatna egy világos és számonkérhető pártatlanság-definíció kialakításához.

**Felhasznált irodalom:**

Terestyéni Tamás: 1998 A közszolgálati követelményeinek értelmezése, különös tekintettel a médiatörvény előírásaira, In.: *Jel-kép* 1998.

# A HÍRKÉSZÍTÉS FOLYAMATA

PACH FERENC

## A HÍREK SZÜLETÉSE

### 1. Ki dönti el, hogy miből lesz hír?

Miből lesz a hír? – teszik fel gyakran a kérdést különböző fórumokon. Majd ezt követi a – politikailag olyannyira megosztott világunkban gyanakvó pillantással kísért – másik felvetés: Ki dönti el, hogy miből lesz hír, és milyen alapon?

Abból lesz hír, amiről mi úgy gondoljuk, hogy hírértékű – hangzik az elsőre talán cinikusnak tűnő válasz. Az ország legnagyobb hírgyárában, a több mint 125 éve alapított, azóta is az akkori hírközlési viszonyokat jelölő *Magyar Távirati Iroda* (MTI) nevet viselő nemzeti hírügynökségben azonban nem szubjektív beállítódások alapján, kényük-kedvük szerint döntenek a szerkesztők, hanem az intézményben felhalmozott szellemi tőkére, szerteágazó tudásra, gazdag tapasztalatra építve. Az igények és a feltételek, no meg a felhalmozott ismeretanyag a nemzeti hírügynökségről szóló törvényben és számos belső dokumentumban, szabályzatban ölt testet. A fejekben megőrződő és a szájhagyomány útján is terjedő ismeret, tapasztalat folyamatosan gazdagodik az állandó műhelymunkában, hiszen számunkra nincs két egyforma nap, az ismétlődő események is mások az idén, mint amilyenek egy évvel ezelőtt voltak. Ismereteink folyamatos karbantartására, kontrollálására azért is szükségünk van, mert mintegy 180 újságíró napi munkáját kell tervezni, szervezni, összehangolni. A megbízhatóság, a hitelesség, a pártatlanság és a gyorsaság azok a legfőbb értékek, amelyekre az MTI nagyon büszke, és amelyeket a jövőben is meg akarunk őrizni a tevékenységet irányító vezérlő elvekként.

### 2. Hírügynökség és az internet

Az említett erények csorbítatlan fennmaradása különösen fontos a mai körülmények között, amikor – némi túlzással – bárki nevezheti magát hír-

ügynökségnek. Elég egy internetes kapcsolattal rendelkező számítógép, meg egy cégbírósági bejegyzés és indulhat a hírek, információk terjesztése. Aki megbízhatóan, gyorsan akar tájékozódni, mégsem ilyen forrásokra hagyatkozik.

A hírkínálat teljes spektrumát (a politikától a kultúrán és a gazdaságon át a sportig) nyújtó hagyományos hírügynökségek az egész világon keresik a helyüket és bizonyítják életképességüket az internet korában. Bár a világhálón minden megtalálható és szinte minden ingyenesen hozzáférhető, aki nem tudja pontosan, hogy mit akar keresni és hol kell megtalálnia, annak sok időt kell áldoznia a modern keresőprogramok ellenére is. A hírügynökségek megbízható, ellenőrzött információkat továbbítanak és rendszerezten. Az előfizetőnek nem a szénakazalban kell kutakodnia. A hírügynökségi megújulás egyik fontos területe, hogy mindenkinek testreszabott szolgáltatást igyekezünk nyújtani. Az MTI teljes napi termését – ami 550–600 szöveges hírt és több mint 200 sajtófotót jelent – csak a legnagyobb felhasználók kapják, sokan kevesebbel is beérik, míg mások csak bizonyos témájú hírekre (nemzetközi biztonság, pénzügyi információk, kulturális élet, egészségügyi hírek stb.) fizetnek elő. Magukat az információkat is többféle tálalásban szolgáltatják a hírügynökségek. Van, akinek elég az alapinformáció, mások kérnek háttérrel, kronológiákat, sőt elemzéseket is.

### **3. Válogassunk az események között!**

A szakmai alapelvek, a hírügynökségi feladatok számbavétele után térjünk vissza az alapkérdéshez, és nézzük végig a hírkészítés gyakorlati folyamatát. Az MTI meghívók százait kapja naponta és ezekből áll össze, az úgynevezett tükör, amely napokra lebontva tartalmazza a politikai, kulturális, gazdasági és sportélet sajtó számára nyilvános eseményeit. Előfizetőink minden este hat óra után kapják meg a következő napi tükröt, amelyben egyben tájékoztatjuk őket, hogy melyekről tudósít (szövegben, fotóban) az MTI. Szerkesztőink a tükör közreadása előtt hozzák meg az első döntést arról, hogy miből lesz hír, hiszen ekkor döntenek arról, hogy a tükörben olvasható több mint 200 program közül melyikről tudósítunk és melyikről nem. (A nap fontos eseményeire természetesen külön is készülünk, tisztázzuk, hogy mihez írunk háttérrel, mire kérünk reagálásokat stb.). A következő fázis, amikor az eseményről megérkezik a tudósítás és a szerkesztő eldönti, hogy kiadja-e, milyen terjedelemben, milyen leaddal, milyen további információkat, kiegészítéseket kér hozzá stb. Sajnos az egész magyar sajtó – természetesen magunkat is beleértve – nagy baja, hogy túlságosan eseménycentrikus és nem témákkal, ügyekkel foglalkozik. A politikai pártok és a komoly kommunikációs csapatokat foglalkoztató cégek kiválóan értenek ahhoz, hogy sajtóese-

ményeket kreáljanak, mi újságírók pedig futunk az események után, s a valódi ügyek félbe maradnak, elsikkadnak. A közéletünk és ezen belül szakmánk gyenge színvonalát mutatja, hogy ha egy adott napon a lapoktól a rádiókon és televíziókon át az internetes portálokig megnézzük a hírtermést, elfogadhatatlanul kevés olyan információt találunk, amit nem maga a közlő akart nyilvánosságra hozni. Ennek egyik oka, hogy még a kreált sajtóeseményeket sem használjuk ki, nagyon sok sajtótájékoztató ér úgy véget, hogy a politikus, üzletember tájékoztatója után egyetlen érdemi kérdés sem hangzik el.

#### **4. A lopott hírnél nincs olcsóbb!**

Érdemi változás nem is várható addig, amíg a magyar médiapiacra nagyon korlátozottan érvényesül a hírverseny. A nézettségi – hallgatottsági – látogatottsági adatok és az ehhez kapcsolódó hirdetési bevételek mindent felülírnak, az adott médiumban megjelenő hírek frissessége, pontossága gyakran alig számít. Minden következmény nélkül működhetnek úgy különböző rádiók, hogy az Országos Rádió- és Televíziós Testülettel (ORTT) kötött szerződésük alapján kötelező híradásaikat „másodlagos frissességű” információkkal töltik ki. A reggeli lapokban olvasott – azaz előző napi – információkat, különböző internetes portálokról lelopott történeteket olvasnak be hírként – mindezt hivatalos tárgyalásokon azzal indokolva: minket nem a hírekért hallgatnak. Vagy „az olcsóság mindenekelőtt” jelszó jegyében nyilvánvalóan másoktól lopott hírekkel házaló „álhírügynökségektől” vásárolnak szolgáltatást. A magyar médiapiacra a megbízható, gyors hírszolgáltatásnak nincs meg a kellő becsülete, mert nagyon kevés azon szereplők száma, amelyek fontosnak tekintik a hírversenyt. Mi igyekszünk komolyan venni és ehhez 24 órás szolgáltatást nyújtunk. A merítés is széleskörű, hiszen az ország minden megyéjére kiterjedő belföldi tudósítói és fotóriporter hálózatot működtetünk – az országban egyedülként. Az anyagi kényszer miatt már jelentősen megcsappant, de még mindig több mint egy tucat európai országban (szomszédos országokban és Magyarország fontos politikai és gazdasági partnereinél) és Washingtonban dolgoznak tudósítóink, akik elsősorban a magyar szempontból fontos, érdekes történésekről számolnak be, ügyeknek járnak utána. A világ egyéb részeinek történéseiről a partner hírügynökség szolgáltatják az információt.

#### **5. Alkalmazkodás a változó piachoz**

A hírek válogatásánál az MTI-nek egyrészt tekintetbe kell vennie, hogy nagyon sokrétű előfizetői igényt kell kielégítenie, másrészt, hogy egy folya-

matosan változó piac igényeihez kell alkalmazkodnia. Bár a technikai megoldások lehetővé teszik a hírek már említett testreszabását, a hírek gyűjtésénél és feldolgozásánál a szerkesztőnek sokféle igényt kell fejben tartania. Hiszen nagyon mást gondol a hírekről az óránként híreket mondó közszolgálati rádió, az esti híradókra összpontosító közszolgálati, illetve kereskedelmi televíziók, a „*fast food*” híreket fogyasztó kisebb elektronikus médiumok, a hírek háttérére és előzményére, terjedelmesebb tudósításokra is igényt tartó országos politikai és megyei napilapok, a folyamatosan frissülő internetes portálok, hogy csak a média előfizetőket vegyük számba. De fontos hírforrások a minisztériumok és közintézmények csakúgy, mint a különböző kulturális és tudományos intézetek, vagy a gazdasági élet fontos szereplői.

A médiavilágra általánosan jellemző bulvárosodást is nyilvánvalóan tekintetbe kell venni a hírek válogatásánál. A hírügynökség esetében azonban ez semmiképpen sem jelenti azt, hogy a megbízhatóságból, a gyorsaságból engedni kellene. A bulvárosodás módosuló, gazdagodó témaválasztékot jelent, ám ugyanúgy ellenőrzött forrásból származnak ezek az információk is, amelyeket pártatlanul, korrekt módon dolgoz fel és terjeszt a hírszolgáltató.

## **6. Lépünk kapcsolatba az utca emberével!**

Mindezek mellett a nemzetközi tendenciák azt mutatják, hogy a hírügynökség, amely korábban csak gyártó és nagykereskedő volt a hírek piacán, az utóbbi időben – az internetes technológiának köszönhetően – egyre gyakrabban kiskereskedőként is megjelenik. Így az MTI is manapság számos olyan szolgáltatást kínál, amit a szöveges és képi információk iránt érdeklődő magánszemélyek is igénybe vehetnek. Az elektronikus médiumok mintáját követve, kicsit más formában ugyan, de a hírügynökségi piacon is megjelent az interaktivitás: világhírügynökségek, nemzeti hírirodák fogadják, sőt várják az utca emberének információit, digitális fotóit.

BERNÁTH LÁSZLÓ

A LÉT MOZGÁSAI, AZ INFORMÁCIÓ EREDETE ÉS HÍRRÉ  
VÁLÁSÁNAK FELTÉTELEI

Nem először veszek részt ilyen konferencián – már itt Egerben is jelen lehettem két alkalommal –, és tudom, hogy illik tudományosnak hangzó címeket adni az előadásoknak. Valójában most nagyon egyszerű dolgokról szeretnék szólni, de néha az egyszerű tényeket, felismeréseket is nehéz definiálni. És a hír születése, jóllehet ez a legfontosabb, alapvető műfaja a médiának, látszólag ugyancsak nehezen meghatározható, mégis egész egyszerű körülményekkel magyarázható. Hogy ez azért valóban komplikált is lehet, számomra akkor vált világossá, amikor, vagy két évtizeddel ezelőtt, megjelent nálunk, a *Bálint György Újságíró Akadémián*, egy ausztrál úr. Kiderült, hogy professzor valamelyik egyetemen és azért járja végig Európát, mert könyvet akar írni arról, hogy a különböző országokban miből lesz a hír.

*Földes Anna*, az iskola igazgatónöje és én ültünk le beszélgetni, és már nem emlékszem milyen bölcsességeket mondtunk neki, de arra igen, hogy már akkor gondolkodóba estem azon: lehet-e a hír születésének országspecifikus sajátossága. Aztán amikor a *Műfajismeret* tankönyvet, illetve ennek javított, immár hetedik kiadását készítettük elő *Új műfajismeret* címmel, még egyszer komolyan végig kellett gondolni a kérdést, e fejezet szerzőjével, *Szigethy András* kollégával. Mert az volt a véleményünk, hogy meg kell keresni a hírek, mint alpműfajnak a legáltalánosabb, minden mellékkörülménytől mentes, meghatározását.

Erre annál inkább szükség volt, mert a – szerencsére – egyre bővülő szakirodalomban, már igen sokféle meghatározással találkozhattunk. Most a sok közül csak egyetlen szerzőre, *Zsolt Péter*, ugyancsak több kiadást megélt *Médiaháromszög* című könyvére szeretnék hivatkozni. Aki szerint „A kérdést, hogy mi a hír, megközelíthetjük az információ, másrészt a kultúra oldaláról. Előbbi gyökerei az informatika, a számítástechnika világába vezetnek, utóbbi filozófiai, fenomenológiai, kultúranropológiai területekre.” (Zsolt, 2005) Aztán e nagyon tudományos megközelítés után, a következő bekezdésben „kemény” és „puha” hírekről beszél, az első – szerinte –, „aktuális” és „jelentős” eseményekhez kötődik, a másik a társadalomban végbemenő változásra figyel. Igaz, nem nagyon értem, hogy a társadalomban végbemenő változások miért ne lehetnének aktuálisak és jelentősek. Azzal a definíci-

ójával már végképp nem tudtam mit kezdeni, amely szerint: „a hírnek az olyan objektivitás látszatával rendelkező aktuális újdonságokat tartalmazó információkat nevezzük, ami sokakat érdekel és/vagy sokak életében változást okozhat.” (Zsolt, 2005) De nem azért idéztem Zsolt Pétert, hogy vele vitatkozzam, csupán azért, hogy jelezzem: egyre többféle felfogás jelentkezik a hír műfajával kapcsolatban.

Magunk között szólva, már azt sem értem, miként kerül ide ez a talányos meghatározás, hogy „az objektivitás látszata”, de nem ez az én alapkérdésem. Hanem az, hogy egyáltalán: miből lesz információ, a szó információ-elméleti értelmében és milyen információból hol lesz hír, mert ez a kérdés, igen fontos, második része. Mert csak ezek meghatározásával lehet minden részletében tisztázni a médiában – joggal – használatos hírérték és az azzal nem mindig együtt járó szenzációérték fogalmát. És a válasz után kutatva itt került érdeklődési körömbé a címben kissé nagyvonalúan emlegetett „lét” fogalma. Tehát mi lehet minden, akár természet-, akár társadalomtudományi információ alapja?

Nem kellett hozzá nagy jártasság a lét e két fontos területén, hogy rájőj-jek: minden információ forrása, létrehozója a mozgás, illetve a mozgás nyomán keletkező, mérhető, érzékelhető változás. Amelyről egy kedvenc tudományágam, a káoszelmélet kimutatta, hogy a mozgás sohasem követi pontosan a lineáris matematika által megjósolt irányokat. Csak egy nem-lineáris egyenlettel írható le. Ami magyarul körülbelül azt jelenti – mint ahogy ez a káoszelmélet nyomán elhíresült hasonlat megfogalmazza –, hogy ha Texasban egy lepke összeüti a szárnyát, annak lehet, hogy nem sokkal később, mondjuk Ohióban vihar lesz a következménye.

Nézzünk két, egyáltalában nem absztrakt példát. Földrajzi ismereteink szerint Magyarország legrégebbi szárazföldi darabja a Velencei-röngyhegység, ami évtizedekkel ezelőtt jóval magasabb volt. A szél, az eső és persze az emberi tevékenység nyomán – a tetejére állították fel a pákozdi csata emlékművét –, jócskán lekopott. Mondjuk évenként 5 millimétert. De ha mondjuk egyik évről a másikra 20 milliméter kopik, ennek jelentős információs értéke lehet, akár a média egy szegmensében is.

A napi gyakorlatunkhoz közelebb álló példa: majd minden nagyobb médium naponta közli a BUX, a tőzsdeindex állását. A legkisebb változásnak is nagy jelentősége lehet a befektetők számára. Mint ahogy annak is, bár erre ritkán van példa, ha napokig nem mozdul az index, mert itt a változás a korábbi mozgáshoz képest való viszonyt fejezi ki.

Bátran kijelenthetjük tehát, hogy a szüntelen változást mutató természeti és társadalmi mozgások szolgáltatják a létező, megszámlálhatatlan mennyiségű információ alapját. A médiának az a fontos szerepe, hogy a maga sajátos igényei szerint válogat az információ áradatából. Mindenekelőtt a meg-

célzott befogadók, fogyasztók mérete – mármint sokasága –, helyzete – mármint műveltsége, anyagi helyzete –, nemzeti meghatározottsága és mindenekelőtt hétköznapi információs igényei szerint. Ennek megfelelően dolgozza fel, ha úgy tetszik „csomagolja” a kiválogatott információkat, amely a hírei alapjául, s egyben valamennyi sajtóműfaj alapjául szolgálnak. Az *Élet és tudomány* esetleg hírt ad a Velence hegység váratlanul gyors kopásáról, valamennyi központi napilap a BUX index változásairól, vagy éppen a várható változásokról ad számot. De még a hírek szenzációértéke is összefügg az információt adó változások milyenségéről. Szenzáció tudniillik abból lesz, amikor a változások szokatlanul nagyok és amikor a legkevésbé volt várható a bekövetkezésük. Legyen szó *Diana hercegnő* autós balesetéről, vagy a Tisza ciánszennyezéséről.

Azt hiszem tehát, hogy a hírré-válás alapfeltétele-, bármilyen országban, bármelyik médiumnál, bármilyen témában, hogy valamiféle változásról adjon számot a hírbe fogalmazott információ. Természetesen az adott ország, adott médiafogyasztóinak feltételezett igényei szerint.

Nem hiszem, hogy ez valami rendkívüli „nagy igazság”, de azt remélem, hogy helyre rakhatja a hírről való gondolkodásunk alapjait. Ami azért olyan fontos, hogy most az egyszer magamat idézzem a *Bevezetés az újságírásba* című könyvemből, mert „a hírekből lehet a média gyönyörű katedrálisait, vagy lerobbant nyilvánosházait létrehozni.” Mindkettőnél a hírek tégláit használják fel, amelyekbe a változásokat mutató információk vannak bezárva.

#### **Felhasznált irodalom:**

Bernáth László 2005: *Bevezetés az újságírásba*. MUOSZ Budapest.

Bernáth László (szerk.): én. *Műfajismeret*. MUOSZ Budapest.

— 2005 *Új műfajismeret*. MUOSZ Budapest.

Zsolt Péter 2005: *Médiaháromszög*, Bp.–Vác, Eu-Synergion.



## A HÍREK HATÁSAI

MARTIN JÓZSEF

### HÍRTÍPUSOK HATÁSMECHANIZMUSAI ÉS METAMORFÓZISAI

Mikszáth Kálmán írta: „Ha azonban a sajtó egyszer megfogadná, hogy a párbajokról nem emlékezik meg sohasem, rögtön leolvadna a párbajok száma felényire. Azon indítvány, melyet egy lapársunk tett, hogy csak a véres kimenetelű duellumokról kellene referálni a sajtónak, rossz eredményre vezetne, minden hiú ember (s ezek a párbajvívók hiú emberek ám) véres kimenetelű párbajra vágyakoznék. Csupán egy radikális mód: nem írni abszolúte semmit, bármilyen szomorú véget ér is a párbaj” (Mikszáth 1914, 26). Klasszikusunk gondolatmenetét folytatva és lecsupasztva: ha tehát kevesebb a hír, csökkenni fog a párbajok száma? Mi több, ha nincs hír – nem lesz párbaj. S ha ma élne jó Mikszáth Kálmánunk, arra bízhatna minket, hogy adjunk kisebb teret – mondjuk – a madárinfluenzáról szóló információknak, s akkor kevesebb lesz az ilyen megbetegedés? Ebből egyenesen következik az a gyakorta hangoztatott nézet, hogy a média nem csak „csinálja” a hírt, hanem a valóságot is alakítja, „kreálja”.

Mint látjuk, a kérdés és a dilemma nem új keletű, s nehéz lenne kétségbe vonni, hogy a lapok, a média részt vesz, részt vehet a világ, s főként az olvasó – általánosabban: a médiafogyasztó – világának alakításában. A „hírhatalom” jelenségével – mutatis mutandis – más területeken is találkozhatunk. A Bajza József szerkesztette *Kossuth Hírlapja* 1848. október 19-én azt írta, hogy „a cholarátói félelem, melly rendesen több áldozatot szed, mint maga a cholera, nem fér a harczgondolatoktól eltelt continensi ember szívébe”. Tehát a félelem a betegségek, az erről szóló híradás nagyobb kárt okozhat, mint maga a betegség, s ide nekünk új harcokat, akkor kevesebben félnek, s kevesebben halnak meg a szörnyű betegségben. A közgazdászok ismerik az önbeteljesítő jóslat fogalmát, s kivált az inflációval összefüggésben szokták emlegetni: ha túl sok szó esik az árdrágulásról, akkor a piac végül „engedelmeskedik” az előrejelzésnek. A jelenség társadalomtudományi általánosítását – mint tudjuk – Bibó végezte el, híres és sokszor, bár töredékesen, idézett

gondolatmenetében (Bibó 1986, 220): „*Demokratának lenni mindenekelőtt annyit tesz, mint nem félni: nem félni a más véleményűektől, a más nyelvűektől, a más fajúaktól, a forradalomtól, az összeesküvésektől, az ellenség ismeretlen gonosz szándékaitól, az ellenséges propagandától, a lekicsinyléstől és egyáltalán mindazoktól az imaginárius veszedelmektől, melyek azáltal válnak valódi veszedelmekké, hogy félünk tőlük. Közép- és Kelet-Európa országai azért féltek, mert nem voltak kész, érett demokráciák, s minthogy féltek, nem is tudtak azokká válni*” (Bibó *kurzíválásai* – M. J.). Mindebből témánkra csak annyi tartozik, hogy az imaginárius veszedelmek tompításában vagy éppen fölnagyításában a mindenkori sajtó – manapság a média – kitüntetett szerepet játszhat, de magát a valóságot nem ő teremti. Amikor a *Kossuth Hírlapja* és lapársai többet írtak a koleráról, föltehetően fokozták azt a bizonyos félelmet, de maga a betegség a sajtó híradásaitól *függetlenül* létezett vagy múlt el. A párbajról úgy gondolom, hogy Mikszáth – vérbeli újságíróként – alighanem eltúlozta a lapok szerepét a duellumok fölszámolásában. A közvélekedés és a társadalom nyomása nélkül nem szüntenek volna meg a mai szemmel enyhén szólva anakronisztikus, sokszor súlyos sebesüléssel, olykor halállal járó összecsapások, de bizonyos, hogy nem volt mindig, mit írnak az újságok. Vagyis a hírek hatásáról szóló nézetek egyik véglete sem helytálló: sem az, hogy a médiahír „kreálja”, „teremti” a valóságot, sem az, hogy semmilyen hatása nincs arra.

Tünődésemet a hír értelmezésével folytatva, a londoni *The Times* egyik régi beszámolóját idézem. A neves napilap ezt írta 1805. november 6-án az október 21-én befejeződött trafalgari csatáról: „Nem tudjuk, hogy gyászoljunk vagy örüljünk. Az ország learatta a legragyogóbb és legdöntőbb sikert, amelyről Anglia tengerészeti évkönyvei valaha is beszámoltak: de drágán fizettünk ezért. A nagy és bátor Nelson admirális nincs többé: csaknem az utolsó lövés ölte meg, amit az ellenség leadott” (O’Sullivan 2002, 298). A mából visszatekintve úgy tűnik fel, a hír értelmezési dilemmája, kontextusa és narratívája alárendelt fontosságú magához a hírhez képest: ez utóbbi a történelemkönyvek szilárd adata és anyaga lett, míg az előző legföljebb médiaismereti *tananyag*, kutatói forrásmunka. A több mint kétszáz éves híradásból világosan érzékelhető, hogy a modern híripar nem föltalálta, hanem csak megőrizte a dilemmát: pusztán a tényről, az eseményről számoljunk-e be, vagy nyomban értelmezzük, mintegy keretbe is ágyazzuk? Tudjuk, nincsenek teljesen vegytiszta válaszok, hiszen a címadás, az elhelyezés (hányadik oldalon közöljük az újságban, hányadik az elektronikus média hírfolyamaiban), a hír hosszúsága és nagysága (hány hasábos az újságban, mennyi ideig tart az elektronikus médiában) is tartalmazhat utalásokat a hír értelmezésére. Az előző példánál maradva, a beszámoló címe (O’Sullivan uo.) világosan jelzi az állásfoglalást: „*Dicsőséges és döntő győzelem az egyesített*

flotta fölött és Lord Nelson halála”. (*Kurziválás az eredetiben* – M. J.) Jól megfigyelhető a címben az a fajta kettősség, amely mind a mai napig áthatja a tájékoztatást: a cím első felét, kiváltképpen a kiemelt jelzők miatt csakis az egyik fél újságjaiban képzelhetjük el, itt tehát a hír összefonódik a kommentáló állásfoglalással. Ellenben a cím második részében – „Lord Nelson halála” – arra látunk példát, hogy a *The Times* egykori sajtórobotosai elegendőnek találták a pusztá tényközlést, állást foglalni nem a címben kívántak. A cím- és hírtálalási technikák őseivel van dolgunk; de a zszurnaliszta szakma és a médiakutatók többsége ma inkább a közvetlen állásfoglalásoktól mentes címadást tartja követendőnek, a különféle álláspontok kifejtését a hírmagyarázatra, –elemzésre, kommentárra bízva, a közvetlen véleménymondást pedig a kiemelt publicisztikai műfajok (vezércikk, belső cikk) dolgának tartja. Mindamellett ez a gyakorlat távolról sem egységes, kivált akkor kerülnek előtérbe a közvetlen állásfoglalást tartalmazó címek, ha a hír egyfajta nemzeti narratívába illeszthető (például nemzetközi politikai viták esetében), ha igen erős az eszmei-ideológiai elköteleződés valami mellett (nagyon aktuális példával: a február eleji Kossuth téri megmozdulást főcímükben a napilapok többsége „kordonbontásként” emlegette, a Népszabadság „törvénybontásról” írt, tehát azonnal kommentált is), vagy ha az egyik fél mi vagyunk (például ha a magyar válogatott az egyik szereplő a sportrovatok híradásaiban).

Célom csupán annyi volt, hogy fölhívjam a figyelmet arra, a mai tömeg-tájékoztatásnak ez a dilemmája sem új keletű. S ha föltesszük a kérdést, hogy a trafalgari győzelem kemény vagy puha hír-e, akkor válaszunk minden bizonnyal egyértelműen az előző kategóriába sorolja a *The Times* híradását. E terminológia sem olyan új, mint amilyennek látszik. Harry Luce, az amerikai *Time* magazinnak másodmagával alapító kiadója, majd főszerkesztője néhány évvel az 1923-as alapítás után így magyarázta a hírek közötti különbséget (Halberstam 1988, 89): „Kétfajta hír létezik: lassú hír és gyors hír. A lassú hír nagyobb mélységet, több megválaszolt kérdést, több gondolkodási időt jelent. A lassú hír jobban igénybe veszi az olvasó figyelmét, a gyors hír viszont nem támaszt vele szemben ilyen követelményt. A gyors hír éppen hogy befut, már el is illan. A lassú hírek piaca viszont még teljesen nyitott – kitöltése a *Time* feladata. Amellett, hangsúlyozta, a lassú hírekben nagyobb anyagi haszon rejlik, mint a gyors hírekben.” Vajon a kiváló üzletember miért gondolta azt, hogy a gyors hírek, vagyis a mai szóhasználattal élve bulvár- vagy színes hírek kevesebbet hoznak a konyhára, mint a lassú hírek? Amikor Luce *Time* magazinja már tekintélyre tett szert, akkor a médiapiacra már megjelent a rádió. Luce alighanem úgy gondolta – joggal –, hogy a rádió gyorsaságával a nyomtatott sajtó sehogy sem tudja fölvenni a versenyt, következésképpen egyet s mást hozzá kell tenni a hírhez, amitől az olvasó – a rádió megjelenése ellenére – ragaszkodni fog a nyomtatott sajtó-

hoz. Így is lett. Luce tudta, hogy szövegben és képben sok mindennel bővíthető a lassú hír, amely így még „lassúbbá” válik, vagyis még erőteljesebben „igénybe veszi az olvasó figyelmét”. Luce-nak persze még egy oka lehetett arra, hogy igényes újságíróként s kitűnő üzletemberként hetilapjában a „lassú” híreknek, a komoly tartalmaknak adjon elsőbbséget. A médiavilágon belül ő azt az iskolát képviselte, amely az állásfoglalást, a határozott véleménymondást részesítette előnyben a sajtó pusztán tükröző, referáló funkciójával szemben (www. Harpercollins 2007,1), amit bizonyít, hogy már magazinja alapításakor így nyilatkozott: „A Digest (a *Literary Digest* elnevezésű, akkor már létező hírújságról van szó – M. J.) megvilágítja ugyanannak a kérdésnek mindkét oldalát, de keveset vagy egyáltalán nem utal arra, hogy maga a lap mit tekint helyesnek. A Time megvilágítja mindkét oldalt, de egyértelműen megmutatja, szerinte melyik oldalnak van erőteljesebb pozíciója.” A Luce-nak óriási sikert hozó *Time* magazinban – ami aztán újabb lapok megindítása előtt nyitotta meg az utat – a későbbiek folyamán ez az álláspont nagy ütközéseket hozott azokkal a munkatársakkal, akik olyan hírekről számoltak be, amelyek történetesen nem vágtak egybe Luce határozott felfogásával (Halberstam, 1988, 88): „Hallgass ide – mondta –, egy percig sem állítom, hogy a Time tárgyilagos hetilap. Első oldalától az utolsóig szerkesztői lap, s bármi jelenik meg benne, annak az én nézeteimet kell tükröznie.” A két zszurnaliszta iskola – arról írjunk-e, amilyen ténylegesen a valóság, vagy arról, hogy milyennek szeretnénk – nyilvánvalóan befolyásolja a hírek megírasi módját, a tudósítások hangvételét. Azok a személyek és intézmények, akik és amelyek a második felfogást képviselik, rendszerint sziklaszilárd – vagy annak hitt – elvi meggyőződésüket viszik be a médium tartalmába, azt gondolván, hogy az ebben a szellemben megfogalmazott hírek, információk – s persze más sajtóműfajok is – közvetlenül befolyásolják az embereket, sőt az események alakulását. A történelem azonban sokszor bebizonyította, hogy e hatásmechanizmusok korántsem ilyen közvetlenek: ha így lenne, akkor a diktatúrák a sajtó útján mindig meg tudták volna nyerni az embereket; ha így lenne, akkor Silvio Berlusconi médiacézár 2005-ben elsőpró többséggel megnyerte volna az olasz választásokat, ehelyett csekély szavazatvesztéssel ugyan, de elveszítette azt; s ha így lenne, akkor a *Time* magazin egykori markánsan Csang Kaj-sek-barát kínai beszámolóí visszatartották volna az amerikai politikát a kommunista rendszer elismerésétől, de – mint tudjuk – nem így történt.

Visszakanyarodván a lassú és a gyors hírek megkülönböztetéséhez, a „gyors”, tehát a bulvárosnak minősíthető híreket persze nem a *Time* magazin találta föl. Mint a különféle sajtótörténeti kutatásokból, a többi között Andok Mónika elemzéseiből is tudhatjuk, a bulváros témák már az írott sajtó hajnalán is jelen voltak a híradásokban. Ez a hírtípus akár halhatatlannak is mond-

ható, ami persze csak a tematikára vonatkozik (Andok, 2004). A földolgozás módján nagyon is érződik az adott kor, de pusztán e tematika földolgozása miatt egyetlen médium sem csúszik át a bulvár tartományába. Sok példát hozhatnék, de csak egyet említek: a világ egyik legtekintélyesebb minőségi napilapja, a *New York Times* birtokában lévő, Párizsban szerkesztett globális újság, az *International Herald Tribune* állandó rovata a „People”, amely rendszeresen közléseket – saját forrásokból, hírügynökségi jelentésekből – értesüléseit sztárokról, szépségkirálynőkről filmcsillagokról, topmodellekről, különféle hírességekről, válásokról, perekről, botrányokról. Ettől azonban az IHT nem lesz bulvárlap, mert ezek a hírek igen korlátozott terjedelemben, jobbra egy-két portré fotó kíséretében jelennek meg a lapban, a teljes lap-tartalom elenyésző hányadát alkotva. Az IHT kiadója és szerkesztői minden bizonnyal úgy gondolják, hogy az olvasók nem ezekért a – Luce szavaival – „gyors” hírekért veszik a lapot, akik viszont másra sem kíváncsiak, azok bizvást válogathatnak az angol nyelvterület tengernyi bulvárújságja között.

Az IHT tartalmának túlnyomó részét a „lassú” hírek teszik, a diplomáciai tudósítások, a megfontolt elemzések alapuló információk, kommentárok, s persze a vezércikkek. A könnyed színesek és a komoly hírek egyaránt át-ívelnek a sajtótörténet évszázadain, ebből azonban nem következik, hogy minden hírtípus „halhatatlan”. Ennek példaként olyan hírfajtát említek, amelyet mindannyian ismertünk, akik csináltuk és forgattuk az egypárti diktatúra sajtóját. Álljon itt egy példa a Magyar Nemzet 1978. június 13-i számából: „Az MSZMP budapesti bizottságának meghívására hétfőn Budapestre érkezett a Román Kommunista Párt bukaresti bizottságának küldöttsége Ioan Bucurnak, a pártbizottság titkárának vezetésével. A pártküldöttséget a Ferihegyi repülőtéren Gényi Kálmán, a budapesti pártbizottság titkára fogadta. Jelen volt Victor Bolojan, a Román Szocialista Köztársaság budapesti nagykövete.” A sajtó szakmai zsargonjában – ha tetszik, folklórjában – ezt a hírfajtát neveztük „protokoll hírek”. A napilapok krónika oldalait hosszú hasábokon töltötték meg ezek a – szakmai kifejezéssel – mínuszos hírek. Nyilvánvaló, hogy ebben sem állt egyedül, elszigetelten a magyar gyakorlat: a *Pravda* teremtette meg e hírfajta őst, amelyre az jellemző, hogy görcsösen ragaszkodik a protokoll megkövetelte személyek megnevezéséhez. Ebből következően ebben a hírfajtában pártfunkcionáriusok, magas rangú állami vezetők, közéleti személyiségek nevével találkozott az olvasó, cselekvésük tartalmi eleméről lényegében soha nem kapott információt, csak arról értesülhetett, hogy elutaztak, megérkeztek, tárgyaltak, ki búcsúztatta és ki fogadta őket. E hírfajta az úgynevezett szocialista tájékoztatás igazi szörnyszülőtte volt, közülük a legcsúfabbnak talán a különféle állami ünnepeken küldött táviratokat és a nagyköveti megbízó levelek átadását megörökítő „hírt” nevezném – ezek az aktusok valójában az állami protokoll körébe tartoznak, s

mai értelemben vett hírértékük lényegében a nullával egyenlő. Ezek a hírek elképesztően unalmasak voltak. Ma már nehéz elképzelni, hogy az egykori sajtóirányítók és ellenőrzők mekkora jelentőséget tulajdonítottak azoknak az oldalaknak, amelyeken több hasábot töltöttek meg a „protokoll hírek”, hiszen a közvetlen irányító szerv illetékesei akár telefonon is utasították az adott újság ügyeletes szerkesztőjét, hogy a fontosnak vélt hírt hol helyezze el, mondjuk, a hasáb élén, vagy „hajtás” alatt.

Amennyire időt állónak bizonyult az évszázadok folyamán több hírtípus, közöttük a bulváros témájú színes hír, annyira áldozatául esett az idő múlásának, pontosabban az egypárti diktatúrák összeomlásának a „protokoll hír”, de nincs okunk siratni. Ez a fajta hír ugyanis nem elégített ki igazi olvasói érdeklődést, az egykori médiafogyasztónak nem közölt releváns információt, sokkal inkább szolgálta a diktatúra párt- és állami bürokráciájának vélt vagy valós érdekeit. Érdekes, hogy a szabad sajtó és a szabad piac körülményei között is tanúi lehetünk a hírtípusok bizonyos fokú metaformózisának, aminek persze nincs sok köze az említett, nulla hírértéket produkáló, unalmas szörnyszülöttekhez. Erre a legmarkánsabbnak az egy milliós példányszámú londoni *The Economist* hírgyakorlatát nevezném meg. A „*The world this week*” elnevezésű rovat sorra veszi az eltelt hét legfontosabb politikai és üzleti eseményeit, de ha figyelmesen végigbongésszük a híreket, akár arra is gondolhatunk, hogy a szerkesztők nem ismerik a hírárás szabályait. Találomra ragadok ki egy példát a brit hetilap 2005. október 29-i számából: „Miközben az Irakban elhunyt amerikaiak száma meghaladta a 2000-t, Bush elnök a katona-feleségek előtt mondott beszédében azt mondta, Amerika ellenségei 'totális birodalmat' próbálnak létrehozni, s még több áldozatra lesz szükség, hogy megállítsák őket.” Hol mondta ezt az elnök s mikor? Vagyis két fontos hírkérdésre nem kapunk választ. Természetesen nem arról van szó, hogy a tekintélyes hetilap munkatársai nem ismerik az elemi szabályokat: ha végigbongésszük ezeket az információkat – gyakorta két oldalt is megtöltenek –, szinte mindegyik esetében tapasztalunk ilyen „hiányosságot”. Azért, mert a szerkesztőség az időpontot eleve megjelöli – „this week” –, s még inkább azért, mert a globális értelmiségi elit brit és nem brit olvasógárdájáról feltételezi a hetilap, az adott eseményről valamilyen formában már értesültek. Tehát megelégszenek a szerkesztők az esemény jelzésével, s inkább kontextusba helyezik, értelmezik, a folyamatjellegre utalnak. Adottnak veszik, hogy a média-agenda a szóban forgó információt valamilyen formában már ismeri. Talán nem tévedek, ha úgy gondolom, hogy ez is egyfajta hírtípus, s meggyőződésem szerint maradandóbb, mint a csöndesen kimúlt protokoll hír. Hogy olyan tartós lesz-e, mint az évszázadokat átélő, „klasszikus”, tehát a szokványos hír-kérdésekre válaszoló „komoly hír” – ezt Roland Barthes

„információnak” nevezi –, vagy a Barthes terminológiájában „napihírnek” mondott (Barthes 1971, 173) „színes hír”, azt még korai volna megjósolni.

**Felhasznált irodalom:**

- Andok Mónika 2004: *A hír mint szövegtípus konstruálódása a társadalmi kommunikációban*. (kéziratban). Pécs–Budapest.
- Barthes, Roland 1971: A napihír struktúrája. In: Hankiss Elemér (szerk.) *Strukturalizmus*. I. kötet. Európa Könyvkiadó, Budapest, pp. 173–184.
- Bibó István: A kelet-európai kisállamok nyomorúsága. In: *Válogatott tanulmányok*. II. kötet. Magvető Könyvkiadó, Budapest.
- Halberstam, David 1988: *Mert övék a hatalom*. I. kötet. Európa Könyvkiadó, Budapest.
- International Herald Tribune, 2007. január 17.
- Kossuth Hírlapja, 1848. október 19.
- Mikszáth Kálmán: 1914 *A saját ábrázatomról*. I. kötet. Révai testvérek Irodalmi Intézet Részvénytársaság, Budapest.
- O’ Sullivan, Tim–Dutton, Brian–Rayner, Philip 2002: *Médiaismeret*. Korona Kiadó, Budapest.
- The Economist, 2005. október 29.
- [http://www.harpercollins.ca/global\\_scripts/product\\_catalog/book\\_xml.asp?isbn=0060...2007.02.05](http://www.harpercollins.ca/global_scripts/product_catalog/book_xml.asp?isbn=0060...2007.02.05).

## A HÍRADÓ MINT IFJÚSÁGI MŰSOR<sup>1</sup>

### 1. A kutatás módszertana és céljai

A kutatás során 10 fókusz csoportos felvétel készült, ezek többsége 11–12-ik osztályos középiskolás korú fiatalok körében, kisebb része pedig 8–9-ik osztályosok körében. A fókusz csoportos beszélgetések 8–10 fiatal részvételével zajlottak, az alábbi témákban:

- Médiahasználati szokások, a médiahasználat mikro-környezete, a szülői felügyelet és kontroll jellemzői a gyerekek szemszögéből.
- Média és reklám: reflexió és értelmezés, a reklámok befolyásoló képessége, a fogyasztás értékrendje és a média.
- Média és értéktudat: milyen világot és valóság észlelést közvetít a média, mit vesznek át mindebből a gyerekek. Példaképek, forrásuk, média által közvetített életvezetési értékek.
- Média és erőszak: az erőszak értelmezése és észlelése a vizsgált korosztályokban, a hírműsorok értelmezése, erőszak a hírekben.

### 2. Média és a valóság reprezentációja<sup>2</sup>

A bennünket körülvevő világról kialakított kognitív reprezentációk és értékítéletek egyik legfontosabb forrása a média – hiszen kevés dolgot van módunkban saját, személyes tapasztalataink segítségével megismerni. E plauzibilisnek tűnő feltételezés igazolását számos, főleg kvantitatív vizsgálat

---

<sup>1</sup> Az egri konferencián elhangzott *A híradó mint ifjúsági műsor* című előadásom több kutatás eredményei alapján egy speciális, a központi témához illeszkedő válogatás alapján készült.

Az eredmények elsősorban a *Média hatása a fiatalokra* című nemzetközi konferenciákhoz (1998, 2000, 2005) kapcsolható kvalitatív és kvantitatív kutatásokból, és kisebb részben ELTE hallgatók kutatászemináriumi dolgozataiból származnak. Az összefoglalóban egy konkrét kutatás néhány kiemelt részletét mutatom be. Ezt 2005 tavaszán az Országos Gyermekmentő Szolgálat és az ORTT megbízásából Fürész Gáborral közösen terveztük és hajtottuk végre.

<sup>2</sup> Az alábbi részletek a valóság reprezentációja és a hírműsorokról szóló fejezeteket tartalmazzák.



próbálta elvégezni. A fókusz csoportos felvételeken ez alkalommal, kvalitatív technikákkal próbáltunk rávilágítani a televízió közvetítette valóság és a világról alkotott személyes kogníciók közötti nagyfokú megfelelésre.

A csoportokon úgynevezett montázs technikát alkalmaztunk, melynek során arra kértük a résztvevőket, hogy *random* módon választott képek, fotók (azaz végső soron vizuálisan motivált, megkönnyített asszociációk) segítségével próbálják meg szimbolikusan jellemezni azt a világot, kort, amiben élünk (illetve azt az országot, jelen esetben Magyarországot, amelyben élnek). Ezt követően arra is megkértük őket, a médiában nap mint nap látott világot próbálják hasonló eszközökkel jellemezni.

A vizsgálat egyik fontos megállapítása, hogy e kettő jelentős mértékben összemósódik. Azaz a világról, vagy Magyarországról kialakított kognitív reprezentációk jelentős része egyértelműen olyan sztereotípiák, séma, amely média-forrásból származik. Sok fiatal nem is tesz igazán különbséget a „világ amilyenek Te látod” és a „világ, amilyenek a média mutatja” között. A világról adott asszociációs jellemzés (azaz „jellemezd azt a világot, amelyben élünk”) alapelemei az alábbiak:

- A világot a **folyamatos technikai fejlődés** jellemzi – ennek legfontosabb szimbóluma a fiatalok számára a gépkocsi, a motorizáció és a számítástechnika: szívesen hivatkoznak a gépkocsi reklámokra és a híres emberek által használt, elérhetetlen luxus járművekre.
- A világ alapállapota a „**folyamatos rohanás**”, a krónikus időhiány, illetve a verseny, a lemaradástól való félelem: a reklámok egyik fontos, a fiatalok által is egyértelműen beazonosított jelentés-síkja az „éneladásra” való felkészítés. Ugyanebbe a kategóriába sorolható a média által kultivált test-kultúra is (wellness, egészséges életmód stb.).
- A jelen kor másik alapjellemezője a **fogyasztás**, melynek szimbólumai a bevásárlóközpontok és a reklámok: a fogyasztás egyfelől életcél, másfelől társadalmi elvárás (képes-e valaki csatlakozni a fogyasztói társadalomhoz, vagy leszakad).
- A kor – fiatalok által adott – negyedik jellemzője az **erőszak**. A „világ erőszakos”, „agresszív”, „kegyetlen” – ennek egyik kifejeződési formája a bűnözés, de ide kötik a rendőri erőszakot is, vagy a különböző, televízióban látott mozgalmakat, tüntetéseket.
- Ugyancsak a kor alapjellemezője a **pénzközpontúság**, amely egyben a világ amorális jellegének a szimbóluma: „piszkos”, „erkölcstelen világ”, ami „csak a pénzről szól”.
- Jellemzi még a korszakot a résztvevők meglátása szerint a **konformizmus**, az egyformaság – mely véleményük szerint, összefüggésben

van a média által kultivált trendekkel – azaz a divatos életmód uralkodó formáival.

- Végül a kor alapjellemezője a **média-orientáció**: a média, mint igazodási pont, mint kiemelt értékközvetítő elfogadása.

A média közvetítette világot a felsoroltaktól nem különböztetik meg élesen: a „média világa” is erőszakos, fogyasztás- és pénz-központú, de sokszor mindennek az ellentéte, azaz „idillikus”, harmonikus is. A hírműsorok a fiatalok észlelése szerint az erőszakra és a politikáról szólnak – ez utóbbi ugyancsak a kor szimbóluma, mivel a harc, a verseny és a pénz a „lényege”.

Azt is vizsgáltuk, milyennek látják az országot, amiben élnek. Ahogy a fókusz szűkül, természetesen úgy nő a személyes tapasztalatok súlya a reprezentációkban. Ettől függetlenül itt is uralkodó szerepet játszanak a média által kultivált sémák. Az alábbi jellemző asszociációs dimenziók adódtak:

- Magyarország a nyugatot utánozza, „**amerikanizálódás**”, saját kultúra elhanyagolása.
- **Nagy társadalmi egyenlőtlenségek**, „sok a szegény és a nyugdíjas”, úgy érzik a gazdagságot sokat látni (a televízió miatt), míg a nyomort inkább elrejtik a média.
- Magyarország **leszakad, lemarad** – bár fejlődik, de nem éri utol a nyugatot.
- Sok a megoldatlan, megoldás nélkül hagyott probléma, **elhanyagolt ország**, piszok, a rend hiánya.
- **Fogyasztói társadalom** – multinacionális cégek, bevásárlóközpontok (többnyire pozitív szimbólum), modernizáció – másfelől egyformaság, tömeggyártás, „kötelező” trendek.
- **Politika** = értelmetlen, céltalan harc, veszekedés.
- „**Rohanó világ**”, időhiányos hétköznapiak.
- **Erőszak**, agresszív, egymáson átgázoló emberek, önzés, a szabályok megkerülése.
- „**Értékek**”: többnyire sport eredmények és természeti környezet.
- Pénz-központúság.
- **Média-központúság**: „nem elég jónak lenni valamiben, jól is kell kinézni”, „eladható külső”

A „média Magyarországot” is közel ilyennek látják, azzal a különbségtétellel, hogy a média középpontjában ma az ismert emberek, „sztárok” állnak, akik elsősorban a „pozitív” aspektusokat közvetítik. A média országa egyben azonban polarizáltabb, kontrasztosabb, mint a saját élményekkel kiegészített

kép. Az idill és a fogyasztás kultiválása mellett / szemben a politika és a bűnözés (de nem a szegényég és a nyomor!) reprezentációja áll.

Milyen a „médiá Magyarországa”, azaz milyennek mutatja a fiatalok véleménye szerint a televízió az országot:

- **Fogyasztás, reklámok:** idilli, konfliktusok nélküli világ, elvárás is a fogyasztás („a többség nem tudja megvenni azokat a drága autókat, mégis természetesnek mutatják be, mintha mindenkinek lenne”).
- **Hírműsorok világa:** politika, erőszak és bűnözés (többen azt is elmondják, hogy az „emberek nem érzik magukat biztonságban ahol élnek” és ebben a média világának is van szerepe). „A híradók az ország elmaradottságát mutatják be”. „A politikát egy komolytalan játéknak láttatják, aminek nincs is igazi tétje”. „A média meg is zavarja az embereket, sokszor nem tudják melyik információnak higgyenek”. „A külföldi árvizeket és szenvedést jobban bemutatják, mint a magyart”. „Afrikában nem tudom én kicsoda éhezik, de az, hogy pl. Magyarországon egy faluban esetleg valakik éheznek az nem fontos, mert arról nem kell tudni, csak a külföldről.”
- **Sztárok, ismert emberek vannak a média középpontjában:** „Azért, mert a televízió a sztárokról szól, tehát ugyanazok az emberek vannak nap mint nap a tévében. Ezt a képet meg azért választottam, mert szerintem egy hazug Magyarországot mutat be. Azt mutatja, hogy jobban élünk, mint ahogy valójában élünk. Tehát nem azt a réteget mutatja be, amiből több van Magyarországon. Inkább a felső tízezerből mutat többet, s egy szebb, jobb életet.”

### A világ, ahogy mi látjuk, és ahogy a média láttatja

A VILÁG	A VILÁG A MÉDIÁBAN
Technikai fejlődés	Idill, hamónia
Folyamatos rohanás, verseny	Politika, verseny, harc
Fogyasztás	Fogyasztás
Erőszak	Erőszak
Pénzközpontúság	Pénzközpontúság
Konformizmus	Sztárok, szerepmodellek
Média központúság	-

### 3. Hírműsorok és az erőszakos tartalom befogadása

A hírműsorok nem tartoznak a fiatalok által kedvelt, tudatosan követett műsorok kategóriájába. Ennek ellenére szinte minden fókusz csoportos résztvevő arról számolt be: rendszeresen látja (főként az esti) híreket. Igaz, a csoport egy (kisebb) része kifejezetten kerüli a híreket, másik része követi rendszeresen, de nem tudatosan, inkább spontán, véletlenszerűen (reggel, vagy este).

*„Elkapcsolom, sosem nézem. Szinte soha.”*

*„Naponta kétszer. Nem tudom, reggel felkelek, akkor bekapcsolom az RTL-t vagy a TV2-t, aztán este is mindig beleakadok.”*

*„Nem szoktam nézni, anyuék szokták nézni, akkor belekukucskálok.”*

*„Nálunk is család nézi, szülők, és ha ott vagyok, akkor nézem, ha nem vagyok ott, akkor nem.”*

A híreket a többség kereskedelmi adókon nézi. Jellemző az is, hogy a család többi tagjával együtt. A hírekben látottak megbeszélése is jellemző, de általában csak a kiemelkedő hírekről, botrányokról beszélgetnek, nem túl gyakori a „politizálás”.

*„Hogyha ilyen oktatással kapcsolatos, az biztos arról mindig beszélünk. Ezek régebben voltak, talán pár hónapja az új érettségivel kapcsolatos hírek, ilyesmi, erről beszéltünk. Mi volt még? Talán ennyi. Meg bármi más, ami ilyen kirívó, vagy felháborító, pont az a két éves gyereket megerőszkolt az apja, tehát ami tényleg olyan hír hogy Úristen, mindenkit megüt.”*

A híradóknál jobban kedvelik a fiatalok a bulvár magazinokat, pl. a Naplót.

*„Szívem szerint a Naplót vagy a Frei Dossziét. Azt azért, mert ott nem csak egy hírt közöl az emberrel, és elmondja hogy ez és ez történt, egy adott hírt tüzetesen átvizsgál és mélyen belemegy. Például a Napló azért jó, mert két szempontból világítja meg a dolgot és azután mondja azt, hogy dönts el te hogy szerinted ez helyes, vagy nem. Én ott szoktam állni, hogy úristen, most akkor mit mondjak. Nem tudnék szavazni nagyon sok kérdésben miután, megnéztem a Naplót és mindkét álláspontot elmondták. Ez ezért jó, meg tök részletes.”*

A hírek értelmezésében is dominál a szórakoztató, bulvár jelleg. Egy átlagos híradóból úgy tűnik, nagyobb valószínűséggel emlékeznek a bulvár jellegű hírekre, azokat érdekesebbnek ítélik. A klasszikus belpolitikai híreket

(azaz a „politikát”) kerülnek, vagy sztereotípiák mentén szűrik („pártok sárdobálása” stb.).

A fókusz csoportos beszélgetésen megtekintett, véletlenszerűen kiválasztott híradóból egy árvízre vonatkozó és egy szokatlan balesetet taglaló hír ragadta meg a résztvevők figyelmét.

*„A német turistás hír (amelyben valaki kiesett egy szálloda erkélyéről) ragadt meg a legjobban, mert az mondjuk egy kicsit viccesnek fogható fel, azonkívül hogy mondjuk az ő számára meg a rokonai számára talán szerencsétlen eset volt, de külső szemlélőként kicsit vicces. Végül is le volt védve korláttal, illetve be volt zárva az ablak és mégis ki tudta törni az ablakot és ki tudott esni.”*

*„Szerintem nem ez a vicces. Ez a legérdekesebb hír szerintem is, de nem ezért, hanem azért hogy annak ellenére, hogy bukóablak volt, ami le volt zárva, tehát nem fér ki egy ember rajta, volt három korlát, és ennek ellenére kiszakította a korlátokat és kiesett. Na most egy ember ezt erő nélkül nem tudja megcsinálni. Hogyha ő öngyilkos akart volna lenni, akkor azt nyilván nem az ötödik emeletről teszi meg, hanem egy ház tetejéről, egy tizedikről, mert akkor biztosra megy. Ezt logikusnak gondolom.”*

*„Az árvizes meg a kizuhanásos (volt a leginkább megragadó hír). Az azért érdekes, mert nem ilyen átlagos hír volt, nem pártok közti viszályok.”*

A hírműsorok is képesek az előző fejezetben elemzett média – értékrend önkéntelen kultiválására:

*„M: Még ezzel kapcsolatos vélemények?*

*V1: Lemaradtam a ma esti híradóról.*

*V2: Egyébként ügyesen csinálja a Szász Károly, és ezért tisztelem. Olyan, mint a Kulcsár. Nyolc általánossal a Kereskedelmi és Hitelbanknál mit tudom én hány milliárdot sikkasztott.*

*V1: Mondjuk az a Kulcsár az....*

*V2: De nyolc általánossal!*

*V1: Szegénynek részesedése van bankban, meg diszkóban.”*

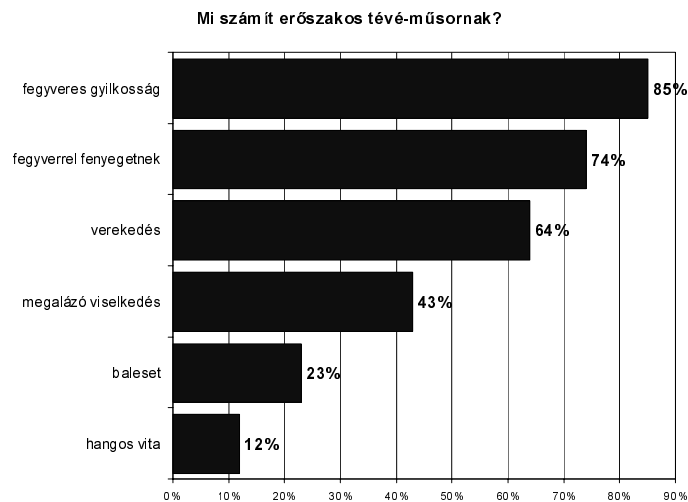
A hírműsorokkal szemben konkrét elvárásokkal rendelkeznek a fiatal nézők, egy híradóval szemben elvárják a direkt kommentárok hiányát (tulajdonképpen pártatlanság: „ne mondjon véleményt, csak történet”), az izgalmas jelleget („a nézőt készítse állásfoglalásra”), a objektivitást („járják

körbe az esemény minden oldalát – minden szereplőt szólaltassanak meg röviden”, „ne éljen feltételezésekkel”), a tömörséget.

A hírműsorok esetében teljesen természetesnek tartják, hogy erőszakos jelenetek szerepelnek bennük, „hiszen a világ is erőszakos”. Az erőszak és a szenvedés befogadásában, mint azt a balesetre vonatkozó hír értelmezésében láttuk, jellemző a távolságtartás, akár az áldozatok kinevetése formájában. A televízió elveszi az erőszakos események rendkívüliségét, csak egészen ritka, botrányos, vagy katasztrófa jellegű eseményeknél vált ki mélyebb értelmezést a felületes sztereotípiáknál.

A fiatalok egyébként nem érzik úgy, hogy túl sok, vagy elviselhetetlen mértékű erőszak lenne a tévében. A legtöbb erőszak szerintük a híradókban, az esti filmekben, a rajzfilmekben van. Az erőszakot elsősorban a fizikai bántalmazás formájában értelmezik (pl. két ember verekszik). Elutasítják a jelentés nélküli erőszakot (erőszak az erőszakért), de ez az elutasítás inkább felszínes, illetve a társadalmi elvárásoknak való megfelelésből fakad.

Az idősebbek valamivel erőszakosabbnak látják a médiát. Nemcsak a filmekben látnak erőszakot és az erőszak értelmezése is differenciáltabb: a durva testi erőszak mellett megjelenik a „lelki terror”. Ennek ellenére nem tartják ártalmasnak a televíziós erőszakot annak nézőire.



A kutatáshoz csatlakozott egy nagymintás *survey* is. Következtetéseinket természetesen a kvalitatív és a kvantitatív eredmények együttes elemzése alapján vontuk le. A közeljövőben fogjuk publikálni részletes eredményeinket. Előzetesként mutatjuk be a fenti ábrát, ami az „erőszak ingerküszöb” felfelé tolódását ábrázolja.

## A szerzőkről

**Aczél Petra** Ph. D. (1971) nyelvész, főiskolai docens (EKF, PPKE), a Magyar Kommunikációtudományi Társaság, a Magyar Szemiotikai Társaság, a Retorikai Műhely és a Stíluskutató Csoport tagja. Fő kutatási területe: klasszikus és modern retorika, érvelési elméletek és modellek, meggyőző és manipulatív kommunikáció elmélete és gyakorlata, a tervezett kommunikáció befolyásoló jelenségei. Legutóbbi publikációi közül: *A befolyásolás eszközei és folyamatai a tervezett kommunikációban* (2007) *Winning with Words. An Argumentative and Rhetoric Approach to Persuasion in Mass Communication* (2006), *Retorika* (2005) (Adamik Tamással és Jászó Annával).

**Andok Mónika** Ph. D. (1972) kommunikációkutató, főiskolai docens (VJKTF) a Magyar Kommunikációtudományi Társaság és a Magyar Szemiotikai Társaság tagja. Főbb kutatási területei: a médiaműfajok szövegtipológiai kutatása, műfaj történet, társadalmi kommunikáció. Legutóbbi tanulmányai: *A hírek mint kulturális szimbólumok* (2006), *A bulvár-talid hírek a magyar sajtóban 1780-tól* (2005), *A hír mint szövegtípus* (2003).

**Bernáth László** (1930) Újságíró, kritikus. 14 évesen deportálják, erről szól *Időmozaik* című regénye. Az Eötvös Egyetem Újságíró tanszékén végző, 1957-től az Esti Hírlap gyakornoka, majd munkatársa, később rovatvezetője, majd 1989 után főszerkesztő-helyettese, 1996-ban, rövid ideig főszerkesztő. 1975-től tanít különböző újságírást oktató intézményekben. A Kaposvári Egyetemen címzetes főiskola tanára.

**Buzinkay Géza** Ph. D. (1941) történész, főiskolai tanár (EKF). Főbb kutatási területei: sajtó- és médiatörténet, Budapest története 1850–1918. Fontosabb publikációi: *Borsszem Jankó és társai. Magyar élclapok és karikatúráik a XIX. század második felében.* (1983) *A magyar sajtó története I.* (2005 Kókay Györggyel), *Die ungarische politische Presse. Die Habsburgermonarchie 1848–1918. Bd. VIII.* (2006)

**László Miklós** Ph. D. (1955), Eredetileg mérnök. Az ELTE TÁTK Társadalomkutatások Módszertana Tanszékén oktat. Fő kutatási területe: a média és a gyerekek, fiatalok kapcsolata.

**Martin József** (1944) közgazdász diplomával 1967 óta újságíró (Magyar Nemzet, Magyar Hírlap, Vasárnapi Hírek); 1998 óta az egri Eszterházy Károly Főiskola tanszékvezetője, 2005 óta főiskolai tanár.

**Nemesi Attila László** (1975) nyelvész, a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Kommunikáció Intézetének oktatója, a Szegedi Tudományegyetem óraadó tanára. Fő kutatási területe a pragmatika: disszertációját az alakzatok (metafora, túlzás, ironia stb.) pragmatikai szerepéről és elméleti megközelítéseiről írta. Néhány fontosabb tanulmánya: Benyomáskeltési stratégiák a társalgásban. *Magyar Nyelv* (2000), Udvariaság és racionalitás a nyelvhasználatban. In: Ivaskó Livia (szerk.): *A kommunikáció útjai* (2004), Szó szerinti jelentés, konvencionális jelentés, vezérlőjelentés. *Világosság* (2006)

**Pach Ferenc** hírigazgató, Magyar Távirati Iroda. A budapesti közgazdaságtudományi egyetemen szerzett diplomát 1978-ban, és azóta az MTI-nél dolgozik. Számos nemzetközi eseményről számolt be a hazai sajtóban, s két alkalommal volt a hírügynökség állandó tudósítója, előbb Berlinben (1985–88), majd Bonnban (1994–98). 1999 óta az MTI hírigazgatója. Feladata az aktuális hír- és fotókiadással foglalkozó szerkesztőségek (belpolitika, külpolitika, gazdaság, sport, panoráma, angol nyelvű adás, multimédia) munkájának folyamatos figyelemmel kísérése, koordinálása, operatív irányítása.

**Plauschin András:** (1975) a Pázmány Péter Katolikus Egyetem szociológia, történelem szakán szerzett diplomát 2001-ben. Jelenleg az Országos Rádió és Televízió Testület tudományos munkatársa. 2002 óta rendszeresen publikál a *Jel-Kép* című folyóiratban.

**Tolcsvai Nagy Gábor** DSc. (1953). Az ELTE magyar–angol szakát végezte. 1978-tól az MTA Nyelvtudományi Intézetének, 1985-től az ELTE Mai Magyar Nyelvi Tanszékének munkatársa, az MTA doktora (2000), egyetemi tanár (2004), 2006 óta a Károli Gáspár Egyetem tanszékvezető professzora. 1996 és 2000 között a Helsinki Egyetem professzora volt. Fő kutatási területe a szövegtan, a stilisztika, a jelentés-tan, a nyelvi tervezés és a magyar nyelv művelődéstörténete, a funkcionális kognitív nyelvészet. Tanácskozási jogú tagja az MTA I. osztályának, tagja az MTA Nyelvtudományi és Magyar Nyelvi Bizottságának. 10 önálló, 2 társszerzős könyve, 160 tanulmánya jelent meg, 6 kötetet szerkesztett.



**Zsolt Péter** (1965) szociológus; a Miskolci Egyetem Szociológia Tanszékén, Szegedi Egyetem Kommunikációs Tanszékén, valamint a Zsigmond Király Főiskolán oktat, de tanított több más egyetemen és főiskolán is, pl. több éven keresztül az egri Politikai Főiskolán a „Média és politika” tárgyat. Főbb művei: *Divatszociológia* (Pro Die 2007), *Médiaháromszög* (EU-Synergon 2002), *Tömegkommunikációs elméletek* (EU-Synergon 2002), *Médiaetika* (EU-Synergon 2001) A Méltányosság Politikaelemző Központ társelnöke.

## Tartalom

<b>Előszó</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>A hírkutatás újratematizálása</b>	
Tolcsvai Nagy Gábor: Történetelbeszélés és nézőpont a hírközlés szertartásában . . . . .	7
Andok Mónika: A hírek megközelítései a rituális modell alapján . . . . .	15
<b>Hírtörténet</b>	
Buzinkay Géza: A szemafortól az MTI-ig. A sajtóhírszolgálat megszületése és a magyar hírlapok . . . . .	22
<b>A hírérték fogalma</b>	
Aczél Petra: A hír mint értékrend reprezentáció . . . . .	32
Zsolt Péter: A hír és a hírérték viszonya. A 2006. április 13-i nap írott sajtójának elemzése . . . . .	44
<b>A jelentés a hírekben</b>	
Nemesi Attila László: A hírszövegek jelentéskategóriákon alapuló elemzése . . . . .	49
Plauschin András: Az országos műsorszolgáltatók hírműsorainak tartalmi jellemzői . . . . .	58
<b>A hírkészítés folyamata</b>	
Pach Ferenc: A hírek születése . . . . .	72
Bernáth László: A lét mozgásai, az információ eredete és hírré válásának feltételei . . . . .	76
<b>A hírek hatásai</b>	
Martin József: Hírtípusok hatásmechanizmusai és metamorfózisai . . . . .	79
László Miklós: A híradó mint ifjúsági műsor . . . . .	86
<b>A szerzőkről</b> . . . . .	<b>93</b>