

ACTA  
ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS  
NOVA SERIES TOM. XXIX.

**SECTIO SCIENTIARIUM  
ECONOMICARUM ET SOCIALIUM**

REDIGIT  
H. VARGA GYULA

EGER, 2002

**ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA  
TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEI  
ÚJ SOROZAT XXIX. KÖTET**

**A KOMMUNIKÁCIÓ:  
ELMÉLET ÉS GYAKORLAT**

Tudományos konferencia  
Eszterházy Károly Főiskola  
Eger, 2002. április 26–27.

SZERKESZTI  
H. VARGA GYULA

EGER, 2002

**ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA  
TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEI  
ÚJ SOROZAT XXIX. KÖTET**

**A KOMMUNIKÁCIÓ:  
ELMÉLET ÉS GYAKORLAT**

Tudományos konferencia  
Eszterházy Károly Főiskola  
Eger, 2002. április 26–27.

SZERKESZTI  
H. VARGA GYULA

EGER, 2002

Lektorálta: Róka Jolán

ISSN 1587-9496



A kiadásér felelős:  
Az Eszterházy Károly Főiskola rektora  
Megjelent: az EKF Líceum Kiadó műszaki gondozásában  
Igazgató: Rimán János  
Műszaki szerkesztő: Nagy Sándorné  
Megjelent: 2003. március  
Példányszám: 100  
Készült: ALPES Nyomdaipari Közkereseti Társaság, Miskolc  
Ügyvezető: Dudás József

## Tartalom

Előszó.....	5
KOMMUNIKÁCIÓELMÉLET ÉS MÉDIAKUTATÁS .....	7
Buda Béla: Percepció, empátia, tervezés a kommunikációban .....	9
Pólya Tamás: A szándéktulajdonítás elméletéről.....	19
Schleicher Nóra: Kommunikációs stratégiák a munkahelyi alkalmazkodásban Másképp beszélnek-e a nők és a férfiak? .....	28
Terestyéni Tamás: Az új információs-kommunikációs technikákkal kapcsolatos dilemmák .....	40
Tóth Péter: A média az evolúciós magatartástudományok nézőpontjából .....	51
Fehér Katalin: A virtuális valóság szemlélete a teóriától a gyakorlatig és vissza ...	70
Széchenyi Ágnes: Monológok dialógusa.....	78
Loboczky János: Gadamer hermeneutikája mint a „szót értés” elmélete .....	88
Andok Mónika: News net – hírgyűjtési háló: Tuchman elmélete és a mai magyarországi gyakorlat .....	95
Martin József: A médium mint jelkép .....	104
Barna Béla: Térképek a magyar sajtóban .....	111
Juhász Judit: Szólhatunk-e a szeretet nyelvében...? .....	123
Herzog Csilla: A Magyar Katolikus Rádió története .....	130
Kerekes Sándor: A Kölcsey Stúdió története .....	139
Zsolt Péter: A 2002-es választások újságíró-etikai problémái.....	146
Boros Boglárka: A választási plakátok kommunikációja a 2002-es országgyűlési választásokon .....	153
A KOMMUNIKÁCIÓ OKTATÁSÁNAK MÓDSZERTANI KÉRDÉSEI.....	159
Horányi Özséb: Jegyzetek a felsőfokú újságíróképzés két hagyományáról ....	161
Földes Anna: Műhelymunka az újságíró-oktatásban .....	168
Bernáth László: Sajtóelmélet és műfajismeret .....	176
Buzinkay Géza: Mi a médiatörténet és oktatásának mi a haszna? .....	181
Vitéz Ferenc: A klasszikus szépíró-publicisták örökségének szerepe az újságírás gyakorlati oktatásában .....	186

Mankó Mária: Kommunikáció szakos hallgatók képzése a Berzsenyi Dániel Főiskolán.....	192
Endrődiné Bató Éva – Vörösné Keszler Erzsébet: Kommunikáció oktatása a BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Karán.....	200
Spannraft Marcellina: Rövid áttekintés a Károly Gáspár Református Egyetemen folyó kommunikációoktatásról.....	204
H. Varga Gyula: Modul rendszerű kommunikáció szakos oktatás az egri főiskolán.....	210
Forgács Attila, Barlai Róbert, Fodor László, Kulikné Láng Zsuzsanna, Jachimovitsné Kapitány Magda: Kommunikációs tréning tapasztalatai a Külkereskedelmi Főiskolán.....	216
Pilling János, Sándor Imola: Kommunikációoktatás az orvosképzésben.....	224
Forgó Sándor: Kommunikációképzés az informatikus könyvtáros szakon.....	231
PUBLIC RELATIONS.....	239
Sibelka György: A kapcsolati marketing és a lobbizás.....	241
Herendy Csilla: A települési önkormányzatok kommunikációs (Public Relations) tevékenységéről.....	246
Hekeli Sándor: A helyi média és a vállalati marketing PR-kapcsolata.....	252
Viszlay Anita: A belső PR szerepe a szervezeti arculatformálásban.....	256
Utószó.....	261

## Előszó

Napjainkban a kommunikáció divatjelenséggé vált, s divatszó lett a *kommunikáció*. Ebből fakad értelmezésének, a megnevezés jelentésének a kiszélesedése is. Bár a kommunikáció témakörébe sorolható kiadványok az elmúlt évtizedben polcokat töltenek meg a könyvtárakban, mégis úgy tűnik, az elméleti kutatások, tanulmányok szerényen képviselik magukat. Fordításokon kívül inkább összefoglalásokat, szintéziseket olvashatunk magyar nyelven. Az elméleti kutatásokon érződik, hogy a szerzők igyekeznek erőteljesen integrálni a különböző társadalomtudományi szakterületek eredményeit (pszichológia, szociológia, szociálpszichológia, nyelvtudomány, retorika, szemiotika, pragmatika stb.). A kommunikáció gyakorlati alkalmazását bemutató kiadványok, kurzusok között találunk kommunikációs tréningeket, retorikai gyakorlatokat, nyelvhasználati (nyelvhelyességi, helyesírási, fogalmazási) feladatokat stb. Ez nem föltétlenül hibázható. Két jelenségre azonban felhívja a figyelmet. Egyfelől arra, hogy a *kommunikációtudomány* vagy *-tan* kialakulóban lévő integratív tudományterület. Ma még talán sok benne a „vendégelem”, de megvan az elméleti kohézió, amely segíti a kiforrását. A másik: a rendkívüli differenciáltság, melyben körvonalazódni látszik bizonyos részterületek elhatárolódása. Ezt jelzik az olyan megnevezések, mint a személyközi, társadalmi, kultúráközi, továbbá az intézményi, üzleti, politikai, pedagógiai stb. kommunikáció. E címkézett területek többnyire a kommunikáció gyakorlati alkalmazásának függvényében alakultak-alakulnak, olykor egymást is átfedik, de mintha strukturálni kívánnák a kommunikáció elméleti és alkalmazott területeinek térképét.

Felvetődik a kérdés: vajon a kommunikáció elvont teória, a világ egy jelenségcsoportjának intellektuális feldolgozása? Vagy épp ellenkezőleg: a kommunikáció maga a praktikus cselekvés, az emberek, a közösségek és kultúrák létének, működésének a bonyolult, sokrétű eszközrendszere? És/vagy eredménye? A média (és kutatása) a kommunikáción belül vagy kívül helyezkedik el?

Ilyen és hasonló gondolatok érlelték meg annak a konferenciának a tervét, amelynek előadásait tartalmazza e kötet. A kétnapos tanácskozás négy

szekciójának anyagát három fejezetbe gyűjtve találja az olvasó. A *Kommunikációelmélet és médiakutatás* címszó alatt olyan tanulmányok is szerepelnek, amelyeknek egyik vagy másik témakörbe sorolása meglehetősen önkényes lett volna. Sőt, itt olyan írások is helyet kaptak, amelyek lazán vagy alig kötődnek a két összefonódó témakörhöz.

Ettől markánsan elhatárolódik a másik két fejezet. Ahol kommunikációról esik szó, megkerülhetetlen az oktatásának a kérdése. Valljuk be: manapság kommunikációt oktatni is divat, sőt, ne tagadjuk: üzlet is. Tanulmánygyűjteményünk második fejezete a *kommunikációoktatás* módszertani kérdéseivel, lehetőségeivel, nehézségeivel foglalkozik. Az itt olvasható tanulmányok egy része az újságíróképzés elvi-módszertani vagy éppen részkérdéseivel foglalkozik. Jó áttekintést kaphat az olvasó a magyarországi kommunikáció szakos képzés elveiről, tantervi koncepcióiról. Végül bepillantást nyerhetünk abba is, hogy a kommunikációs ismeretek oktatása hogyan épül be más tárgyak szerkezetébe a nem kommunikáció szakos oktatásban.

Kötetünket egy nagyon fontos, ám itt szerényen képviselt fejezet zárja: a *public relations*. Úgy tűnik, a PR-t ma elsősorban csinálják, másodsorban oktatják, de csak harmadsorban publikálják.

Végezetül szeretnék köszönetet mondani mindazoknak, akik a konferencia megrendezéséhez és e kötet megjelenéséhez hozzájárultak. Feltétlenül köszönet illeti az Eszterházy Károly Főiskola vezetését az erkölcsi, szervezési és anyagi támogatásért, a szervezés szakmai és technikai megvalósításáért a Kommunikáció Tanszék munkatársait. A kötet szakmai lektorálását dr. Róka Jolán vállalta. Felelősségteljes, lelkiismeretes munkája emeli kiadványunk értékét.

Eger, 2002. december

A szerkesztő



**KOMMUNIKÁCIÓELMÉLET  
ÉS MÉDIAKUTATÁS**



## Percepció, empátia, tervezés a kommunikációban

A kommunikáció kutatása és alkalmazása ma sajátos helyzetben van és sajátos fejlődést mutat. Egyrészt a *jelenség*, a *modell*, a *paradigma* inspiratív és lelkesítő, a legkülönbözőbb kommunikációs folyamatokban megvilágító és heurisztikus értékű, és általában alkalmazásra serkent. Az *alkalmazás* átértelmezést, fejlesztést jelent. Így pl. az újságírásban, a médiában általában, a munkaszervezetek terén, a kommunikáló munkakörök, szerepek vonatkozásában. Másrészt azonban kialakult és egyre tágul és bővül a *kommunikáció interdiszciplináris elmélete*<sup>1</sup>, amely részben táplálkozik a kommunikációs alkalmazás tapasztalataiból, részben – talán nagyobb részben – visszahat arra, új összefüggéseket tár fel, új távlatokat jelent.

Nálunk elsősorban az alkalmazás indult fejlődésnek, és a legkülönbözőbb területeken érzik úgy az ott huzamosabb ideje működő szakemberek, hogy tapasztalataikat a kommunikáció kategóriáiban fejezhetik ki és oktathatják. Így ma a kommunikáció fejlesztése, ill. tanítása szinte robbanásszerűen fejlődő „iparág”, amelyet óriási társadalmi érdeklődés kísér; részben nagy az igény a felhasználásra a különböző szervezetekben a kommunikáció szinterein, részben sok a jelentkező a tanfolyamokra, posztgraduális és főiskolai, ill. egyetemi képzésekre. Úgy tűnik, mind az alkalmazásban, mind az oktatásban egyfajta pragmatizmus érvényesül, és nálunk az elmélet nem igazán ismert. Talán ezért lehetséges, hogy az alkalmazási és oktatási gyakorlat sokszor sekélyesnek, tautológiának (az adott alkalmazási és szokott elméleti szintjén maradónak, azt csupán újrafogalmazónak) vagy ateoretikusnak látszhat.

Talán érdemes ezért megpróbálkozni a kommunikációelmélet szempontjából annak kifejtésével, hogy miben is definiálhatjuk ma az alkalmazás lényegét a kommunikációban, és ebből következően mi az, amit korszerűen,

---

<sup>1</sup> A témakör legjobb összefoglalása: *Em Griffin: A First Look At Communication Theory*. 2000. (fourth ed.), McGraw-Hill, Boston, magyarul: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. 2001. Harmat, Budapest; egy korai összefoglalási kísérlet, amely jól tükrözi a kommunikáció alapvető modelljeinek fontosságát és ösztönző hatását: *Klaus Merten: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse*, 1977. Wesdeutscher Verlag, Opladen.

magas szinten oktatni kellene, ill. mi annak a kommunikációelméleti magva, szakszerűsége.<sup>2</sup>

A válasz e kérdésre – a legáltalánosabb sűrítésben – az, hogy az alkalmazás a kommunikációs tér, helyzet, rendszer helyes érzékelése, percepciója, ennek elemző feldolgozása, a személyközi, közvetlen kommunikációs vetületben a percepció mélyebb (beleélő, érzelmileg megérintő formája az **empátia**, és ezeken – a percepción és az empátián át – a kommunikáció tervezése, amely általában a kommunikáció jobb, hatékonyabb végrehajtását is jelenti, hiszen magában foglalja az összefüggések vizsgálatát, a kommunikáció tudatos lebonyolítását, és ezzel együtt kontrollját (monitorizálását és evaluációjának lehetőségét) is. A kommunikáció fejlesztésében a célokat *képességek* vagy *készségek* kategóriáiban, esetleg funkciók szerint vagy alkalmazási terek fő feladataiban jelölik meg. A viszonyokat vázlatosan mutatja az 1. sz. melléklet.

*1. sz. melléklet: A kommunikáció fejlesztésének célterületei*

- a kommunikáció mint „skill”, mint sajátos képesség<sup>3</sup>
- a „jó” kommunikáció – a hatékonyság kérdése és ennek lélektani értelmezése – befolyásolás, kontroll, helyzetdefiníció, normaszabás, „impression management”, időökönómia, sikeres társadalmi cselekvés, „esztétikum” stb.
- a kommunikáció fejlesztése mint „skill training” – tudatosság versus spontaneitás, „monitoring” és evaluáció;
- kommunikációs rendszerek fejlesztése, párkapcsolati és családi kommunikációs fejlesztés, szervezetfejlesztés, kommunikációs auditálás<sup>4</sup>, kommunikációs rendszerek tervezése;
- a hagyományos kommunikációs képzés három vetülete – percepció, empátia, tervezés (taktika és stratégia, ill. tudatos érdekeltség és kontroll).

Az alkalmazás, fejlesztés viszonylagos leegyszerűsítő vagy konkretisztikus értelmezése abból is eredhet, hogy egyelőre csak nagy általánosságban létezik *elméleti kép a kommunikációról* (pl. az ismert *Shannon-Weaver-féle*

---

<sup>2</sup> A kommunikációs fejlesztés és alkalmazás elméleti alapjainak egyik, talán a legjobb összefoglalási kísérlete: *O. D. W. Hargie* (ed.): *The Handbook of Communication Skills*. 1997. (sec.ed.), Routledge, London, New York.

<sup>3</sup> A behaviorista irányzat hagyományát tükröző „skill” értelmezés jó összefoglalása: *O. Hargie, C. Saunders, D. Dickson*: *Social Skills in Interpersonal Communication*, 1994. (third ed.), Routledge, London, New York.

<sup>4</sup> *O. Hargie, D. Tourish* (eds.): *Handbook of Communication Audits for Organisations*, 2000. Routledge, London, New York.

modell, vagy éppen az általános lélektan valamely – általában individuális, tehát a személyiség(ek)re összpontosító – modellje), ha ennél részletesebb vagy kiterjesztettebb a kép, akkor olyan összetett modellekre van szükség, amely már különböző tudományterületek koncepcióira, terminusaira utal, ezeket mintegy implikálja.<sup>5</sup> A klinikumban pl. olyan modellek terjedtek el, amelyek – Bateson nyomán – a nemverbális kommunikáció szerepét (ebben metakommunikatív hatáselemeit) emelik ki, továbbá a *jelentés* kontextuális természetét (és ebben nagyon sok olyan összefüggést vonnak be az értelmezésbe, amellyel a pszicho- és szociolingvisztika, vagy a viselkedés olyan általános társadalomlélektani szemléletmódjai vizsgálnak, mint az etogenia vagy az etnometodológia).<sup>6</sup> Ezek a modellek sajátos „emberképet” rajzolnak körül (Gadamer ún. „új antropológiájának” értelmezését átvéve: sajátos „szakantropológiát” sugallnak – pl. a nemverbális és a kontextuális kapcsolatok révén az emberek sokrétű és igen intenzív összekapcsoltságát), amely sok szempontból más, mint a kommunikációval foglalkozó diszciplínák emberképe.<sup>7</sup> Ezek a klinikai kommunikációs modellek, csakúgy, mint a meggyőzés és befolyásolás, a társadalmi és politikai (vagy akár az üzleti) marketing stb. modelljei a társaslélektan, a nyelvészet és az ún. kognitív tudományok ismereteire épülnek, magukban foglalják a pragmatikát, és sok olyan tudományos tételre és szemléletmódra utalnak, amelyek még a keletkezésük alapdiszciplínájában sem mindig standard vagy tankönyvi ismeretanyagok.<sup>8</sup> Néhány ilyen vonatkozást említ a 2. sz. melléklet.

2. sz. melléklet: Az emberi kommunikáció mátrixai

- az individuális megközelítés túlzott egyszerűsítése – emiatt nincs jó kommunikációs modell –, általános lélektani modellek (pl. S-R, S-O-R, T-O-O-E stb. vonatkoztatása

---

<sup>5</sup> A kérdést tárgyalja: Klaus Merten: op.cit.

<sup>6</sup> Itt elsősorban az Erickson-féle irányzatra és a neurolingvisztikus programozásra (NLP) gondolunk, ill. az etogeniát érintően Rom Harré, az etnometodológia vonatkozásában Harold Gafinkel iskoláira.

<sup>7</sup> Erre példa lehet: W. Nöth (ed.): *Origins of Semiosis. Sign Evolution in Nature and Culture.* 1994. Mouton-dex Gruyter, Berlin, New York; A. Lock, C.R. Peters (eds.): *Handbook of Human Symbolic Evolution.* 1999. Blackwell, Oxford.

<sup>8</sup> Például: A. Reboul, J. Moeschler: *A társalgás cselei.* Bevezetés a pragmatikába. 2000. Osiris, Budapest; Szabó Márton (szerk.): *Beszélő politika. A diszkurzív politikatudomány teoretikus környezete.* 2000. Jászöveg, Budapest.

- az összetett modellek implikatív természete – pl. folyamatmodellek (szabályozási modellek), „többszintű” modellek (nemverbális csatornák), többszintű modellek (Bateson, Schulz von Thun stb.)<sup>9</sup>
- a kommunikációelméletek sajátos „antropológiája” – Gadamer nyomán, a nemverbális „összekapcsoltság” sajátos paradoxona és etológiai értelmezése
- jelentésgenezis – deixis, metafora, szimbólum – kognitív kategóriák (beszéd), a kulturális szignálok és a szituációk „feltalálása”<sup>10</sup>
- a kontextualitás az emberi kommunikációban, a szabályok és jelentések vonatkoztatása (érvényesítése – pl. átmeneti rítusokban, szerepfelvételben, ill. kikapcsolódás kommunikatív erőterekből)<sup>11</sup>
- a megkettőzött világ – természeti és társas valóság, ill. ennek reprezentációja és ezen belül az én, mint „ágens” élménye<sup>12</sup>
- az érzelmi reakciók szintjei – öntudatlan „appraisal” és vegetatív reakció szintjétől a finom szignálfunkciókig, ill. az érzelmek belső „jelentésének” kereséséig<sup>13</sup>
- jelek és jelentések „készenléti rendszerei” és aktiválásuk

A táblázatban a *mátrix* kifejezés arra vonatkozik, hogy az említett megközelítésmódok, elemzési síkok mindegyike nagyon sok koncepciót, előfeltevést, eszmetörténeti háttérrel, módszertani (vagy ismeretelméleti) tényezősort rejt magában, tehát mintegy mátrixszerűen értelmezhető az elméletalkotásban. Mindezeknek részletes kifejtésére nincs mód, viszont ezeken alapulnak a percepciót, empátiát és tervezést, mint az alkalmazás, fejlesztés (esetleg oktatás, képzés) elméleti alapsíkját taglaló gondolataink.

A mátrix fontos része az, amit a szociálpszichológia ún. *interpretatív paradigmája* fejez ki, amely szerint a társadalmi interakciók alapja a *társas szituációk* jelentésének „beállítása”, kommunikatív kialakítása, és általában a kommunikáció és a viselkedés kontextusainak felhasználása. Az emberben a személyiség kognitív rendszere és a társas tér kontextualizáltsága a világ sajátos megkettőzöttségét” teszi lehetővé, és a jelentések síkján, a szociális reprezentációkban zajlik a cselekvés vezérlése. Erről az érzelmi reakciókkal,

---

<sup>9</sup> A modellek kitűnő felhasználása, explikálása: *F. Schulz von Thun: Miteinander Reden. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation.* 2001 (34. Auflage). Rowohlt, Reinbek bei Hamburg.

<sup>10</sup> Itt Lakoff és Johnson elméleteire, ill. a 7. és 8. lábjegyzetben említettekre utalunk.

<sup>11</sup> Pl. Raboul, Moeschler: op.cit. ill. a 6. lábjegyzetben említettek.

<sup>12</sup> A kognitív lélektan ismeretei vonatkoznak ide.

<sup>13</sup> Pl. W. Ickes (ed.): *Empathic Accuracy.* 1997. The Guilford Press, New York, London.

ill. a belső jelentésszerveződés folyamatával kapcsolatos kutatások szolgáltatnak sok új ismeretet.

A kontextusok kognitív feldolgozásán át a személyiségben a társas térről kialakult belső képeken zajlik a kommunikációs helyzetek percepciója, értékelése és a (szinte mindig elsődlegesen, de legalább nagyobb részben kommunikatív) társadalmi cselekvés előkészítése. Ez az a terület, ahol a percepció tudatosságát, ellenőrzési lépéseit, valóság-hű működését lehet konceptualizálni. A szabályszerűségek itt is jól ismertek az általános, kognitív, ill. társadalomlélektani irodalomban. A főbb tényezőket és összefüggéseket a 3. sz. melléklet tartalmazza.

### 3. sz. melléklet: A percepció a kommunikációban

- a másik (a kommunikációs partner) percepciójának fejlődése a személyiségfejlődés során, a gyermeki attribúcióktól az egyenrangú kapcsolatokig – vegetatív reakciók, félelmek (pl. szankciók), megerősítési szükségletek stb.
- a viselkedés (a szociális kommunikáció) normáinak kérdése
- a szerepek és mögöttes „jogosultságaik” (státusok, szituatív szabályok stb.), a komplementaritások és szerepkészletek
- mentalizáció és öndefiníció a kommunikációban és ennek perceptív szintjei
- egyezkedés, szabályozás, konfliktus a szerepviselkedésben
- perceptív szűrők, torzítások, képességek (tapasztalat, rutin)
- önpercepció a kommunikációban – a kommunikáció szükségletorientált, ill. célkövető spontaneitása
- a perceptív tudatosság a kommunikációban – a percepció kontrollja, exploratív tágítása és a válaszok halasztása – a megfelelőbb észlelés érdekében
- az önpercepció és fejlesztése, a visszajelzések percepciója, önmonitorizálás, decentráálás és kontextuális érzékenység – én(ön)prezentáció, „önfeltárás” (self-disclosure)
- a perceptív képességek és fejlesztésük – „mentalizációs” helyzetértelmező, szerepelemző, önellenőrzési stb. skillek.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> A gondolatmenet itt a szimbolikus interakcionizmusra, Erving Goffman elméleteire, ill. az én (a self) modern, interdiszciplináris felfogására utal, pl. *U. Neisser* (ed.): *The Perceived Self. Ecological and interpersonal sources of self-knowledge.* 1993, Cambridge Univ. Press, Cambridge; *U. Neisser, R. Fivush* (eds.): *The remembering self. Construction and accuracy in the self-narrative.* 1994. Cambridge Univ Press, Cambridge.

E fogalmat jól ismerjük az *érzékenyítő és kommunikációs tréningek* szakmai anyagaiból, általában ezeknek élményszerű megértésére, a tudatosság és a szociális percepcióban elérhető teljesítményszint, pontosság fejlesztésére és gyakoroltatására törekednek. A csoportos fejlesztési közeg az egyik forrása a javuló *önismeretnek* (közvetlen vagy áttételes visszajelzéseken át), a másik a viselkedés, a kommunikáció, ill. a társas szituáció *audiovizuális rögzítése és elemzése*.

Sok alkalmazási területben a *kontextuális érzékenység fokozása* elegendő a szükséges kommunikációs fejlesztéshez (pl. médiaszakemberek körében, reklám és marketing terén, információs rendszerek tervezésében és irányításában stb.)<sup>15</sup>, de a közvetlen emberi kommunikációval és különösen a segítség és a személyiségfejlesztéssel (nevelés, korrekció stb.) kapcsolatos alkalmazásokban már nem elég a konszenzuális jelzések, a szociális viselkedés percepciója, hanem szükséges a kommunikáló személyiség érzelmi állapotainak és motivációinak, esetleg indulati készlettségének megértése is. Ennek kifejezésére hiányoznak a verbális formulák, a személyiség ezeket rejteni is igyekszik, ilyenkor kell az *empátia*, amely egyfajta érzelmi rezonancia a másik ember nemverbális megnyilvánulásainak átélése nyomán.<sup>16</sup> Ilyenkor a segítő szakember, kommunikátor a saját személyiségében a rezonancia nyomán keletkezett érzelmi és motivációs folyamatok tudatosításával képes személypercepcióját, kommunikatív érzékenységét fokozni. Az empátiában az érzékelés kitágul, egyrészt a társas tér felé, a másik ember nemverbális megnyilvánulásai irányában, másrészt a saját belső kognitív-emocionális folyamatai felé, amelyek mintegy modellezik a másik ember hasonló folyamatait. Ma nagyon sok tudományos ismeretünk gyűlt össze az érzelmi-motivációs *szinkronicitásról*, vagyis az ilyen állapotok összehangolódásának lehetőségeiről az emberi interakciók során.<sup>17</sup> Az empátiára vonatkozó tudás ma már eléggé általános a kommunikációs alkalmazások és fejlesztések terén, így ezek sem igényelnek bővebb kifejtést, az alapvető viszonyokról a 4. sz. melléklet szól.

---

<sup>15</sup> Pl. A.R. *Andreassen*: Marketing Social Change. Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment. 1995. Jossey-Bass, San Francisco; M.C. *Smith et alii*: Pharmaceutical Marketing. Principles, Environment, and Practice. 2002. Pharmaceutical Product Press, Haworth, New York, London, Oxford.

<sup>16</sup> Ezzel kapcsolatosan: *Buda B.*: Empátia – a beleélés lélektana, 1993. (4. kiadás), Ego School BT, Budapest; *Buda B.*: A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei, 1994. (3. kiadás), Animula, Budapest.

<sup>17</sup> *W. Ickes* (ed.): op.cit.; *A.C. Bohart, L.S. Greenberg* (eds.): Empathy Reconsidered. New Directions in Psychotherapy. 1997. American Psychological Association, Washington, D. C.



#### 4. sz. melléklet: Empátia a kommunikációban

- az empátiafogalom szemantikai túlterheltsége, az empátia jelenségének összetettsége
- az empátia percepció komponensei
  - a másik (normatív és szerep-) perspektívájának, „vonkoztatási kereteinek” „átvétele”
  - szerep- és szituációelemzés
  - a másik önprezentációjának észlelése és értelmezése – kontextuális elemzés
- a (testi) nemverbális kommunikáció dekódolása (különösen: mimika, hang, gesztusok) – NLP (Satir, Erickson)
- az érzelmi ráhangolódás – a nemverbális rezonancia „vállalása”, az önmonitorizálás időszakos feladása, az introspektív önmegfigyelés szerepe. a szóbeli (metaforikus) tudatosítás (megfogalmazás) kérdése
- empátiás folyamat – empátiás „mélyítés” – a motivációk, belső kognitív-emocionális szerkezetek, elhárítások, önprezentációk stb. irányába (meghatározott társas) kapcsolati keretekben
- szelektív empátiás vetületek – pl. szükségletek, hangulatok, érzelmek vetületeiben, intimitás, kapcsolati kommunikáció, erotika stb. szintjén, „csoportempátia”
- empátiás visszatükrözés – az empátia felhasználása kommunikációs célok érdekében

A felvázolt fogalmak utalnak arra, hogy az empátia fogalma ma nagyon sok jelenséget foglal magába, pl. benne van a szociális kontextualitás is, mint háttérismeret, tehát a szituációk jelentésvilága, a szabályok, szerepek, érdekviszonyok figyelembevétel. Ezek adnak keretet a nem verbális viselkedési megnyilvánulások értelmezéséhez. Az empátia azért is érdemes arra, hogy önálló kommunikációs jelentésszintként kezeljük, mert a nyugati civilizációban viszonylag kevésbé és öntudatlanul használatos, és ezért a segítő, ill. a személyközi kommunikáció hatékonyságában érdekelt szakemberek e vonatkozásban valóban rászorulnak a képzésre, fejlesztésre, gyakorlásra. A percepció kitágítása az empátia síkjában –éppen a kialakult automatizmusok, szokások, kognitív rutinok miatt – nehezebb, mint a szociális percepció kategóriának jobb, pontosabb alkalmazása. Itt új élménymodalitásokra, új típusú kognitív keretváltásokra, a saját énértékelés érzelmi felhasználására van szükség, és ez nem mindig könnyű. Éppen ezért az empátia fejlesztésére vonatkozóan nem alakultak ki olyan sémák és algoritmusok, programok, mint amilyenekkel a kommunikációs percepciót javítani lehet, itt sokféle innovatív csoportmódszer, audiovizuális visszajelzési mód vagy a pszichote-

rápiához hasonló (ill. éppen onnan kölcsönzött) technika használatos.<sup>18</sup> Itt még nehezebb a *minőségkontroll* és a minőségbiztosítás, mint a percepciók készségek fejlesztésében.

E viszonyokat tükrözi az *5. sz. melléklet*, amely sorra veszi az empátia alkalmazásának nehézségeit és korlátait, más részről lehetőségeit is.

*5. sz. melléklet. Empátia – korlátok, feltételek, alkalmazás és fejlesztés*

- centrálás, önmonitorizálás és verbalitás elsődlegessége a nyugati kultúrában (az empátia „inaktivitása”)
- a kommunikációs tér „racionalitása” empátia nélkül
- az én határainak védelme, az érzelmek kontrolljának egyszerűsége az empátia „kikapcsolása”, mellőzése, ill. háritása révén
- akaratlan empátiás kihívások és ezek érzelmi megterhelései bizonyos kommunikációs területeken, vetületekben (distress helyzetek átélése)
- empátiás túlterhelés és következményei – háritás, indiszpozíció, énhatárok megmerevedése
- az empátia proszociális felhasználása mint elaborációs mód
- az empátia aktiválása és fejlesztése – önismeret, skill training, professzionális fejlesztés és segítség stb. céljából, empátia és koevolúció
- introspekció, élmény, fantázia és társas támogatás az empátia fejlesztésében és alkalmazásában
- sablonok és tévutak – skálák, audiovizuális eszközök (rögzítés és visszajátszás), akciós gyakorlás

A táblázat utal arra, hogy az empátia használatát nem csupán a nyugati kultúra racionális hagyományai nehezítik, hanem a racionális percepciók fejlesztés is elegendő teret biztosít az új típusú, csoportos, „living learning” gyakorlatoknak, „encounter” módszereknek, tehát gyakran nincs is ösztönzés az empátiás viszonyulásra, míg ennek mellőzését sokféle védekező, lelki értelemben „kényelmes” beállítódás is nehezíti. Az empátiát igénylő segítő, ill. alkalmazási helyzetek a kommunikátor személyiségét éppen ezért meg is terhelhetik. Ugyanakkor az empátia fejlesztése előnyös lélektani elaborációs módokat adhat, és nagyon nagy hatások, változások létrehozására is alkalmas kliensekben, különféle korcsoportokban, szervezetekben és közösségekben. Az empátia használatában és fejlesztésében is sok sablon és tévút figyelhető meg, különösen ott, ahol az alkalmazásnak megfelelő „piaca” van.

---

<sup>18</sup> Az alkalmazás jó összefoglalásai: *J. Finke: Empathie und Interaktion. Methodik und Praxis der Gesprächspsychotherapie. 1994. Thieme, Stuttgart, New York; J. Finke: Beziehung und Interaktion. Interaktionsmuster, Behandlungskonzepte und Gesprächstechnik in der Psychotherapie. 1999. Thieme, Stuttgart, New York.*

Megítélésem szerint a percepció és az empátia „tágítása” és diszciplinált, felkészült alkalmazása lehetővé teszi a *tervezést*, vagyis a felhasználás tudatosítását, programozását, ezzel monitorizálás és evaluáció lehetőségét.<sup>19</sup> Ennek összefüggéseire a 6. sz. *melléklet* mutat rá, az itt jelentkező igények és kritériumok ma általánosan ismertek, mert a legfőbb társadalmi kommunikációs területeken, pl. a reklám, a marketing (és ezen belül a szociális marketing), a felhasználói, ill. piaci vagy ügyfélkapcsolatok („PR”) világában ezek már mindennaposak. Az új legfeljebb az empátiát feltételező készségek terén mutatkozhat.

6. sz. *melléklet: Tervezés a kommunikációban*

- a tudatos célok kérdése a kommunikációban – pl. figyelem és érdeklődés kiváltása, befolyásolás, kapcsolatépítés (-javítás), konfliktusmegoldás, motiválás stb.
- az időfaktor, az intenzitás, a minőség – a teljesítmény – faktora a tudatos kommunikációban – a hatás biztosítása
- a taktika és stratégia modellje tervezés koncipiálásában és végrehajtásában
- tervezés – az önmonitorizálás és fejlődés feltétele
- a percepció szerepe a tervezésben – helyzetfelmérés, önpercepció
- az empátia szerepe a kommunikációs tervezésben – a segítség és fejlesztés területein
- a kommunikátor képességrepertoárja és ennek szerepe a tervezésben – hitelesség, szuggesztibilitás, emocionális „kisugárzás”, „sex appeal” stb.
- tudatosság és tervezés egyes (kommunikatív) szerepformákban (emberek vezetése, oktatás, foglalkoztatás, terápia, viselkedéskorrekció, szónoklás stb.)

A percepció, az empátia és a tervezés összekapcsolásának éppen az a lényege, hogy ennek révén a kommunikáció egyszerűbb (faktoriális, taxonómikus vagy folyamat-) modelljei kiterjeszthetők, és a személyközi kommunikáció viszonyai (ha helyenként metaforikusan, ill. a szervezeti modelleket kiegészítő módon is) kiterjeszthetők nagyobb rendszerekre. Így a kommunikációelmélet felhasználásában *egységesebb szemlélet*, integrációs lehetőség alakulhat ki. Ennek kulcstényezőire és alapkérdéseire vonatkozik a 7. sz. *melléklet*, amely a kommunikációs alkalmazásban ismét ismert vetületeket érint. Talán azt érdemes hozzátenni, hogy a felvázolt összefüggések érvényesek a *médiakommunikációra, ill. a politikai kommunikációra is*.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> A 15. lábjegyzetben említett kötetek jól kifejtik ezt.

<sup>20</sup> A gondolatmenet alátámasztása, ill. illusztrációja: M. Guirdham: *Interpersonal Skills at Work*. 1995 (sec.ed.), Prentice Hall, London, New York; R. Dumbleby,

7. sz. melléklet: *Percepció, empátia, tervezés – túl a személyközi kereteken*

- a személyközi (társas) kommunikáció modelljének kiterjeszhetősége nagyobb rendszerekre – cégek, szervezetek, intézmények, politika, tömegkommunikáció (médiumok)
- a tervezés (kiemelt) szerepe a médiumokban, ill. a reklám és a marketing szintjén – a hatékonyság felértékelődése
- a percepció szerepe nagyobb rendszerek kommunikációjában – az igények és szükségletek kérdése – piackutatás, fogyasztói felmérések, forgalmi és gazdasági elemzések, olvasottság és nézettség stb.
- az empátia (valamilyen változatának) felhasználása:
  - a partnerek, fogyasztók, ügyfelek irracionális világának megértése (félelmek, motivációk, szimbolikus szükségletek, hárítási formák stb.)
  - szervezetek és intézmények (köztük politikai struktúrák és médiumok) akaratlan önprezentációja és ennek megértése (befolyásolása)
  - kontextus, kontextualizáció, utalás a nagyobb rendszerek – pl. marketing és PR – kommunikációjában
- a manipuláció és korlátai
- a szervezeti kommunikáció javításának proaktív fejlesztő hatásai
- interaktív kommunikációs terek és kapcsolatok szervezetek és fogyasztók, ill. felhasználók között és ezek alkalmazási és fejlesztési lehetőségei

A táblázatok nem merítik ki témakörüket, mindegyik egy-egy metszetre kíván rámutatni a bonyolult összefüggéseknek, és lényegében a gondolatmenet azt szeretné kifejezni, hogy a kommunikációban a helyzetfeltárás, a megértés és az előkészületi munka, az érintett rendszerek és kontextusok megfelelő kezelése a lényeg, az alkalmazás minőségi viszonyai is ebben mérhetők és a fejlesztés is erre irányul, maga a kivitelezés, az *implementáció*, a hatékonyság már ebből következik. „Tudni kell, hová kell ütni a kalapáccsal”, mondja az ismert amerikai vicc, amelyben a mester egyetlen kalapácsütéssel végzi el a magas honoráriumra igényt tartó tevékenységét, vagy pedig, a hogyan a régi német belgyógyász jelmondata sejteti: „az istenek a diagnózist a terápia elé teremtették”.

---

G. Burton: *More Than Words. An Introduction to Communication*. 1997 (third ed.), Routledge, London, New York.

## A szándéktulajdonítás elméletéről<sup>21</sup>

### Bevezetés

A szándéktulajdonítás megszokott jelenség a személyközi kommunikáció gyakorlatában. A társalgás, de általában véve a kommunikatív és stratégiai viselkedés egésze nem kis mértékben áll abból, hogy – a beszélői oldalon – felmérjük, hogy az, amit mondunk-teszünk, milyen mélységben és fényben látatja szándékainkat, illetve – a hallgatói oldalon – fontolóra vesszük, hogy a mögött, amit a másik mond-tesz, milyen rejtett vagy nem rejtett szándékok működnek a háttérben. Különösen igaz ez akkor, amikor a kommunikálók szándékainak nyilvánossá nem tétele társadalmi elvárás (udvariasság) vagy hasznukra válhat (kompetitív helyzetek).

A szándéktulajdonítás gyakorlati jelentősége nem hagyható figyelmen kívül a kommunikáció elméletében sem, s a szándéktulajdonítás vizsgálatának valóban nagy hagyománya van a kommunikációelméletre több szempontból is releváns angolszász nyelvfilozófiában például Paul Grice vagy Donald Davidson munkássága révén. Rövid írásom kísérlet arra, hogy az említett filozófusok elgondolásait is felhasználva bemutassa a kommunikációs gyakorlat e fontos elemének, a szándéktulajdonításnak egy lehetséges elméleti kezelését.

### 1. A szándéktulajdonítás Grice elméletében

Paul Grice a *Jelentés* című (Grice 1957/1997), ma klasszikusnak tekintett tanulmányában különböztette meg a természetes és nem természetes jelentést, és jelölte meg ez utóbbit mint a verbális kommunikáció elengedhetetlen feltételét. Felvetése elsöprő sikert aratott (lásd Bach és Harnish 1979, Clark 1996, Recanati 1986, Schiffer 1972, Searle 1969, Sperber és Wilson 1995, Strawson 1964/1997, hogy csak néhány nevesebb, többé-kevésbé hű követőjét említsük).

A nem természetes jelentés Grice szerint a beszélő – az eredetitől eltérő szóhasználattal élve – kommunikatív szándékaként azonosítható összetett pszichológiai állapotából származik: „Talán a következőképpen foglalhatnánk össze, mi szükséges ahhoz, hogy azt mondhassuk, A valamilyen jelen-

---

<sup>21</sup> Ez az írás egy másik tanulmányom (Pólya 2002) jelentősen átdolgozott változata. Davidson szövegrészleteinek fordítása tőlem származik.

tést akart kifejezni  $x$  útján.  $A$ -nak  $x$ -szel szándékoznia kell egy hiedelem kiváltását valamilyen hallgatóságban, továbbá szándékolnia kell, hogy megnyilatkozását úgy ismerjék fel, mint ami ezzel a szándékkal (vagyis a hiedelem kiváltásának szándékával) jött létre. De ez a két szándék nem független egymástól;  $A$  ugyanis azt is szándékolja, hogy (a hiedelem kiváltására irányuló) szándékának a felismerése szerepet játsszon a hiedelem kiváltásában; ha ez utóbbi nem történik meg, akkor valami baj lesz  $A$  szándékainak teljesülésével. Mi több,  $A$ -nak az a szándéka, hogy (a hiedelem kiváltására irányuló) szándékának felismerése szerepet játsszon a hiedelem kiváltásában, azt hiszem, implikálja, hogy  $A$  feltételezi bizonyos események meglétét arra vonatkozóan, hogy szándékának felismerése ténylegesen szerepet fog játszani a hiedelem kiváltásában, és nem tekinti magától értetődőnek, nyilvánvalónak, hogy az attitűd megjelenik a hallgatóságban, akár felismerte a megnyilatkozás mögötti szándékot, akár nem. Röviden azt mondhatjuk, hogy az » $A$  nem természetesen fejez ki egy jelentést  $x$  útján« megközelítően azzal ekvivalens, hogy » $A$   $x$ -et azzal a szándékkal nyilatkozta, hogy egy hiedelmet váltson ki ezen szándék felismerése révén«. (Úgy tűnhet, hogy ez egy reflexív paradoxont hoz magával, valójában azonban nem.)» (Grice 1957/1997: 193 sk.).

A nem könnyen értelmezhető definícióval – tartja a nyelvfilozófiai és nyelvészeti pragmatikai hagyomány – Grice azt kívánta megmutatni, hogy a nem természetes jelentés előállításához részint az alábbi összetett, reflexív vagy iteratív<sup>22</sup> szándék megléte szükséges a beszélő elméjében:

i) szándék egy hiedelem kiváltására a befogadóban egy megnyilatkozás megtétele által, és

ii) szándék az i) szándéknak a befogadó általi felismerésére, részint pedig az, hogy a hallgató felismerje ezt az összetett szándékot. A grice-i elgondolás tehát ez: a beszélő összetett szándékának előállása és annak a hallgató általi felismerése abszolút értelemben vett kommunikációs sikerhez vezet, mert feltesszük, hogy az, ami a beszélő elméjében a szándékot illetően található, a hallgatóban – értelmező erőfeszítése révén – pontos másolatban áll elő. Figyelemre méltó, hogy a pragmatikai kutatók többsége az efféle, abszolút értelemben vett kommunikációs siker előálltát feltételezi (lásd az idézett műveket). Csakhogy a kommunikációs siker fogalmát a szituációban szereplők perspektívájához képest viszonylagosként is értelmezhetjük. Sőt a kommunikációs gyakorlathoz a viszonylagos értelmezés jobban is illeszkedne, figyelembe véve, hogy egy-egy szituáció szereplőinek véleménye gyakran nem egyezik meg annak tekintetében, hogy ki mit milyen

---

<sup>22</sup> A Grice feltételezte szándékok reflexív és iteratív értelmezéséről lásd Bach 1987: 146 kk.

szándékkal kommunikált, illetve hogy történt-e kommunikáció valaki részéről egyáltalán. Eme viszonylagosság megragadása érdekében szeretném az értelmezési mintázat fogalmát bevezetni.

## **2. Értelmezési mintázatok**

Grice elmélete a beszélőre összpontosít, amennyiben nála és követőinél a kommunikáció létfeltétele, hogy a beszélő az említett sajátos, összetett vagy reflexív szándékkal rendelkezék, és hogy e szándékot a hallgató szolgálékül ismerje fel. Vagyis e felfogásban az értelmező szerepe másodlagos, amennyiben egy adott szándék beazonosítására szorítkozik. Jelen elmélet e megfontolásból nem tud tisztelni Grice elmélete előtt: a beszélőre való összpontosítás tekintetében azt alapvetően hibásnak tartom, és a hallgatói oldal szemügyre vétele értelmében újraértelmezem. Nézetem szerint a beszélő szándékai kizárólag annyiban számítanak a kommunikáció létrejötté és sikeressége szempontjából, amennyiben azokat a hallgató ténylegesen tulajdonítja neki. Úgy vélem, a grice-i elmélet érvényes meglátása a verbális kommunikáció speciális szándékokkal való összefüggésének kiemelését túl abban áll, hogy a kommunikáció háttérül szolgáló olyan implicit normák létét feltételezi, amelyekről a hallgató azt feltételezi, hogy – még az első látásra normaszegőnek tűnő esetekben is – a beszélő igazodott hozzájuk kommunikátuma megválasztásakor.

Ugyanakkor felfogásunk a kommunikációt megalapozó normákként nem a grice-i társalgási maximákat és az együttműködési elvet fogadja el (lásd Grice 1975/1997), hanem a hallgató mentális modelljébe táplált bemenetekre vonatkozó strukturális megköteket tekinti kényszerítő erejűnek. Úgy vélem, hogy az emberi elme kognitív szükséglete (ti. biológiai felépítéséből fakad), hogy a mentális modellbe érkező, a nyelvi észleletekkel kapcsolatos egy-egy bemenet – aminek egy-egy megnyilatkozás jelentését tekintem az értelmező számára – hármas mintázatú legyen, és az értelmezési mintázatot adja ki. Háromféle értelmezési mintázatot tételezek: a propozicionális, a diszkurzív és a motivációs mintázatot. E mintázatoknak az értelmezés közbeni megalkotása az elhangzottak alapján vagy egyszerű, elméleti szempontból kevésbé érdekes folyamat, vagy pedig éppen a grice-i társalgási maximák kihasználásához hasonlóan történik, amennyiben a mintázatok ideális avagy normál formája irányítja a hallgató értelmezési folyamatát, azt, ahogyan az elhangzottakból közvetlenül rendelkezésére állót annak érdekében bővíti vagy alakítja át, hogy az a mentális modelljébe táplálható bemenet normál formáját vegye fel. E másodfajta, „igazítsd ki, ha szükséges” típusú értelmezést kerülőutas értelmezésnek nevezem, és feltételezem, hogy a hallgató ezt alkalmazza a beszélő látszólag normaszegő, de valójában normakövető nyelvi viselkedését értelmezve.

A propozicionális mintázatot az adott megnyilatkozás propozicionális tartalma és az ezt hatókörébe vonó, az adott nyelvben elérhető grammatikai módok valamelyikének megfelelő operátora teszi ki; a diszkurzív mintázat az adott megnyilatkozásnak a társalgás előzményeihez képesti helyét jelöli ki; a motivációs mintázat pedig a beszélő elmebeli-lélektani, a hallgató által neki tulajdonított motivációinak, például szándékainak kontextusában helyezi el a megnyilatkozást (bővebben lásd Pólya, szerkesztés alatt). Például az „Imádom a makarónit” megnyilatkozás (m) mondjuk a „Pizzát csináljak vagy makarónit?” megnyilatkozásra adott válaszként egy adott dialógus adott pontján H hallgató számára a következő jelentéssé, azaz értelmezési mintázathármassá állhat össze:

(ÉM) B beszélő azt szándékolja, hogy H hallgató úgy vélje, hogy m megnyilatkozás megtételével B szándékosan [kelti H-ban azt a vélekedést, hogy imádja a makarónit] és [arra kéri H-t, hogy makarónit készítsen pizza helyett], amennyiben (azt állítja, hogy imádja a makarónit).

E leírás elnagyolt, és nem feltétlenül ragadja meg a hallgató értelmezését a maga teljességében, különösen nem a motivációs mintázat tekintetében. A motivációs mintázat, amely szorosan összefügg a diszkurzív mintázattal (lásd szögletes zárójelbe tett részek) a hallgató különféle elképzeléseit-feltételezéseit foglalja magában azzal kapcsolatban, hogy mit gondol és mire vágyik H, azaz hogy milyen motivációk állnak megnyilatkozása mögött. A motivációs mintázat kidolgozottsága megnyilatkozásról megnyilatkozásra és hallgatóról hallgatóra különbözhet, sőt minden bizonnyal különbözik is a gyakorlatban. A hallgatóknak nem minden helyzetben szükséges alaposan utánajárniuk, hogy a beszélő vajon milyen indokokból és okokból kifolyólag tette megnyilatkozását, olykor viszont a tudatos szándékolvasó erőfeszítés elengedhetetlen a megértéshez. Annak a nyelvfilozófia területén történő hangsúlyozása, hogy a nyelvi jelentés és a beszélő tudati tartalmainak feltérképezése az értelmezés során alapvetően nem választhatóak el egymástól, Donald Davidson érdeme.

### **3. A szándékok davidsoni elmélete**

Donald Davidson nagyra tartott elme- és nyelvfilozófiájának kiemelkedő része a szándékokkal foglalkozó rész (lásd főleg Davidson 1980, 1984). Davidson a nyelvi cselekvés értelmezését a szándékos nem nyelvi cselekvés értelmezéséhez hasonlítja. A szándékos nem nyelvi cselekvések mögött elmélete ún. elsődleges indokot feltételez – melyeket Davidson egyúttal az adott cselekvés okának tekint –, amelyet egy, két mentális állapotból összekapcsolódó komplexumnak tekint. E komplexum alkotórészei egy vélekedés és egy cél-attitűd (pro-attitude). A cél-attitűd nem más, mint a következők



valamilyike vagy többike: valaminek a kívánása, akarása, törekvés valamire, esztétikai vezérlő elvek valamivel kapcsolatban, nyilvános és privát célok – amennyiben ezek egy ágens részéről egy cselekedetre irányulnak. A cselekvésre releváns vélekedés pedig vagy azt foglalja magában, hogy az ágens szerint egy bizonyos módon történő cselekvés elő fogja segíteni annak elérését, ami iránt cél-attitűddel viseltetik, vagy azt, hogy az ágens által kiszemelt cselekvés éppen olyan fajtájú, amilyen fajtájúra a cél-attitűdje irányul. Egy adott ágens elsődleges indoka lehet a következő:

P<sub>1</sub> 'Szeretném elverni az éhem.' [cél-attitűd]

P<sub>2</sub> 'Néhány sósperccel elfogyasztása elveri az éhem.' [vélekedés]

ahol a következtetés egy cselekvés, nevezetesen az, hogy az ágens elfogyaszt néhány sósperccel. Ez, a cselekvés konklúziójú levezetés Arisztotelésznek a Nihomakhoszi Etikában kifejtett racionális etikáját, pontosabban a gyakorlati okoskodást idézi, bár Davidson kiemeli, hogy míg a gyakorlati okoskodásban mindig szemügyre vétetik egy ellenérv is (a reason against, valamilyen alternatív lehetőség), itt ilyesmi nem található. Davidson elvárása az, hogy egy elsődleges indok esetében a konklúzió a premisszák propozicionális tartalma alapján következzen; s legfeljebb annyi történhet, hogy teoretikus okoskodás áll elő ott, ahol a következtetés nem cselekvés, hanem egyszerű vélekedés (esetünkben például az ágensnek előállhatna egy olyan vélekedése, hogy 'szeretnék elfogyasztani néhány sósperccel').

Azt a folyamatot, amikor egy értelmező megadja egy cselekvés elsődleges indokát, Davidson racionalizálásnak nevezi. A racionalizálás egyfajta újraírás: „amikor megmagyarázunk egy cselekedetet, a [hozzá vezető] indokokat megadva, akkor újraírjuk a cselekedetet; a cselekedet újraírása egy mintázatba helyezi azt, és a cselekedetet így magyarázzuk meg” (Davidson 1980: 10).

A racionalizálás és az újraírás fogalmai a nyelvi cselekvés értelmezésekor ugyanúgy érvényesek, mint a nem nyelvi interpretáció esetében. Így a nyelvi értelmezés során történő racionalizálás nem más, mint az a folyamat, amelynek során az értelmező az interpretált megnyilatkozást a kommunikátornak mint cselekvőnek tulajdonított vélekedés-vágy-szándék rendszerben helyezi el, a megnyilatkozás mint cselekvés indokháttérét felfedve. Ezt az újraírás során feltűnő mintázatot jelen dolgozatban a motivációs mintázattal azonosítom: az értelmező az újraírás révén ismeri fel, hogy az adott cselekedet milyen jelentőséggel bír a cselekvő számára, hogy az miért teszi azt, amit tesz; a cselekvést beindító erők a hallgató számára a cselekedet újraírása közben válnak világossá.

#### 4. Szándéktulajdonítás, értelmezés és a jóindulat elve

Sem a kommunikatív, sem pedig a nyelvi helyzetekben történő racionalizálás nem olyan kézenfekvő és önműködő eljárás, mint ahogyan azt első pillantásra talán képzelnénk. A cselekvő szándékainak megállapítása ugyanis szinte mindig “visszafelé haladva” történik: az értelmezőnek a cselekedetből (vagy megnyilatkozásból) kiindulva kell felfejtenie a háttérben ható motivációkat – azaz induktív következtetési eljárást kell alkalmaznia.

Bizonyos esetekben ez nem jelent problémát. Mennél hétköznapibb, mennél bevettebb cselekvés (megnyilatkozás) értelmezése a feladata, annál könnyebb felfejtenie a cselekvő (beszélő) szándékait. Ha látjuk, hogy ágensünk ebédidő tájékán besétál egy étterembe, cselekvését gondolkodás nélkül egy olyan, éhes ember cselekedeteként értelmezzük, aki az éttermet – elsősorban, mert akadhatnak további indokai is – táplálkozás céljából keresi fel. Hasonlóképpen, az alábbi szituációban sem okozna gondot a második megnyilatkozás értelmezése:

A: *Elkérhetem ezt a könyvet?*

B: *Hát, megvan a könyvtárban is...*

Mégpedig azért, mert az udvarias magyar köznyelv használata során igen erős elvárás, hogy egy kérésre érdemben, azaz beleegyezéssel, elutasítással, esetleg a kérés okát firtatva (stb.) reagáljon a beszélő, s a szóba jöhető nem túlságosan sok bevett választípus közül az ‘elutasítás’ diszkurzív lépés és az ehhez kapcsolható motivációs mintázat az, amelyekre B megnyilatkozását egy átlagosan felkészült magyar értelmező kis gondolati erőfeszítéssel, kevés lépésben át tudja írni. Induktív ez a következtetési sor is, de nem megterhelően bonyolult.

A sikeres értelmezéshez ugyanakkor elengedhetetlen a davidson-i jóindulat elvének (principle of charity) a használata. Az értelmező ugyanis nem vaktában tesz induktív következtetési lépéseket, hanem arra alapozza haladását, hogy a cselekvő racionálisan és koherens gondolkodással jutott az értelmezés tárgyát képező gyakorlati következtetésre, az adott cselekvésre. A davidsoni ortodoxiától eltérve megjegyezhetjük, hogy az értelmezés egy ismerős, a másiknak tulajdonított irracionális észjárás feltételezésére is támaszkodhat – például egy adott ágens különbségének, bogarasságának, netán mentális deficitjeinek ismerete éppoly megvilágító erejű lehet szavai értelmezére nézve, mint azt tudni egy másikról, hogy a logikailag hibátlan beszéd és gondolkodás jeles művelője. Álljon itt két példa annak alátámasztásául, hogy a kommunikálók valóban – a davidsoni értelemben – jóindulatúan értelmeznek, s hogy milyen könnyen értelmetlennek vélik a másik megnyilatkozását, ha a bevett feltételezések nem elegendőek egy elfogadhatónak tűnő következtetési sor létrehozásához.

Az előbbi beszélgetéstöredék második megnyilatkozását megváltoztatva kapjuk a következőt:

A: *Elkérhetem a könyvet?*

B: *Szeretem Borges verseit.*

Már egy ilyen esetben sem volna olyan könnyű dolga az értelmezőnek, mint az elsőben, mert jóllehet B megnyilatkozása feltehetően kötődik a szóban forgó könyvhöz (tegyük fel az egyszerűség kedvéért, hogy egy Borges-verseskötetről van szó), a megnyilatkozás átírása a kérésre szokásosan következő diszkurzív lépések valamelyikére és az ahhoz kapcsolódó motivációs mintázatra már csak nagyobb ugrásokat, nagyobb erőfeszítést és több találgatást megkívánva lehetséges, mint az első esetben: elutasításra vagy inkább beleegyezésre adna okot, ha valaki kedvelné az adott kötet szerzőjének munkáit? Ez – sok minden egyéb mellett, de tekintsünk megint egy egyszerű esetet – az illető ama hajlamától függhet, hogy inkább szeret híveket szerezni kedvenc szerzőinek (s ekkor beleegyezésről, sőt bátorításról lenne szó), vagy féltve őrzi könyveit, különösen azokat, amelyeket nagyon kedvel (s ez esetben implikált elutasításként értenénk szavait).

Ennél keservesebb helyzetbe is kerülhet az értelmező. Ha a fenti kérést a

B: *Szeretem a rozscipót.*

megnyilatkozás követi, akkor az e mögött rejlő elsődleges indokot egy koherens és racionális beszélőt tételező értelmezés aligha, vagy csak egy különösen csavaros következtetési láncon végighaladva, tudja beazonosítani.

Az akár ilyen példák kezelését is lehetővé tevő elmélet kidolgozására törekedett Davidson az ún. radikális értelmezés vizsgálatakor – amelynek során az értelmező egy számára idegen nyelvet használó beszélő szavait értelmezi –, s ez irányú fejtegetéseinek szeretnék itt az egyazon nyelvvel rendelkező kommunikátorok között fellépő értelmezéseket illetően érvényt szerezni. Úgy vélem, hogy ez utóbbi esetre is áll az a davidsoni tézis, amely szerint az értelmező a beszélő megnyilatkozásának jelentése és a beszélő vélekedései között ingázva értelmez, azaz a beszélő értelmezésekor neki vélekedéseket és a szavainak jelentést egyszerre tulajdonít.

Davidson rámutat, hogy a vélekedések tulajdonítása – mutatis mutandis, általában véve a motivációs mintázatra történő újraírás – egészen, holisztikus eljárás, s hogy ennek következtében a tulajdonított vélekedések adott halmazának – értsd: az értelmező által a beszélő elméjében feltételezett motivációs mintázatnak az – érvényessége mindig kétségbe vonható tulajdonított vélekedéseknek egy másik halmazára – azaz egy másik, szintén hipotetikus motivációs mintázatra – támaszkodva.

„Az afelől való elbizonytalanodás, hogy egy a másik által mondott szöfűzért nem szinonimikus mondatok egyikére vagy másikára fordítsam, nem feltétlenül információhiányt tükröz: egyszerűen arról van szó, hogy egy bi-

zonyos ponton túl nem lehet választani – még elvileg sem – aközött az álláspont között, hogy a Másik a szavait ugyanúgy használta, mint mi, de többé-kevésbé furcsa nézeteket vall, és aközött a nézet között, hogy rosszul fordítottuk le [a szavait]. Órlődve a két dolog között, hogy a beszélő szavainak értelmet adjunk, és hogy a vélekedései mintázatának is értelmet találjunk, a legjobb, amit tehetünk, ha olyan fordítási elképzelést választunk, amely maximalizálja az egyetértést. [...] Az, amit a határozatlanság mutat, nem más, mint az, hogy ha egyféle módon tudunk értelmet adni, akkor más, lényegesen különböző módok is vannak ...” (Davidson 1984: 101).

A holizmus kéz a kézben jár a félreértés lehetőségével, s így jelen elemzés a davidsoni tézisek mindennapi kommunikációra történő alkalmazása révén a kommunikációs sikertelenség lépten-nyomon való megjelenési lehetőségét rajzolja fel. Ám épp az ilyesféle sikertelenséget elkerülendő állítja Davidson, hogy az interpretáció során az értelmező elsősorban a sajátjához hasonló, azaz a számára is átlátható vélekedésrendszert keresi a beszélő megnyilatkozása mögött, s hogy értelmezői jóindulata abban áll, hogy a másikat – önképére – racionális lényként kezeli.

„A módszertani tanács, hogy az egyetértést optimalizálva értelmezzünk, nem lehet elgondolható az emberi intelligenciáról alkotott olyan jóindulatú feltételezésen nyugvónak, amelyről kiderülhet, hogy hamis. Ha nem találunk módot arra, hogy egy teremtmény megnyilatkozásait és másféle viselkedését olyanként értelmezzük, mint amely a mi standardjainkkal nagyrészt konzisztens vélekedéshalmazt fed fel, akkor nem lesz indokunk arra, hogy arról a teremtményről azt tartsuk, hogy racionális, vélekedésekkel rendelkezik vagy hogy mond valamit.” (Davidson 1984: 137).

Davidson baljóslatú szavai talán túlzásnak hatnak, de nem szolgálnak többre itt, mint hogy a szándéktulajdonításnak általában véve a cselekvések és partikulárisan a nyelvi cselekvések értelmezése során meglévő jelentőségét példázzák. Úgy vélem, ezek s a fentebb mondottak együttvéve láttatni engedik, hogy a szándéktulajdonítás megfelelő teoretikus kezelése a gyakorlatra valamit is adó személyközi kommunikációs elméletek számára minimumkövetelmény lesz.

### Hivatkozások

- Andor József, Benkes Zsuzsa és Bókay Antal (szerk.) 2002. Szöveg az egész világ. Petőfi S. János 70. születésnapjára. Budapest, Tinta Kiadó.
- Andor József – Pelyvás Péter (szerk.) *Empirical, Cognitive-based Studies in the Semantics-Pragmatics Interface*. CRISPI Series, Oxford: Elsevier Science. Szerk. alatt.

- Bach, Kent 1987. On Communicative Intentions. A Reply to Recanati. *Mind and Language*. No. 2 Summer, 141–154.
- Bach, Kent és Harnish, Robert M. 1979. *Linguistic Communication and Speech Acts*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Clark, Herbert H. 1996. *Using Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davidson, Donald 1980. *Essays on Actions and Events*. Oxford: Clarendon Press.
- Davidson, Donald 1984. *Essays on Truth and Interpretation*. Oxford: Clarendon Press.
- Grice, Paul 1957/1997. Jelentés. In: Pléh–Síklaki–Terestyéni 1997: 188–197.
- Grice, Paul 1975/1997. A társalgás logikája. In: Pléh–Síklaki–Terestyéni 1997: 213–227.
- Pléh Csaba – Síklaki István – Terestyéni Tamás (szerk.) 1997. *Nyelv – Kommunikáció – Cselekvés*. Budapest, Osiris.
- Pólya Tamás, szerk. alatt. *On Addressee's Meaning*. In: Andor–Pelyvás.
- Pólya Tamás 2002. A jelentés természetéről. In: Andor–Benkes–Bókay 2002, 425–437.
- Recanati, Francois 1986. On Defining Communicative Intentions. *Mind and Language*, No. 3 Autumn, 213–242.
- Schiffer, Stephen 1972. *Meaning*. Oxford: Oxford UP.
- Searle, John R. 1969. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. London: Cambridge UP.
- Sperber, Dan és Wilson, Deirdre 1986/1995. Relevance. *Communication and Cognition*. Oxford: Basil Blackwell.
- Strawson, Peter F. 1964/1997. Intenció és konvenció a beszédaktusokban. In: Pléh–Síklaki–Terestyéni 1997: 198–212.

# Kommunikációs stratégiák a munkahelyi alkalmazkodásban

## Másképp beszélnek-e a nők és a férfiak?

### Egy empirikus kutatás első eredményei

#### 1. A téma háttere

A kutatás, melynek első eredményeiről szeretnék most beszámolni, a társadalmi nem (*gender*) és a nyelvhasználat összefüggéseinek problémájával foglalkozik. Azon sokat vitatott kérdésekre szerettem volna választ kapni, hogy vajon másképp beszélnek-e a férfiak és a nők; ha igen, miben ragadhatóak meg a különbségek, milyen hatása lehet a feltételezett különbségeknek a munkahelyi életre, a munkára, a nők előmenetelére? Okozója lehet-e a nőkre esetlegesen jellemző nyelvhasználat az ún. üvegplafon jelenségnek, vagyis annak, hogy az intézményi hierarchiában felfele haladva egyre kevesebb nőt találunk, felsővezetői pozíciót pedig csak elvétve töltenek be nők (vö. pl. Nagy 2002).

Mielőtt azonban rátérnék a kutatás módszereinek és első eredményeinek ismertetésére, szeretnék néhány szót szólni a társadalmi nem és nyelvhasználat kutatásának tudománytörténeti háttéréről, különös tekintettel arra, hogy miközben elsősorban angolszász nyelvterületeken a téma igen nagy és egyre bővülő szakirodalommal, a témára specializálódott szervezetekkel<sup>23</sup> bír, számos egyetemen önálló tárgyként oktatják és rendszeresek a témában szervezett konferenciák is, addig Magyarországon ez a kutatási terület egy-két kivételtől<sup>24</sup> eltekintve alig van jelen a (tudományos) köztudatban.

#### 2. Tudománytörténeti háttér

A fent említett rész-diszciplína fejlődését két irányból lehet megközelíteni, egyrészt a nyelvhasználatra vonatkozó kutatások, másrészt a társadalmi nem szerepére vonatkozó kutatások felől. Az alábbiakban mi is ezt a sorrendet követjük.

---

<sup>23</sup> Pl. IGALA, International Gender and Language Association.

<sup>24</sup> Ilyen kivétel a Replika 2001/45-46, novemberi számának a témával foglalkozó tematikus blokkja.

## 2.1. A 'nyelvi fordulat'

Körülbelül az 1970-es évektől kezdődően a társadalomtudományok számos területén végbement egy ún. nyelvi fordulat (*linguistic turn, discursive turn*), nyelv felé fordulás, mely bizonyos megközelítésmódok, tudományágak, módszertanok felvirágzásához, reneszánszához, illetve új megközelítésmódok létrejöttéhez vezetett. Ilyen terület volt többek között a szimbolikus interakcionizmus (G. H. Mead), a beszédaktus-elmélet (J. Austin), a Goffman-féle mikroelemzés, az etnometodológia (H. Garfinkel) és az ebből leágazó konverzációelemzés (H. Sacks), a szociolingvisztika, azon belül is elsősorban az interakciós szociolingvisztika (J. Gumperz), a beszéd etnográfia (D. Hymes) és a kritikai diskurzuselemzés (N. Fairclough, van Dijk, R. Wodak).

A fent említett elméletek, megközelítésmódok, módszertanok számos szempontból különböznek egymástól, közös sajátosságuk azonban, hogy az elemzés középpontjába az interakciót, a kommunikációt, a diskurzust, közvetett módon tehát elsősorban, bár nem kizárólagosan, a nyelvet, pontosabban a nyelvnek a használatban megnyilvánuló sajátosságait, a nyelvhasználatot helyezik

Szintén közös sajátosság a mikroszint előtérbe helyezése a makroszinttel szemben (ez alól kivételt képez a kritikai diskurzuselemzés irányzata, mely egyértelműen a két szint összekapcsolására törekszik). E megközelítés hívei szerint az olyan absztrakt fogalmak, mint 'társadalmi struktúra', 'osztály', 'rend', 'etnicitás', 'társadalmi nem' önmagukban nem létező, közvetlenül nem megragadható reifikációk, tárgyiasult formák, melyeket az egymással interakcióba lépő egyének folyamatosan, újra meg újra kommunikatív aktu-sok sorában hoznak létre. (Lásd Ellis 1999: 32; Wieder 1999: 166.)

Ugyanakkor sokak szerint a kommunikációközpontú megközelítésmód mégiscsak segíthet meghaladni a mikro-makro dilemmát, hiszen, érvelnek, az egyén motivációi, céljai, attitűdjei, személyisége, kognitív állapota közvetlenül szintén nem megragadhatók, mindezekre szintén csak az éppen zajló interakcióból következtethetünk, illetve ezek is az interakció folyamatában jönnek létre. (Lásd Iedema és Wodak 1999: 7.)

Az interakció, a társas nyelvi gyakorlatok világa ily módon közvetítő szerepet tölthet be az egyén mikro- és a társadalom makrovilága között.

## 2.2. Az intézményi beszéd kutatása

A kommunikáció, interakció kutatásának népszerű terepe az intézmény vagy szervezet, mely Giddens meghatározása szerint „emberek személytelen kapcsolatokra épülő nagyobb csoportja, amelyet konkrét célok megvalósítása érdekében hoznak létre” (1995: 287). Egyrészt az interakció szabályszerűségeit kutatók érdeklődése fordul az intézményi beszéd felé, illetve a hét-

köznap i interakció és az intézményi kényszerek által korlátozott interakció különbségei felé, másrészt a 'nyelvi fordulat' következményeképpen az intézményeket korábban más szempontokból vizsgálók is egyre nagyobb érdeklődést mutatnak az ott zajló kommunikáció iránt.

Tanulmányok sora (pl. Drew és Heritage 1992) született a témában. Vizsgálták az orvos–beteg, a bírósági, a tantermi interakciót, felvételi beszélgetéseket, rádiós és televíziós beszélgetős műsorokat stb. A munkahelyi beszéd különböző formális (értekezletek stb.) és kevésbé formális formáit is sokan tanulmányozzák. Janet Holmes (2000) és munkatársai például az új-zélandi Victoria Egyetemen (Wellington) létrehozták a munkahelyi interakciók egy olyan adatbázisát, mely 500, különböző típusú munkahelyekről származó, különböző hosszúságú spontán interakció átírását tartalmazza.

Kendall és Tannen szerint „a munkahelyi interakció különleges kötöttségek mintázatával jellemezhető: egy olyan intézményi struktúrával, melyben az egyének hierarchiába rendeződnek; olyan történelmi múlttal, melynek során a legtöbb munkahelyen és különösen a magasabb szinteken nagyobb arányú volt a férfiak részvétele; nemi (gender) különbségek mentén megvalósuló, jelenleg is létező, bár újabban áthatolható részvételi mintázattal; fizetésenéltek, előléptetések, feladatkielölések és teljesítménymérések formájában megvalósuló rendszeres külső értékeléssel és egy olyan helyzettel, melyben a résztvevőktől megkövetelik, hogy rendszeres interakciót folytatssanak mások egy olyan csoportjával, melyet se nem rokonok, se nem választott kapcsolatok alkotnak” (1997: 81, ford. S. N.).

Az alapvetően férfiak által létrehozott és jelenleg is férfiak által dominált intézményekben a férfiak normája, s így a férfiak nyelvhasználata az uralkodó norma, a meghatározó nyelvhasználat. Gál (2001) szerint a férfiak diskurzív stílusa így intézményesül.

### **2.3. A társadalmi nem kutatása és kapcsolata a nyelvhasználattal**

A feminizmus érdeklődése az 1970-es években fordult a nyelvészet felé. A feminista nyelvészet érdeklődésének középpontjában természetsszerűleg a társadalmi nem és a nyelvhasználat viszonya állt. A terület tanulmányozása során bekövetkezett paradigmaváltások és a feminizmus különböző irányzatainak előretörése között szoros kapcsolatot vélek felfedezni. Ennek a párhuzamnak a kibontására tesztek kísérletet a következő részben.

#### **2.3.1. Liberális feminizmus és a férfi–női nyelvhasználat**

Robin Lakoff 1975-ös nagyhatású, mára már klasszikus írásában először hívja fel hatásosan a figyelmet arra, hogy a nők és a férfiak eltérő szocializációjuk révén eltérő módon beszélnek. A kislányokat kis hölgyekké nevelő társadalom olyan nyelvhasználatot ír elő a nők számára, mely finomkodó,



erőtlen, bizonytalan, habozó, túlzottan udvarias.<sup>25</sup> Mindez a későbbiekben megakadályozza, hogy az így beszélő, most már felnőtt nőket erős, a hatalommal élni tudó, önálló döntéseket meghozni, a felelősséget vállalni képes, teljes, felnőtt embernek tekintsék. Ettől a pillanattól fogva ördögi körbe, kettős kötés szorításába kerül a nő: ha változtat nőies nyelvhasználatán, akkor nőietlennek, agresszívnek, s kevésbé szeretetreméltónak fogják tekinteni, ha azonban megtartja azt, akkor a hatalommal való élésre képtelennek. (Vö. Kendall és Tannen 1997 és az általuk idézett kutatások: Crawford 1988, Carli 1990.)

A feminizmus első irányzata<sup>26</sup>, a liberális feminizmus a nők számára a férfiakéval azonos jogokat, egyenlő esélyeket követel. Helyet követel a nők számára a férfiak világában, mely világot azonban, ezen túl, nem akarja megváltoztatni. A nők hatalmi pozícióban való megjelenése feltételezi a nőknek a férfiak világához, értékrendjéhez, normáihoz s így nyelvhasználatához való alkalmazkodását is. A férfias nyelvhasználat átvétele, természetessé válása így megoldja a problémát. Megszűnik a nők férfiaktól való negatív megkülönböztetése, nincs nő és férfi, csak ember van. Mivel azonban a világ alapvetően a férfiak által uralt világ az Ember is a férfi mintájára képzelődik el.

### 2.3.2. A radikális feminizmus és a férfi–női nyelvhasználat

A radikális vagy *standpoint* feminista irányzatok ezzel szemben nők és férfiak gyakran biológiai okokra visszavezetett különbözőségét hangsúlyozzák. A speciálisan női értékeket: a szolidaritást, a gondoskodást, a törődést, az empátiát, az érzelmekre, kapcsolatokra való figyelmet ünneplik, s követelnek ezen értékek számára nagyobb helyet és megbecsülést a társadalomban. A negatívan megítélt férfivilággal szemben egy alternatív, női értékekre alapozott világot mutatnak fel.

Ennek megfelelően a társadalmi nem és nyelvhasználat egyes kutatói a férfi és női nyelvhasználat különbségeit hangsúlyozva a női nyelvhasználat sajátosságaiban rejlő előnyökre hívják fel a figyelmet. Szemben a Lakoff által fémjelzett deficitmodellel, mely a nőies nyelvhasználat hátrányait hangsúlyozza, a differenciamodellel ezen képviselői a státuszorientált férfibeszédmóddal szemben a szolidaritás-orientált női beszédmódot tartják a követendő példának (pl. Coates 1996).

---

<sup>25</sup> Lakoff többek között a következőket tartja a nők nyelvhasználatára jellemzőnek: a nők több ún. üres melléknevet (*isteni, édes*), több udvariassági formulát, több kérdést és 'ugye' kérdést, több habozást kifejező töltelékszót, pontosabb színmegnevezéseket, kevesebb erőteljes kifejezést, kevesebb káromkodást használnak.

<sup>26</sup> A feminizmus különböző irányzatairól, melyeknek a jelen dolgozat keretében nem adhatjuk kimerítő tárgyalását, jó összefoglalást ad Scott (1988: 28–50).

### **2.3.3. Nemek közötti kommunikáció mint kultúraközi kommunikáció**

Meg kell említeni, hogy van a társadalmi nem és nyelvhasználat kutatásának egy a feminista irányultságú kutatók által általában elvetett irányzata is. Ez az elsősorban Deborah Tannen (1986, 1990) által népszerűsített elgondolás szintén a férfi és női nyelvhasználat különbségeit hangsúlyozza, ezeket a különbségeket a kultúrák közötti kommunikációs különbségekhez hasonlítja, s úgy véli, hogy ez, akárcsak a kultúrák közötti, a nemek közötti kommunikációban is, számos félreértés forrása lehet. Az okokat az 5–15 év közötti kortárs csoportokban zajló szocializációban keresik. A kutatások szerint a gyakran homogén<sup>1</sup> fiú-, illetve lánycsoportok eltérő értékek mentén szerveződnek. A kisebb, tiszta lánycsoportokban a szolidaritás, az egyenlőség, a legjobb barátnő szerepért folyó versengés, a titok megosztása, az intimitás a jellemző, a nagyobb, tiszta fiúcsoportok ezzel szemben hierarchia mentén szerveződnek, a státusz megszerzésért és megtartásáért folyik a versengés. (Erről lásd: Maltz és Borker 1982.) Ezek az eltérések azután a nyelvhasználat különbségeiben is kifejeződnek.

Feminista szerzők azért támadják a differenciamodell ezen képviselőit, mert úgy vélik, hogy ez az elmélet nem tulajdonít megfelelő szerepet a hatalom egyenlőtlen eloszlása kérdésének. Tannen szerint a félreértések mindkét fél alapvető jószándéka ellenére is bekövetkeznek. Elmélete tehát a helyzet megváltoztathatatlanágáról, a status quo-ba való beletörődésről is szól.

### **2.3.4. Posztmodern feminizmus és a férfi–női nyelvhasználat**

A legújabb, posztmodernnek nevezett feminista irányzatok elvetik a nő és férfi esszencialista, univerzalisztikus felfogását. A férfiasságot és a nőiességet társadalmi konstrukciónak, így kor- és társadalomfüggőnek tekintik. Az identitások, így a nemi identitások sem állandóak és rögzítettek; a társadalmi nemet, sőt egyes vélemények szerint a biológiai nemet sem lehet dichotóm, különálló kategóriaként felfogni. A posztmodern feminista szerző, Judith Butler (1999, [1990]) a társadalmi nemekkel való játékot, a határok átlépésének lehetőségét vizsgálva a társadalmi nem kialakításának aktív, performatív jellegéről beszél, és a szabadságot adó ágencia elsőbbségét (vagy legalábbis jelenlétét) hangsúlyozza a kényszerítő struktúrával szemben (mellett).

Az identitások részben éppen a nyelvhasználat során, a nyelvi választások segítségével, viszonylagos szabadsággal alakíthatók. A legújabb kutatások a társas nyelvi interakciókat konkrét közösségek konkrét gyakorlataiban vizsgálják. A társadalmi nem és nyelvhasználat kapcsolatának kutatásában egyre nagyobb teret nyer az erre a módszerre alapozott gyakorlatközösségek mo-

dellje<sup>27</sup>. E megközelítés hívei szerint nem beszélhetünk általában férfiről és nőről, így általában férfi és női nyelvhasználatról sem. A nyelvhasználat egyes jellemzői az adott gyakorlatközösség identitásteremtő gyakorlatában tesznek szert jelentésre.

### 3. A kutatás

A bevezetőben említett kérdések megválaszolása érdekében 2001. január 15. és április 15. között három hónapot töltöttem egy közepes méretű magyar, budapesti székhelyű vállalatnál (a tulajdonosok között magyarok és külföldiek egyaránt vannak, a munkavállalók azonban kivétel nélkül mind magyarok), egészen pontosan a vállalat két részlegén, a marketingigazgatóságon és a termelés irányításával, szervezésével foglalkozó operációs igazgatóságon.

#### 3.1. A kutatás módszerei

Az általam vizsgált két igazgatóság a fenti értelemben vett gyakorlatközösségnek tekinthető. A gyakorlatközösségek jelentésteremtő gyakorlatának vizsgálatára az egyetlen megfelelő módszer a megfigyelés, ezen belül is az az antropológiai jellegű megfigyelés, amely a kutatónak és a kutatás alanyainak (viszonylag) hosszú távú együttélését írja elő, hiszen csak ez teszi lehetővé a közösségben zajló különféle tevékenységek (így a nyelvi tevékenységek) jelentésének pontos, azaz a közösség tagjainak értelmezésével egybeeső megértését.

A kutatás elsődleges módszerének tehát én is a megfigyelést választottam, azaz három hónapon keresztül időm jelentős részét az említett munkahelyen töltöttem. Együtt voltam az ott dolgozókkal a formális értekezleteken, külső partnerekkel való tárgyalásokon, a magányos és kiscsoportos munkavégzés óráiban, de eljártam velük ebédelni, igyekeztem jelen lenni a folyosói beszélgetéseken, részt vettem velük többnapos kihelyezett konferencián, és néhány napon keresztül árnyékként kísértem (*shadowing*) a két igazgatóság első számú emberét.

A megfigyelés (részben etikai, részben pragmatikus megfontolásokból) nyílt volt, azaz a kutatás alanyai tisztában voltak ottlétem hozzávetőleges céljával (tudták, hogy a munkahelyi kommunikációt tanulmányozom, nem tudták, hogy figyelmem fókuszában a férfi–női nyelvhasználat sajátosságai állnak). Megfigyelői státuszomat a *perifériális tag* kifejezés<sup>28</sup> írja le legjob-

---

<sup>27</sup> „A gyakorlatközösségeket emberek olyan csoportjai alkotják, melyek kölcsönös elkötelezettségek, közös törekvések mentén szerveződnek” (Eckert és McConnell-Ginet 1998: 490, ford.: S. N.).

<sup>28</sup> A perifériális tag „elég közelről figyel meg a tagokat, és lép velük interakcióba ahhoz, hogy bennfentes identitást hozzon létre anélkül, hogy részt venne azokban

ban. A megfigyelés során terepnaplót vezettem, és a megfigyelés második szakaszában magnófelvételeket készítettem.

A megfigyelés módszerét a társadalomtudományi kutatás háromszögelési kívánalmának megfelelően egyéb módszerekkel egészítettem ki. A magnófelvételek készítésére azért volt szükség, hogy a későbbiekben az így rögzített interakciókat konverzációelemzésnek vehessem alá, s ezáltal a megfigyelés bizonyos fokig szubjektív benyomásait objektív ellenőrzésnek tehessem ki. Ugyanakkor az interakció számos jelensége első hallásra a beszéd temporális jellegéből adódóan nem ragadható meg, ezeket a jelenségeket csak az ismételt meghallgatás és az ezt követő konverzációelemzés teszi lehetővé. Másrészt a megfigyelés lehetővé teszi az interakció kontextusának pontos ismeretét, s ezáltal segít a konverzációelemzésben feltárt jelenségek pontos értelmezésében.

Kiegészítő módszerként alkalmaztam ezenkívül a kérdőívet, melynek segítségével elsősorban a két igazgatóság dolgozóinak demográfiai adatait gyűjtöttem össze; az interjút a személyes vélemények megtudakolására. (Mindenkivel átlagosan egy óra hosszú, lazán strukturált interjút készítettem.) S végül a kapcsolathálók, szimpátiaviszonyok feltérképezésére mindkét igazgatóságon szociometriai felvételt is készítettem.

### **3.2. A kutatás alanyai**

Mint említettem, a kutatás egy magyar iparvállalat két igazgatóságán zajlott. A kvalitatív kutatásoknak nem célja a reprezentatív mintavétel, mivel nem általánosítható eredmények megfogalmazására, hanem egy-egy jelenség pontosabb megértésére törekednek. A pontosabb megértést ugyanakkor elősegíti, ha a kutatás fókuszában álló jelenséget eltérő kontextusokban vizsgáljuk. Ezt a célt szolgálta, hogy a megfigyelés két, számos dimenzióban egymástól jelentősen eltérő szintéren zajlott.

A marketingigazgatóságon a megfigyelés időszakában 17–19 ember dolgozott, 4 férfi és 13–15 nő. A marketingigazgató pozícióját egy 34 éves nő töltötte be. Az operációs igazgatóságon 18–19 alkalmazott dolgozott, közülük 8 volt férfi és 10–11 nő. Az operációs igazgató posztját ebben az időszakban egy 47 éves férfi töltötte be.

Az alábbi táblázat a két igazgatóság közötti néhány további megfigyelt különbséget foglalja rendszerbe.

---

a tevékenységekben, melyek a csoporttagság lényegét alkotják” (Adler és Adler 1994: 380, ford.: S. N.).

## MARKETING

## OPERÁCIÓ

### Fő tevékenység

szimbólummanipuláció                      adatmanipuláció

### Munkaidő

rugalmas, késői kezdés                      kötött, korai kezdés

### Munka helyszíne

egy nagy, újonnan felújított;                      öt kicsi, sötét, rossz állapotú,  
világos, 'amerikai stílusú' szoba                      'szocialista stílusú' szoba

### Átlagéletkor

34 (fiatalok)                      42 (idősebbek)

### Jövedelem

magas fizetések, vállalati autó                      alacsonyabb fizetések, nincs  
mobiltelefon                      vállalati autó és mobiltelefon

### Végzettség

felsőfokú végzettség                      csak a dolgozók felének van  
felsőfokú, a többieknek  
középfokú végzettsége

### Család

főként egyedülálló                      főként családosok

### A munka ritmusa

dinamikus                      statikus

### Kapcsolat más igazgatóságokkal és külső partnerekkel

sok, nyitott                      kevés, zárt

### Időbeli orientáció

jövő; határozott, optimista                      múlt v. jelen;  
karriertervek                      nincsenek határozott tervek

### Arculatvédelem

fontosabb a felettesek felé                      fontosabb a beosztottak felé

### Interakciók száma

sok; sűrű kommunikáció,                      kevés; ritka kommunikáció,  
hangos                      csendes

### Hangulat

laza, vidám                      gyakran frusztrált, levert

### Vezetési stílus

inkább egalitáriánus                      inkább autoriter

### **3.2.1. A nők helyzete**

A fentiekből látszik, hogy mindkét igazgatóságon, de elsősorban a marketingigazgatóságon az első számú vezetői pozíciót is nő, ráadásul igen fiatal nő tölti be. Általában elmondható, hogy a marketingigazgatóságon dolgozó fiatal, több nyelvet beszélő, magas végzettségű nők pozíciójukat, fizetésüket, vállalati támogatottságukat figyelembe véve nagy elismertségnek örvendnek, kiugróan jó feltételek között végezhetik a munkájukat. Ez tükröződik az alapvető megelégedettséget, jövőorientáltságot, pozitív karrierképet mutató attitűdjeikben, véleményeikben is.<sup>29</sup>

Ugyanez nem mondható el az erősen férfiközpontú, a hagyományos munkahelyekre jobban emlékeztető operációs igazgatóságon elsősorban beosztottként dolgozó nőkről, akik gyakran frusztráltak, elégedetlenek, a jövőre nézve inkább borúlátóak, előmenetelben általában nem reménykedők. Ennek a helyzetnek természetesen számos történelmi, ágazati, intézményi, családi, személyes stb. – itt most bővebben nem részletezhető – oka lehet. A szituáció mindenestre alátámasztani látszik Pierre Bourdieu-nek azt a megfigyelését, miszerint a nők, hagyományos szerepeik okán, elsősorban azokon a területeken lehetnek sikeresek, ahol szimbolikus javakkal történő bánás folyik (2000: 107).

## **4. A kutatás néhány előzetes eredménye**

Az alábbiakban a kutatás során kialakult első hipotéziseket fogalmaznám meg, hangsúlyozva, hogy az adatok teljes körű feldolgozása, elsősorban a rögzített interakciók transzkripciója és elemzése még nem történt meg, ez tehát a későbbiekben módosíthatja, árnyalhatja az itt idő- és terjedelmi korlátokból amúgy is csak vázlatosan felrajzolt képet.

### **4.1. Nyelvhasználati sajátosságok**

Általánosságban elmondható, hogy a két vezető eltérő vezetési stílusa – inkább autoriter (operációs igazgató), illetve inkább egalitáriánus (marketingigazgató) – eltérő nyelvhasználati stílusuk által is megvalósul, azaz a marketingigazgató nyelvhasználata inkább szolidaritásorientált (gyakori a többes szám első személyű névmások, igealakok használata, az indirekt fogalmazás, a kérdések formájában megfogalmazott javaslatok, a kérések formájában megfogalmazott utasítások, a közös döntéshozatalra irányuló nyelvi

---

<sup>29</sup> A véleményekben és attitűdökben megmutatkozó különbségek szempontjából a nem dimenziójánál fontosabbnak tűnik a kor dimenziója. Az idősebbek általában lényegesen kevésbé elégedettek a helyzetükkel. Mindez feltehetőleg összefüggésbe hozható a cég életében a rendszerváltást követően végbement változásokkal.

formák stb.), míg az operációs igazgató nyelvhasználata inkább státuszorientált (gyakoriak a direkt utasítások, a kizárólag információátadásra törekvő beszédaktusok, az egyértelmű, tömör, világos fogalmazásra való törekvés, a viccmondás).

Ezek a megfigyelések igazolni látszanak a radikális feministák által is megfogalmazott különbségeket, melyek a férfi és női nyelvhasználat, illetve a férfi és női értékrend között fennállnak, ugyanakkor az elismert felső vezetői pozíció a női nyelvhasználati sajátosságok sikerességére is utalhat.

Érdekesebb, összetettebb kép rajzolódik ki azonban akkor, amikor a vizsgálódást a többi munkavállaló nyelvhasználatára is kiterjesztjük. Mind a marketingigazgatóságon, mind az operációs igazgatóságon vannak, igaz kisebbségben, olyan nők, akiknek a nyelvhasználatára inkább az általában 'férfiasként' leírt vonások jellemzők. Ami talán még érdekesebb, van olyan férfi is, akire inkább a 'nőiesnek' leírt nyelvhasználat a jellemző. Végül vannak olyanok, akik nyelvhasználatukban keverik a 'férfias' és 'nőies' jegyeket, van például olyan nő, aki miközben sokat és erőteljesen káromkodik, utasításait mindig kérdés vagy kérdés formájába csomagolva, indirekt, udvarias módon fogalmazza meg.

Ezek a megállapítások a radikális feminizmussal szemben inkább a posztmodern feminizmus nyelvhasználatra vonatkozó elméletét látszanak alátámasztani. Úgy tűnik, nem beszélhetünk általában a férfiak, illetve a nők nyelvéről, melyet valamiféle biológiai determinizmus vagy nemfüggő, de a nemen belül egységes szocializációs gyakorlat alakítana ki. A 'nőies' és 'férfias' nyelvhasználati vonások keverése igazolni látszik azt a feltételezést, hogy az egyének bizonyos szabadsággal válogathatnak a rendelkezésükre álló nyelvi variációk között, melyek segítségével a situációtól, céljaiktól stb. függően alakíthatják saját identitásukat, így nemi (*gendered*) identitásukat is.

#### **4.2. A szociometriai felmérés**

További érdekes összefüggésekre deríthet fényt a szociometriai felmérés néhány eredménye, mely, úgy tűnik, Lakoff klasszikus cikkéhez visz vissza minket. A szociometriai felvétel adatainak elemzése azt mutatja, hogy azok a nők, akikre 'férfias' nyelvhasználat volt jellemző, nem örvendnek nagy népszerűségnek társaik körében. Ezeket a nőket ugyanakkor a többiek sikeresnek, potenciálisan nagy karriert befutóknak látják (A szociometria a szimpátiára és sikerességre vonatkozóan is tartalmazott kérdéseket.) Ezt alátámasztották az interjúk és a megfigyelés is. Ez azt jelzi, hogy ha a nők átveszik a férfiakra jellemző nyelvhasználati szokásokat, azt a társaik ugyan sikeres, de ellenszenves stratégiának ítélik.

A szociometriai felvétel további érdekes eredménye, hogy az operációs igazgatóság legnépszerűbb (legtöbb szimpátiaszavazatot kapó), bár a sikeresség és karrierkilátások szempontjából nem túl pozitívan értékelt tagja az a férfi lett, akinek nyelvhasználatára a 'nőies' vonások voltak önmaga és mások által is megerősítetten jellemzők.

Úgy tűnik tehát, hogy Lakoff megállapításával egybecsengően a 'nőies' vonásokhoz a szeretetreméltóság, a 'férfias' vonásokhoz a sikeresség képzelethez kötődik.

Végül a marketingigazgatóság legnépszerűbb, ugyanakkor az egyik leg-sikeresebbnek ítélt tagja az a nő lett, aki nyelvhasználatában rendszeresen keveri a 'férfias' és 'nőies' vonásokat. Ez az eredmény biztató kiutat, megoldási lehetőséget mutathat fel azon nők számára, akik úgy érzik, nyelvük csapdájába vannak zárva.

Az adatok további elmélyült elemzésére van szükség azonban ahhoz, hogy feltárhassuk azokat a mechanizmusokat, melyek a fent tárgyalt benyomásokot a kutatóban és a kutatás alanyaiban létrehozták.

### Hivatkozások

- Adler, Patricia A. és Adler, Peter 1994. Observational Techniques. In: Denzin. Norman K. és Yvonna S. Lincoln (eds.) *Handbook of Qualitative Research*. London. Sage.
- Bourdieu, Pierre 2000 [1998]. *Férfiuralom*. Budapest. Napvilág Kiadó.
- Butler, Judith 1999 [1990]. *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. New York. Routledge.
- Coates, Jennifer 1996. *Women Talk: Conversation Between Women Friends*. Oxford. Blackwell.
- Drew, Paul és Heritage, John (eds.) 1992. *Talk at Work. Interaction in Institutional Settings*. Cambridge. Cambridge University Press.
- Eckert, Penelope és McConnell-Ginet, Sally 1998 [1992]. Communities of Practice: Where Language, Gender, and Power All Live. In: Coates, Jennifer (ed.) *Language and Gender. A Reader*. Oxford. Blackwell.
- Ellis, Donald G. 1999. Research on Social Interaction and the Micro-Macro Issue. In: *Research on Language and Social Interaction*, vol. 32/1-2, 31–40.
- Gal, Susan 2001. Beszéd és hallgatás között. In: *Replika* 45-46, 163–189.
- Giddens, Anthony 1995. *Szociológia*. Budapest. Osiris.
- Holmes, Janet (ed.) 2000. *Gendered Speech in Social Context. Perspectives from Gown and Town*. Wellington, Victoria University Press.
- Iedema, Rick és Wodak, Ruth 1999. Introduction: organisational discourses and practices. In: *Discourse and Society*. 10/1.
- Kendall, Shari és Tannen, Deborah 1997. Gender and Language in the Workplace. In: Wodak, Ruth (ed.) *Gender and Discourse*. London. Sage. 81–105.



- Lakoff, Robin 1975. *Language and Woman's Place*. New York. Harper and Row.
- Maltz, Daniel N. és Borker, Ruth A. 1982. A Cultural Approach to Male-Female Miscommunication. In: Gumperz, John (ed.) *Language and Identity*. Cambridge. Cambridge University Press. 195–216.
- Nagy Beáta 2001: *Női menedzserek*. Budapest. Aula.
- Scott, Joan Wallace 1988. *Gender and the Politics of History*. New York. Columbia University Press.
- Tannen, Deborah 1986. *That's not what I meant. How conversational style makes or breaks your relationship with others*. New York. Ballantine. Magyarul: *Miért értjük félre egymást?* Ford: Reményi Andrea. Budapest. Tinta Könyvkiadó.
- Tannen, Deborah 1990. *You Just Don't Understand!* New York. Ballantine.
- Wieder, D. Lawrence 1999. Ethnomethodology, Conversation Analysis, Microanalysis and the Ethnography of Speaking (EM-CA-MA-ES): Resonances and Basic Issues. In: *Research on Language and Social Interaction*. 32/1-2, 163–171.

## Az új információs-kommunikációs technikákkal kapcsolatos dilemmák

### 1. Digitális szakadék?

1.1. A digitális, hálózati és interaktív infovilág jellegzetességeit fürkésző kutatók többsége egyetért abban, hogy az új körülmények között az egyik legjelentősebb feszültségforrás a kommunikációs infrastruktúrához és a digitális információhoz való „hozzáférhetőség [lesz], ami tulajdonképpen számos egymáshoz kapcsolódó jelenségegyüttest takar. Az új, felfokozott információs világban való részvételhez – ami persze nem feltétlenül kötelező és nem feltétlenül pozitív visszhangú – legelőször is technikai eszközökre van szükség. Ha valóban egy információs társadalmi fejlődésnek vagyunk a tanúi, akkor szükség van arra, hogy mindenki egyenlően hozzáférjen a technológiához és a tartalomhoz. Hogyan lehetséges ez, ha a technológia egyrészt pénzigényes, másrészt a használata tudásigényes? Mi lesz a kizártaké? A hozzáférés tehát többretegű, egyszerre technológiai, tartalmi (információs), tudásbeli és anyagi konfliktus” (Pintér 2001: 131).

Nyilvánvaló ellentmondásban azokkal az utópisztikus elgondolásokkal, amelyek – mint ahogy ez például Nicholas Negroponte ismert könyvében is olvasható (Negroponte 1995) – azt jósolják, hogy a digitális, interaktív, hálózati kommunikáció korában a feszültségekkel járó társadalmi-kulturális különbségek mintegy aktualitásukat veszítik és feloldódnak a hierarchiákat nem ismerő hálózatok és a digitális információgazdagság világában, sokan úgy látják, „egyre növekvő aggodalom tapasztalható abban a kérdésben, hogy amikor az információs társadalmunkat létrehozuk, nem okozunk-e további megosztottságot a társadalomban: különbséget teszünk azok között, akik hozzáférnek az információhoz és azokat megfelelően használni is tudják, és azok között, akik mindezt képtelenek megtenni. Pontosabban: aggodalomra az ad okot, hogy a társadalomban a szegények és gazdagok, a műveltek és kevésbé műveltek, a többség és az etnikai kisebbségek, a nyelvi és vallási csoportok, a fizikailag vagy szellemileg ép és fogyatékos emberek közti különbséget elmélyíthetjük, konzerválhatjuk” (Moore 1998: 240).

Híres munkájában Manuel Castells is olyannak ábrázolta a hálózati kommunikáció szervezte társadalmat, mint amelyben mélyülő szakadék húzódhat azok között, akik – az egyik oldalon – a hálózati kommunikáció vilá-

gában interaktívan képesek élni az új technikák kínálta lehetőségekkel, és azok között, akik – a másik oldalon – erre az interaktivitásra nem képesek, hanem megmaradnak passzív befogadói szerepben. (Castells 1996–1997). „[...] A jövődönt információs társadalom [...] kijegecesedett alakjában [...] az interaktívak és a nem interaktívak kommunikációs terének totális szétválasztása miatt egy olyan, bizonyos értelemben kasztrendszer jellegű képződménynek ígérkezik, amelynek két, sok szegmensből álló főcsoportja között minimális mennyiségűre redukálódnak a kommunikációs kapcsolatok” (Varga 1999: 71). „[...] A ‘digital divide’ létét vallók a globális hálózattal összefüggő társadalmi átalakulást nem univerzális haladásként látják, hanem nagyon is tekintettel vannak a nyertesek és vesztesek, a vele élni képesek és a belőle kiszorultak új egyenlőtlenségének aggasztó tendenciájára [...] Az információs infrastruktúrával élni képes elit, illetve a technológiai globalizációból kiszoruló tömegek, tehát a jövátelhetetlenül mélyülő szakadék rémképe éppúgy érvényes lehet akár egy-egy országon belül, mint az első és a harmadik világ kettőségét szemlélve” (György 2001: 26).

Hazai vonatkozásban mindenképpen elgondolkodtatók az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportnak a számítógépes infrastruktúra használatára és a digitális illiteráció elterjedtségére vonatkozó adatai. 2001-ben országos reprezentatív mintán végzett felmérés eredményei szerint a felnőtt lakosságnak mintegy 25-30 százaléka rendelkezik alkalmi vagy rendszeres számítógép-hozzáféréssel, és csupán 12-13 százalékra tehető azoknak aránya, akik valamilyen módon képesek az internethez kapcsolódni (Tölgyesi 2002: 186).

1.2. Sajnálatosnak minősíthető jelenség, hogy a társadalmi kommunikáció jelenségvilágát a kutatók és az érdeklődő közönség is hajlamos egyfelől pusztán a média és a politikai nyilvánosság területeire, másfelől a kommunikációtechnológia fejlődésének néhány, a műszaki-technikai újdonságok kínálta látványos és divatos eredményére szűkíteni, mint amilyen a mobiltelefon, a multimédia, a számítógépes világháló, a digitalizáció. Kétségtelen, hogy a modernizációhoz elengedhetetlen a műszaki-technológiai fejlődéssel való lépéstartás, ugyanakkor az sem vitatható, hogy egy nemzet kommunikációs kultúrájának színvonalát és erejét, modernizálódásának és az információs társadalomba történő belépésének esélyeit alapvetően meghatározza, hogy népességét milyen mértékben jellemzi az anyanyelvi és idegen nyelvi kommunikációs készségeknek és jártasságoknak a gazdagsága, kidolgozottsága vagy esetleg szélesebb körben mutakozó visszamaradottsága.

A kilencvenes években végzett adatfelvételeink eredményei szerint a magyarországi felnőtt lakosság számottevő rétegeiben az anyanyelvi literációs készségek és az idegen nyelvi ismeretek mind mennyiségi, mind minőségi szempontból messze elmaradnak azoktól a követelményektől, amelyeket

egy, az információs társadalom eszméjét megvalósítani hivatott szerveződés és kulturális közeg támaszt jövőbeli tagjaival szemben (Terestyéni 2002a). A felnőtt magyar lakosság körében a funkcionális illiteráció Magyarországon (is) népes csoportokat veszélyeztető szociokulturális probléma, amely mély és valószínűleg egyre növekvő szakadékot képez a társadalomnak az információs-kommunikációs forradalom követelményeihez alkalmazkodni képes és az ezen követelményektől leszakadó része között. Ami pedig az idegen nyelv-tudást illeti, igencsak megalapozottnak tűnnek azok a mind külföldi, mind magyar oldalról nem ritkán a tömegkommunikációs eszközökön keresztül is megfogalmazódó panaszok, aggodalmak, kritikák, hogy Magyarországon – az elmúlt évtizedben tapasztalható vitathatatlan nyelvtudásbővülés ellenére – az élet minden területén hiány van nyelveket jól beszélő szakemberekben. Aligha kétséges, hogy egyfelől az írás-olvasási anyanyelvi, másfelől az idegen nyelvi kommunikációs készségek széles rétegeket érintő viszsamaradottságának – sajnálatos módon – fokozódó szociokulturális szegregáció lesz a következménye, hiszen miközben a népességnek a modern technológiák birtoklásához és működtetéséhez megfelelő gazdasági és szellemi potenciállal rendelkező elit csoportja(i) különösebb gond nélkül besétál(nak) az információs társadalomba, az ezen potenciállal nem rendelkezőknek a feltehetően túlnyomó többséget alkotó sokasága kívül reked.

1.3. Miután a literációs és idegen nyelvi készségek és ismeretek legfőbb forrása az iskola, a kedvezőtlen helyzet kialakulásának, a sokakat korlátozó információs-kommunikációs kompetencia-hiánynak az alapvető okát alighanem az oktatás gyengülő színvonalában kell keresnünk. „A tendencia figyelemreméltó: ... csökken a közoktatás minősége, kevesebbet és egyre rosszabbul tudnak olvasni a diákok... Az iskola 8 osztályában a kilencvenes évek közepén minden nyolcadik 14 éves rosszabbul olvas, mint egy évtizeddel ezelőtt. Különösen az érettségi előtt állók körében szembeszökő az olvasásteljesítményben a 20 százaléknyi teljesítménycsökkenés, ami másképpen azt jelenti, hogy minden ötödik ember rosszabbul olvas, mint szűk tíz évvel ezelőtti hasonló korú társaik” (Sáska 1999: 53). Az idegen nyelvek ismeretének terén az elmúlt évtizedben tapasztalható volt ugyan némi előrelépés, a kedvező változás mértéke azonban messze elmaradt attól, amire az iskolázottsági szint (általános emelkedése) alapján számítani lehetett volna.

Ha tehát minél több embert interaktív részesévé kívánunk tenni az információs társadalomnak, akkor a közoktatás jelentőségét, színvonala emelésének szükségességét, a reprimítívizáció terjedése megállításának követelményét nem lehet eléggé hangsúlyozni. Persze esetleg akadhatnak, akik azt gyanítják, hogy az anyanyelvi literációnak és az idegennyelv-tudásnak, illetve az oktatás színvonalának a technikai fejlődés kontextusában való emlegetését valamiféle technofób filosz attitűd motiválja. Hogy ez mennyire nem

így van, azt mi sem bizonyíthatja jobban, mint az, hogy a literációnak illetve az oktatásnak a problémáját maga Manuel Castells is központi jelentőségűnek látja. „Az Információs Korszakba való belépés sikere azon a képességen múlik, hogy az egész társadalom iskolázottá tehető-e, hogy képesek-e befogadni és kezelni a komplex információkat. [...] És mindez természetesen erősen kötődik a kulturális fejlődés teljes folyamatához, beleértve a funkcionális analfabétizmus szintjét, a média tartalmát és az információ szétesztását a nemzeten mint egészen belül” (M. Castells 1998, idézi Pintér 2000: 16).

## **2. Interaktív televíziózás?**

2.1. A digitalizáció médiaátformáló hatását a szakértők a kép- és hangminőség javulása mellett nem utolsó sorban abban látják, hogy megteremti egy olyan interaktív televíziózásnak (ITV) a technikai feltételeit, amelyben a nézők nem pusztán passzív fogadói a hozzájuk eljuttatott műsorcsomagnak, hanem a sokszorosára növekedett információkínálatból egyéni érdeklődésüknek megfelelően saját maguk is alakíthatják azt, amit végül is „elfogyasztanak”. A digitalizáció hatalmas előnye a hagyományos broadcast televízióval szemben, hogy „a meglévő műholdas műsorszóró csatornák átviteli kapacitásait jelentősen növelni lehet a képfolyamok tömörített sugárzásával... Tehát azon a műholdas csatornán, ahol korábban egy műsort sugárzott a hold, ott tömörítve [...] hat-nyolc független képfolyamot lehet sugározni, és a központi vevőállomáson szétbontva, például kábelen továbbítani. Kérdés, hogy az így megsokszorozott csatornák mit is fognak majd szétesztani? Egy másik előny olyan kiegészítő, esetleg interaktív szolgáltatások lehetősége, amiket a számítógép-hálózat már jelenleg is nyújt, és amelyeket szorosabban lehetne, kellene kötni a televíziós műsorhoz” (Tölgyesi 1998: 60).

2.2. A digitális technikán alapuló interaktív televíziózással kapcsolatos tapasztalatok, melyek főként az Amerikai Egyesült Államokból (Florida), az Egyesült Királyságból, Hongkongból és Szingapúrból származnak, egyelőre meglehetősen ellentmondásosak. „Az iparági szakértők az ITV terjedésére számítanak, függetlenül attól, hogy az elmúlt évtizedekben a nagyszabású kísérletek és az óriási befektetések ellenére sem következett be áttörés [...] Sokak szerint a digitális kábeles terjesztés lesz az a technika, amely már tömeges méretekben, jó minőséggel, megfizethető áron teszi elérhetővé az interaktív szolgáltatásokat.” Úgy tűnik, hogy amikor a technikai-gazdasági-szabványosítási-egységesítési akadályok leküzdődtek, „akkor jönnek azok a piaci korlátok, amelyeken a legtöbb eddigi ITV-kísérlet megbukott. Meg kell találni azokat az alkalmazásokat, azt a „killer application”-t, amelynek segítségével elérhető a piaci áttörés, és amely olyan hozzáadott értéket tud adni a fogyasztónak, amely valóban megéri a többletbefektetést. Ebben az esetben is számolni kell a fogyasztói magatartás jellemzőivel, mégoly vonzó szolgál-

tatás esetén is hosszú idő kell a nézői szokások átalakításához és az interaktív televíziózás teljes körű elfogadásához. [...] Külön probléma lehet, hogy a nézők többsége könnyed, passzív szórakozásnak tartja a televíziózást, és kérdés, hogy hajlandók lennének-e egy számítógépes klaviatúrával vagy egy alfanumerikus távirányítóval az ölükben leülni a készülék elé” (Urbán 1999: 39–40). „A csodadoboz, amit az amerikai fejlesztők a tévékészülék tetejére álmodnak és esetenként már tesznek is, a set top box valószínűleg inkább riasztja a televíziós műsorszórás gyakorlati képviselőit. Nem eredményeztek túl nagy sikert, népszerűséget a korábbi interaktív televíziós kísérletek sem, s csak a bonyolult technikai megoldások emléke maradt utánuk. Ilyen félelem van az új, integrált otthoni hálózati végpontot képviselő dobozzal szemben is. Most a helyzet annyiban más, hogy kialakult, vagy legalábbis kialakulóban van egy egyre szélesedő használói réteg, amely az Internet varázslatait igyekszik birtokba venni. Ha számukra könnyebb technikakezelést vagy épp olcsóbb csatorna-hozzáférést jelent az új lehetőség, legyen akár kábelmodem a megvalósítója, akár set top box a megtestesítő, akkor vevők lesznek az újításokra” (Tölgyesi 1998: 60). Ha viszont a számítógép aspirál a háztartás médiaközpontjának szerepére, akkor „a piaci siker egyik legfőbb akadály – a drágaság és a számítógép kisebb elterjedtsége mellett –, hogy az emberek jelentős része a televíziózást szórakozásnak tartja, nem szívesen vonja össze az elsősorban munkaeszközként használt számítógéppel” (Urbán 1999: 40).

2.3. Miközben a digitalizációnak és a média konvergenciájának lelkes jósnokai a hagyományos broadcast televíziózás elenyészését jelzik előre, sokan úgy tartják, hogy korai lenne a klasszikus televíziózást temetni. Nemcsak arra kell gondolni, hogy a digitális eszközök uralkodóvá tétele igen komoly befektetéseket igényel, mégpedig nemcsak az információs-kommunikációs ipar nagyvállalkozóitól, hanem a maguk szintjén a fogyasztóktól is, és ez mindenképpen lassítja, illetve – legalábbis egyelőre – a gazdaságilag legpotensebb és már eleve interaktív elvárásokkal rendelkező rétegekre korlátozza a folyamatot, hanem arra is, hogy a broadcast televíziózásnak még a digitális eszközök és a széles körű interaktivitás korában is megvannak a maga funkciói, például az, hogy közös tudást, közös élményanyagot, közös referenciatartományt teremtve és értékeket, életmódmintákat kultiválva hozzájárul a közönségnek kulturális közösségé alakulásához. Hasonlóképpen nem elhanyagolható és feltehetően a médiakonvergencia világában is továbbélő funkciója a hagyományos broadcast médiának a tematizáció, a társadalmilag fontos ügyeknek a felmutatása, a közös megvitatásra szánt napirendeknek a kijelölése, vagyis a politikai közösség referenciakereteinek és a társadalmi diszkurzus feltételeinek kialakításában játszott szerep. Mindezzel összefüggésben az új médiaviszonyok között is továbbélésre számíthat a hitelességet és a minőséget biztosítani hivatott információs-kommunikációs

közszolgálat, hiszen az állampolgárok a számukra elérhető információk mennyiségének növekedésével még inkább igényelhetik a mértékadó orientálást. „A legszélesebb értelemben vett társadalmi diszkurzusba való bekapcsolódás [véleményem szerint] olyan elemi fogyasztói igény, aminek kielégítésében – nekünk tetsző, kevésbé tetsző vagy egyáltalán nem tetsző módon – a tömegkommunikációnak bizonyítottan jelentős, talán pótolhatatlan szerepe van [...] S egyáltalán: ha a televízió elsősorban szórakoztató médium, mint ahogyan az, akkor valószínű, hogy olykor-olykor hagyjuk magunkat terelgetni, elringatni, elcsábítani – ez szinte kínálat és hangulat kérdése. Mindez nem teszi kérdéssé, hogy a digitális média világában nő majd a fogyasztói döntések szuverenitása, mintegy folytatásaként annak a folyamatnak, ami már az analóg világban a fizető tévék megjelenésével elkezdődött. Az is lehet, hogy felgyorsul, léptéket vált az eddigiekhez képest ez a növekedés, de abban erősen kételkedem, hogy a folyamat vége a személyre szabott médiumok kiütéses győzelme lesz” (Gálik 1997: 79).

### **3. Elektronikus kormányzás, elektronikus közélet?**

3.1. Manapság egyre több szó esik arról, hogy a közéleti kommunikációk demokratizálásának, a gyengélkedő államigazgatási kommunikáció erősítésének fontos eleme lehet az elektronikus-számítógépes államigazgatás és kormányzás megjelenése és elterjedése. „Ha az emberek on-line szolgáltatást kapnak a bankoktól, és on-line vásárolhatnak árucikkeket, akkor elvárhatják, hogy ugyanígy fizethessék az adójukat, regisztráltathassák a házasságkötésüket, és válthassanak parkolási engedélyt. [...] Ami máris világossá lett, az az, hogy a kormányzati-államigazgatási közszolgáltatások on-line szolgáltatásokká tétele sokkal többről szól, mint az információtechnológia megújítása. Ez a folyamat gyökeres változtatásokat jelent a közsféra hagyományos szerkezetében és gyakorlatában, az állam és az állampolgárok kapcsolatában.” (Online opportunities to transform administrations and services at all levels. *Financial Times*, 2001. június) Az idézett tekintélyes brit lap kéthavonta megjelenő információ- és kommunikációtechnológiai összeállítása (Twice-monthly review of information and communication technology) kiemeli, hogy a számítógépes hálózat lehetőségeit kihasználó közintézményekben felgyorsulnak a szolgáltatások, nem kell napokig-hetekig várakozni, nem kell több hivatalt végiglátogatni, megszűnik a részlegek elkülönülése, az ügymenetet akadályozó vetélkedése, javul és gyorsul az egyes részlegek közötti kommunikáció, csökken a bürokrácia. A legfontosabb változás talán az, hogy az e-government-ben, amelynek egyik mintaállamaként Szingapúrt szokták emlegetni, mint olyan modellszerű e-government-et, ahol 150 féle közszolgáltatást egyetlen website-ról működtetnek, a közszolgáltatások nem a bürokratikus szervezetek belső viszonyainak, érdekharcainak, rivalizálásá-

nak és végképpen nem a politikai pártok hatalmi harcainak függvényében, hanem az állampolgári igényeknek megfelelően szerveződnek és működnek.

3.2. Egy pillanatra sem vitatva természetesen, hogy az új média gyökereken átalakíthatja a kormányzás és a közigazgatás minőségét és az állampolgároknak az intézményekhez való viszonyát, a hazai realitások figyelembevételével egyelőre nem nagyon látható, mikor és miképpen élvezhetik majd a magyar állampolgárok az e-government előnyeit. Ha a kormányzat és a közigazgatás készen áll(na) is a megújulásra, a széles körű alkalmazásnak gátat szab – legalábbis még egy jó ideig – az interaktív és a nem interaktív közötti kommunikációs szakadék. Az internet és a World Wide Web egyelőre csak kevesek kiváltsága, és nem valószínű, hogy ez a közeljövőben gyökereken megváltozna. Így meglehetősen cinikusnak és visszatetszőnek hat, ha magyar politikusok, illetve államigazgatási közszolgáltatók a valamilyen ügyben információt váró állampolgároknak intézményi web-oldalak és portálok felkeresését javasolják, különösen, ha figyelembe vesszük, hogy – a közelmúltban megjelent sajtóközlemények szerint – még az országgyűlési képviselőknek is csak egy töredéke tartozik a számítógép és az internet használói közé. (Zárójelben megjegyezzük, hogy az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport hivatkozott vizsgálata szerint hazai földön egyelőre az elektronikus kereskedelem sem tűnik virágzó üzletágnak, pedig már létezik egy nem lebecsülendő kínálat, és erről az internet használóinak többsége tud is. Lásd Tölgyesi 2002.)

3.3. Szakmai körökben és a nagyközönségnek szóló nyilvánosságban is igen pozitív feltevések, illetve várakozások élnek azzal kapcsolatban is, hogy az internet – szemben a hagyományos sajtó- és tévékommunikációval – interaktívvá teheti az eddig passzív szerepre kárhozott állampolgárokat, és a közvetlen demokrácia fórumává, modern athéni agórává válhat. (Lásd például Szakadát 2001.) Az emberek sokféleségével és valós motivációival számoló kutatók azonban úgy látják, hogy „az Athén-modellben rejlő ‘lehetőségek’ túlságosan elrugaszkodtak a valóságtól: ki az, aki a közvetlen demokráciáért idejének egy jó részét politikai döntések meghozatalára szánná, ha erre esetleg nincs is feltétlenül szüksége? Nem minden ember szeretne a mindennapi politikai döntésekben aktívan részt venni. Meg kell teremteni tehát a lehetőséget, hogy az elektronikus nyilvánosságon keresztül bárki kifejtthesse véleményét, de ezt nem volna túl szerencsés kötelezővé tenni és politikai rendszert csinálni belőle.” Mindenképpen megfontolandó, hogy az amerikai választások kapcsán végzett vizsgálatok szerint „az internet nem erősítette a politikai aktivitást..., a korábban a hagyományos nyilvános szférában megfigyelhető politikai aktivitás megmaradt az interneten is: aki eddig is aktív volt, az is maradt, szintűgy változatlanak bizonyult a passzívok passzivitása...” (Pintér 2001: 130).



Kétségtelen, hogy a számítógépes hálózatnak komoly lehetőségei nyílnak a demokrácia gyakorlásában és erősítésében, egyelőre azonban még meglehetősen bizonytalan, hogy az állampolgárok miképpen élnek a lehetőségekkel. Két kiváló médiakutató, Jay G. Blumler (University of Leeds, UK) és Michael Gurevitch (University of Maryland, USA) *The New Media and our Political Communication Discontents* címmel a hálózaton is közzétették ezzel kapcsolatos tapasztalataikat. Sok jel szerint gyakran kétséges értékű kommunikáció zajlik. Kiderült például Usenet-csoportok vizsgálatából, hogy demokratikusabb kommunikáció helyett nem ritkán a legrosszabb forgatókönyvek valósultak meg: a szabad, kötetlen, irányítás nélküli kommunikációból nem egyetértés, belátás és bölcsesség alakult ki, hanem zűrzavar, a nézetek kakofóniája; a lehangosabb, legerőszakosabb résztvevők kezébe csúszott az irányítás; szélsőséges, dogmatikus és extrém nézetek ülték meg a szabadnak és plurálisnak remélt kommunikációt.

Ilyesféle tapasztalatokról a hazai földön is hírt adtak. Például: „Az Index.hu politikai fórumából az elmúlt év utolsó napján lett elegendő. Elegendő lett abból, hogy a szélsőjobboldali hozzászólók szinte megszállták a hazai internetes demokrácia centrumának számítató fórumot, hogy a maga alpári stílusával szétzülleszt mindent egy tucatnyi ember, aki lényegében állandóan jelen van, hogy valamilyen módon mindent a zsidózás, a kommunisztázás, a cigányozás, szerencsésebb esetben az Orbán-imádat irányába tereljen. Ezek a figurák szinte mindenkit kiszorítottak, akiktől konstruktív hozzászólásokat olvastam az elmúlt négy évben” (Kalmár 2002).

#### **4. Valóság vagy képzelgés?**

4.1. Az új technikákkal kapcsolatban mintha túlsúlyban lennének a lelkesült, de tudományosan nem, vagy csak részlegesen alátámasztott nézetek. „A médiaágazat... kardinális változásait sokan szinte már befejezett tényként kezelik, egyenesen azt állítva, hogy a fogyasztó a továbbiakban közvetlen ellenőrzést gyakorolhat a médiumok fölött, azaz a felülről lefelé üzeneteket áramoltató média korát felváltja a fogyasztó által lehívott, alulról felfelé építkező média. A fogyasztó tehát aktivizálódik, a hálózatra kapcsolódva nemcsak azt a technológia nyújtotta lehetőséget használja ki, hogy a maga preferenciáinak megfelelő médiatartalmak után kutasson, hanem az árukról és szolgáltatásokról is így fog informálódni, azaz a tömegkommunikáció mellett a marketingkommunikáció is alapjaiban meg fog változni” (Gálik 1999: 10). „[...] A futurologiai állásponttal az a legnagyobb probléma, hogy kritikátlan és nem emberközpontú. Ez az információs társadalomkép utópikus, azt állítja ugyanis, hogy a technológiai fejlődés minden társadalmi egyenlőtlenséget felold a jövőben. Ezzel a mítosszal azonban le kell számolni, az információs társadalom nem ígér megváltást” (Pintér 2001: 129).

Ahhoz, hogy világosan láthassuk, hogy milyen információs-kommunikációs változásokat hozhat a jövő, mindenekelőtt arra az alapkérdésre kell sokoldalúan kimunkált választ adnunk, hogy tulajdonképpen milyen is, és miképpen működik az információs és/vagy tudásalapú társadalom, és miben áll ezen társadalom tagjának lenni, oda szocializálódni? Bár a témáról már eddig is könyvtárakat megtöltő mennyiségű irodalom született, és ennek fényében e kérdés meglehetősen elcsépeltnek tűnhet, úgy véljük, hogy még jócskán vannak megválaszolatlan vonatkozásai. Annál is inkább, mert sokak szemében csupán az új információs-kommunikációs technikák birtokba vételéről és korábban is gyakorolt tevékenységek során történő használatáról van szó, holott könnyen lehetséges, hogy magának a civilizációnak és a kultúrának (legalábbis egy jelentős részének) a teljes formai és tartalmi átalakulásával, maguknak a tevékenységeknek és a gondolkodásmódnak a megváltozásával is számolni kell (Nyíri 1999, 2001). Gondoljunk például a következőkre! „Ahogyan a középkori szövegek növekvő mennyisége és komplexitása [a hangos olvasás általános gyakorlatát kiszorítva] csendes olvasást indukált, az elektronikus üzenetek hatalmas mennyisége egy, a hangos olvasáshoz hasonló felületességet teremt [...] A hálózati olvasás kognitív-episztemiológiai aspektusai ismételten a középkori kolostorok környezetéhez válnak hasonlóvá. A hangos olvasás felületesebb megértéssel jár együtt, mint csendes párja: a kollektív orientáció, a szükségszerű lassúság, és az elmélyült reflexió hiánya a komprehenzió alacsonyabb fokát eredményezik. Hasonló folyamatok zajlanak az Interneten: idő híján és az üzenetek hatalmas mennyisége folytán az elmélyült olvasó képe idegen a hálózaton. Mindezen vonások éppen ellenkező irányban hatnak, mint a csendes olvasás jellegzetességei, s ez a tény valószínűleg jelentékeny változások forrása lesz a jövőben, episztemikus hozzáállásunk és episztemiológiai nézőpontunk tekintetében [...] Az olvasás kevésbé reflektálttá válik [...]; ahogyan a könyvek és a nyomtatott szó megszűnnek a tudás kizárólagos letéteményesei lenni, a tudás organizációja és struktúrája ugyancsak megváltozik... Szociológiai tekintetben a tudományos közösség és a tudás előállítása mindinkább kommunálissá, a gondolkodás pedig nyilvánossá válik” (Demeter 1998: 83). Számos ehhez hasonló problémakör vár még alapos elemzésre: kiszorítja-e a digitális média a hagyományos médiumokat vagy csak osztozik velük a kultúra termelésében és közvetítésében? Mi az információs társadalom és mi a tudástársadalom? Milyen hatást gyakorolnak majd a multimédiás technikai lehetőségek az információ és a tudás formájára, szerkezetére és tartalmára? Milyen viszony alakul ki az információ termelésében a vizualitás és a verbalitás között? Milyen tudás- és műveltségesszmény fogja vezérelni a társadalmat a digitális infokommunikációs korszakban? Lesznek-e a tudásnak új tartományai, és mi fogja jellemezni ezeket? Magunk mögött hagyjuk-e a hagyományos humán és természettu-

dományi műveltséget? A technikai-műszaki fejlődés nyomán miképpen alakul az ember és a számítógép kommunikációja? Milyen lesz a virtuális valóság és a „valóságos” valóság szerepe és viszonya? Mit jelent a tájékozódás és a szórakozás az interaktív médiakörnyezetben? És még hosszasan lehetne sorolni a válaszra váró kérdéseket.

### Hivatkozások

- Angelusz Róbert – Tardos Róbert 1999. Útban az Internet-galaxis felé? Tájékozás az új technikák hazai expanziójáról. *JEL-KÉP* 2: 33–44.
- Béres István – Horányi Özséb (szerk.) 1999. *Társadalmi kommunikáció*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Buda Béla – Sárközy Erika (szerk.) 2001. *Közéleti kommunikáció*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Castells, Manuel 1996–1997. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. I-II-III. Blackwell Publishers Inc., Cambridge.
- Castells, Manuel 1998. Conference Paper – Info Tech Project, Information Technology, Globalization and Social Development. UNRISD Conference, Geneva. (Idézi Pintér 2000: 16.)
- Demeter Tamás 1998. A csendes olvasás és a tudatfilozófia kezdetei. *JEL-KÉP* 1.
- Gálík Mihály 1999. Marad vagy változik? A konvergencia és az Internet hatása a médiapiac sajátosságaira. *JEL-KÉP* 1: 9–18.
- György Péter 2001. Abdul Kassem Ismael és a Comm Badge. Globális információs társadalom – lokális válaszok. *JEL-KÉP* 3: 25–50.
- Kalmár Szilárd 2002. Virtuális ámokfutás. *Népszabadság*, Fórum rovat, január 25.
- Moore, Nick 1998. Az információs társadalom. In: *Unesco információs világhjelentés 1997–1998. Információs Társadalom Könyvek 4*. Magyar UNESCO Bizottság – ORTT – HÉA Stratégiakutató Intézet, Budapest.
- Negroponte, Nicholas 1995. *Being Digital*. London, Coronet Books.
- Nyíri Kristóf 1999. Az írásbeliségről és néhány új médiumról. In: Béres–Horányi 1999.
- Nyíri Kristóf 2001. Poszt-literalitás mint a huszadik század filozófiájának forrása. In: Andor József – Szűcs Tibor – Terts István (szerk.) *Színes eszmék nem alsznak... Emlékkönyv Szépe György 70. születésnapjára*. Pécs, Lingua Franca Csoport.
- Pintér Róbert 2000. A globális információs társadalom: Castells – The Information Age. *JEL-KÉP* 3: 11–26.
- Pintér Róbert 2001. Információs társadalom: utópia vagy valóság? In: Buda – Sárközy (szerk.).
- Sáska Géza 1999. A tanulatlan faragatlan? In: *Bunkóság*. Friedrich Ebert Alapítvány, Budapest.
- Szakadát István 2001. A digitális kultúra és a világháló mint alternatív nyilvánosság. In: Buda – Sárközy (szerk.).

- Terestyéni Tamás 2002a. A magyarországi nyelvi-kommunikációs kultúra állapota és az információs társadalom. In: *A tudás társadalma II. Információs Társadalom Könyvek 5.* Budapest, Stratégiakutató Intézet.
- Terestyéni Tamás (szerk.) 2002. *A magyarországi médiumok a közönség tükrében.* Budapest, ORTT.
- Tölgyesi János 1998. Kommunikációs konvergencia avagy a műsorszórás, a távközlés és a számítógépes hálózatok közös útjai. *JEL-KÉP 3*: 49–62.
- Tölgyesi János 2002. A számítógép és az Internet használata 2001-ben. Adalékok a digitális írni-olvasni tudás témájához. In: Terestyéni (szerk.) 2002.
- Urbán Ágnes 1999. Az interaktív televíziózás. *JEL-KÉP 4*: 33–42.
- Varga Barbara 1999. Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála. *JEL-KÉP 2*: 59–74.

## A média az evolúciós magatartástudományok nézőpontjából<sup>30</sup>

A tömegkommunikációs kutatások kezdetétől a mai napig a társadalomtudományi vizsgálatok egyik leghangsúlyosabb problémája a különböző... médiajelenségek hatásainak kimutatása. Pontosabban fogalmazva, a hatások jellege, mértéke, mechanizmusa és következménye egyaránt alapvető fontosságú mind az elméleti, mind a gyakorlati szempontú megismerés számára. Csak hogy néhány példát említsek. A különböző médiaműfajok, a reklám, az írott és az elektronikus sajtó, a film, a videó, a fotó létrehozása, vagy a tömegkommunikációs helyzetek, azaz a kereskedelmi marketing, a politikai kommunikáció, az oktatás, a szórakoztatás sikeres megvalósítása, valamint a megcélzott személyek, rétegek, nők, férfiak, gyerekek, üzletemberek, potenciális vásárlók, választók elérése, befolyásolása megszámlálhatatlan kutatási programnak a témája (például Bryant és Zillmann 1994, Curran és Gurevitch 1996).

Számos esetben azonban a párhuzamosan létező – időnként egymástól teljesen független – magyarázó elméletek megnehezítik a médiafolyamatok megértését, valamint hatékony, gyakorlati alkalmazásukat (Livingstone 1996, McQuail 1994).<sup>31</sup> Általános eljárás, hogy a médiafolyamat egy összetevője kontextusából kiragadva általános magyarázó elvé válik. Ennek következtében a kapott eredmények értelmezése meglehetősen egyoldalú, nemegyszer spekulatív, ami gyakran teszi elnézővé a kutatókat a módszertani hibákkal szemben (például Felson 1996, Sherry 2001). Úgy vélem, az evolúciós magatartástudományok, elsősorban az evolúciós pszichológia segítségünkre lehet abban, hogy egy átfogó elméleti keretet hozzunk létre a folyamatok értelmezésére (Cappella 1996, Tóth 2002). Mindez természetesen

---

<sup>30</sup> Köszönetet szeretnék mondani Angelusz Róbertnek, Horányi Özsébnak, Szekfű Andrásnak a tanácsokért, valamint Seres Mihálynak a baráti segítségért, amely nélkül ez a tanulmány nem születhetett volna meg.

<sup>31</sup> A médiában bemutatott erőszaknak a nézőkre gyakorolt feltételezett hatásai számos, jelentősen eltérő elmélet megfogalmazásához vezetett. Arousal-elmélet, szocializációs-elmélet, katarzisélmélet, deszenzitizációs elmélet, opiátelmélet, kumulatívhatás-elmélet, hatásnélküliség (no-effects) -elmélet, feltöltőhatás (priming) -elmélet.

csak akkor tarthat igényt a komolyan vételre, ha megfelelő empirikus kutatásokkal is alá tudjuk támasztani a megfogalmazódó modell vagy modellek érvényességét. Ezek nélkül pusztán spekuláció bármely adaptív (alkalmazkodás) jellegű történet felállítása és prezentálása.

Jelen tanulmányban elsősorban az elektro-vizuális médiával kapcsolatos kérdésekre fogok koncentrálni, de esetenként a nem elektronikus vizuális tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos kutatások is szóba kerülnek.

### **Evolúciós pszichológia és médiakutatás**

Az evolúciós megközelítés lényege, hogy a kérdéses magatartás (és általában az ember minden tulajdonsága) nem pusztán annak függvénye, hogy az egyént élete során milyen szocializációs és kulturális hatások érték. Az ember magatartása és a létrejöttét szabályozó döntési folyamat, illetve az azt megvalósító ideghálózat kialakulásában ultimatív, azaz múltbéli generációk sokaságán át, tartósan jelen lévő szelekciós hatások, valamint ontogenetikusan megvalósulásában az egyént életében ért környezeti, proximális hatások játszanak szerepet (Mayr 1961). Természetesen ez nem azt jelenti, hogy minden emberi magatartás egyenlő mértékben függ az evolúciós múlt lenyomatának tekinthető genetikai, illetve a családi és társadalmi környezet befolyásától. Egyrészt tulajdonságról tulajdonságra, másrészt azokon belül is, szinte minden jellemvonás esetében emberről emberre eltérő súlyú lehet az ultimatív és a proximális tényezők hatása. Az evolúciós magatartástudományoknak egy vizsgált jellegzetesség értelmezésére tehát olyan modell kell felállítaniuk, amely egyszerre ad tesztelhető magyarázatot egy nagyméretű mintán tapasztalható, univerzálé (fajspecifikus) jellegű, általános hasonlóságra, illetve az ezen belül megfigyelhető relatív sokféleségre. Más esetben a variábilis fenotípus hátterében meglévő alternatív vagy éppen komplementer – az evolúció során szelektálódott – funkciók adaptív szerepét kell igazolnia.

Végül hangsúlyozni kell, hogy az említett filogenetikus tényezők és ontogenetikus hatások nem függetleníthetők egymástól. Nem is választhatók szét tiszta öröklött és szerzett komponensekre. Az evolúció során kialakult örökletes jellegek ténylegesen az alkalmazkodást befolyásoló, szelektált egyedfejlődési stratégiák megvalósulása által realizálódnak (Buss 1991). E megvalósulást a jelen környezetnek az egyed szempontjából releváns komponensei határozzák meg. Mindez közérthetőben megfogalmazva azt jelenti, hogy az egyén fejlődése és alkalmazkodása kétoldalú, dinamikus kölcsönhatás, amelyet öröklött hajlamok, a biológusok által epigenetikusnak nevezett szabályok, valamint az éppen aktuális környezeti tényezők befolyásolnak.<sup>32</sup> Az

---

<sup>32</sup> A médiumokra jellemző, hogy számos hatásmechanizmus (reklámok, rajzfilmek, a férfiaság, vagy a nőiesség megtestesítői) a klasszikus etológusok meghatározta

egyén fejlődése során elválaszthatatlanul össze van kötve környezetével, annak a génjeibe írt komponenseivel, amelyekre szelektíven reagál, aktívan kiválaszt, illetve megkeres, ha éppen azok nincsenek jelen. Ez lényeges szempont a témánk további kifejtése szempontjából, mert jelzi azt az eljárásmódot, ahogy megkísérlem a médiahatás folyamatát megérteni.

Jelen esetben tehát a feladat annak a kiderítése, hogy a médiához kapcsolódó használói/fogyasztói szokások általános trendjei illeszthetők-e az evolúció során szelektálódott adaptív stratégiákhoz. Nyilvánvaló, hogy az adaptív stratégiák jelentős része az ember társadalmi és kulturális evolúciója során is fent kellett, hogy maradjon, és minden bizonnyal a jelenben is szerepet játszanak a mindennapi alkalmazkodás során. Olyan példák, mint a párválasztás, az utódgondozás nemek szerint eltérő módja, az újszülött-gyilkosság, a gyermekbántalmazás, a dominancialitás, az altruizmus, a rokon hálózatok szerveződése és a család felismerése, sikeresen vizsgálták az evolúciós logika szerinti magatartásstratégiák jelenbeli érvényesülését (Berezkei 2002, Buss 1995, Cosmides 1988, Crawford és Krebs 1998).

Tovább is finomíthatjuk a meghatározást, hisz napjainkban már régen túlhaladott a klasszikus etológiának a fajspecifikus magatartás homogenitásával kapcsolatos felfogása. Vagyis az előző állítást úgy kell átalakítanunk, hogy a modelleknek a fajon (jelen esetben a *Homo sapiens*) belül megfigyelhető, evolúciós eredetű sokféleségre is magyarázatot kell adniuk. Ennek keretében tesztelhetően kell értelmezni a változatok alkalmazkodást elősegítő (adaptív), illetve a szaporodást befolyásoló funkcióit is. A modern magatartástudományok egyik legnehezebb kihívása ez, hisz Potts (1998) szerint az ember evolúciója során a sokféleség kialakulása, illetve fennmaradása rendelkezett szelekciós előnnyel. Vagyis egy adott környezethez specializálódott – emiatt rendkívül sikeres – homogén fenotípusok helyett éppen a kevésbé hatékony, de széles variabilitást mutató, alternatív problémamegoldó stratégiák adaptálódtak.

Úgy vélem, hogy éppen az említett stratégiabéli sokféleség magyarázhatja nem egy esetben a médiahasználatban, illetve a fogyasztókra gyakorolt hatásokban kapott nagy variabilitást. Más esetekben (például a médiaerőszak esetében, amelyet egy másik fejezetben részletesen is tárgyalok) éppen az evolúciós magyarázat mutathat rá a hatásmechanizmusok rendkívül eltérő

---

fajspecifikus ingerfelismerő képességen alapul. A kulcsinger sem tekinthető azonban általánosan ható tulajdonságnak, amely belső állapottól vagy környezeti tényezőktől független érvényesül. Az eltúlzott (szupernormális) csecsemőalkat, illetve magának a csecsemőnek a látványa is erősebben hat a nőkre, mint a férfiakra, nem is beszélve arról, hogy az életkorral és a családi állapottal jelentősen változhat a kiváltott hatás erőssége és jellege (Eibl-Eibesfeldt 1989).

típusaira. Nem elképzelhetetlen, hogy éppen egy ilyen megközelítés teszi lehetővé, hogy a médiumokban bemutatott agresszió hatásaival kapcsolatos, egymásnak ellentmondó kutatási eredmények (például Livingston 1996) értelmezhetővé váljanak.

A médiahatást magyarázó társadalomtudományi elméletek szinte mindegyike figyelmen kívül hagyta az emberi evolúciós múlt befolyásának bármely lehetséges aspektusát. Azok a teóriák, amelyek olyan pszichológiai folyamatokra alapozták megközelítésüket, mint az emóciók, percepciók és kognitív folyamatok, temperamentum, arousal, természetesen kapcsolatba kerültek ennek biológiai (neuropszichológiai vagy pszichofiziológiai) vonatkozásaival is. Ugyanakkor ezekből teljes mértékben hiányzik az evolúciós szemlélet, azaz alapvetően szinkron jellegűek. Nem mond ennek az állításnak az sem ellent, hogy bizonyos értelemben megjelenik bennük a történetiség, egyrészt mint az egyén ontogenetikus, alapvetően szocializációs fejlődése, másrészt a társadalmi változások értelmében.

Az evolúciós értelmezés első megközelítésben azt feltételezné, hogy az ember evolúciója során tartósan jelen voltak azok a hatások, amelyek differenciáltan befolyásolták azok alkalmazkodását és szaporodási sikerét, akik az adott környezetben éltek. A kérdéses szelekciós nyomás eredményeként olyan hajlamok „íródtak” be a hominid fajok genomjába, amelyek az egyedfejlődés során aktiválódva kanalizálták az adott egyed döntéseit (Buss 1995).

Nyilvánvaló, hogy nincs a génjeinkben egy az egyben kódolva a médiahatás iránti fogékonyság. Ugyanakkor Robert Plomin és munkatársai (1990) – ikerkutatás-módszert alkalmazva – az általuk vizsgált populáció médiafogyasztásában megnyilvánuló különbségek hátterében elég jelentős örökletes befolyást találtak. Természetesen ez nem fedte fel azokat a mechanizmusokat, amelyek által ez az eltérés megvalósul. Érthetőbben megfogalmazva, nem tudjuk, hogy mely gének, milyen folyamatokon keresztül fejtik ki hatásaikat, amelyek következménye, hogy egyes emberek több, mások kevesebb ideig hajlamosak a televízió előtt ülni. Fontos azonban kijelentem, hogy Plominék örökletességet vizsgáló kutatásai nem evolúciós orientációjú, figyelmük nem terjedt ki a kimutatott örökletes különbség eredetére, valamint adaptív funkciójára. Céljuk annak kimutatása volt, ami egyáltalán nem lebecsülendő, hogy komolyan kell számolnunk a velünk született hajlamokkal, ha meg akarjuk érteni a médiához való viszonyunkat. Ezt a szempontot a társadalomtudományok jelenleg egyáltalán nem veszik figyelembe.

Ha közvetve is, de erre a hiányosságra hívják fel gyakorlatilag a kommunikációról gondolkodók figyelmét Beatty és munkatársai (2002). A személyközi, kommunikációs jellegű kapcsolatok olyan meghatározó tényezők, mint például a személyiség, intelligencia, agresszivitás, barátságosság stb. jelentős genetikai háttérrel rendelkeznek. A pszichológiai magatartás-genetika az



ikervizsgálati módszer alapján nyilvánvalóvá tette, hogy a megfigyelhető tulajdonságok, köztük a kommunikáció legkülönbözőbb formáinak értelmezésében egyaránt számolni kell az örökletes és a környezeti hatásokkal. Mivel e két „oldal” szerepe elválaszthatatlanul egymáshoz kapcsolt, és dinamikusan kölcsönös, hiba lenne pusztán azt állítani, hogy a kommunikáció-kutatás noha eddig csak az egyikkel foglalkozott, de azt már alaposan megismerte.

Bizton állíthatom tehát, rendelkezünk olyan örökletes hajlamokkal, amelyek közvetve befolyásolják a médiához való viszonyulásunkat, és a programok közötti választásainkat. Ezen preferencia jellegű pszichológiai mechanizmusok közül nem egy akár már a főemlős (hominoid) evolúció során kialakult. Nem kétséges azonban, hogy számos közülük az ember (hominid evolúció) kialakulása során megjelenő új szelekciós hatások következménye. A médiához való „kapcsolódásukat” természetesen nem úgy kell tekinteni, mint a biológiai adaptációnak a szaporodási sikert (rátermettséget) befolyásoló esetét, amelynek hatását így vagy úgy az utódok számának megszámlálása során kell igazolnunk. Sokkal inkább az örökletes preferenciáknak a jelen aktuális helyzeteiben való aktiválódásaként érdemes róla gondolkodnunk (Buss 1995).<sup>33</sup>

### **A médiahasználat és az evolúciós pszichológiai nézőpont összekapcsolása**

A társadalomtudományok a médiafolyamatok mibenlétét alapvetően a médiában bemutatott események felől közelítik meg. Az egyik legfontosabb kulcsszó a befolyásolás, amely jelzi ennek a megközelítésnek a szerveződését (például Bryant és Zillmann 1994). Ehhez szorosan kapcsolódik, de egyben önálló szempont is, a hatás kérdése. Különösen a kapcsolódó alkalmazások, vagy az alkalmazáshoz kötődő tudományos érdeklődés során vetődik fel a káros hatás és a hozzá csatlakozó, elítélő morális megítélés.

Közvetve (például statisztikai adatok) vagy közvetlenül (kérdőívek, interjúk) megvizsgálva a kiválasztott célcsoportokat olyan ismeretekre kívánnak szert tenni, amelyek alapján a kialakított programok hatékonyan meg tudják változtatni a célszemélyek attitűdjeit, céljait, döntéseit. A sikeresség a nézettség, az eladási számok, a pénzügyi gyarapodás alapján állapítható meg. Nyilvánvaló, ebben benne rejlik a potenciális rossz, azaz e mutatók kedvező

---

<sup>33</sup> Érdemes lenne a kérdésnek azt az aspektusát is át gondolni (amely hely hiányában jelen dolgozatnak nem feladata), hogy a médiaeseményekről szerzett – nyilvánvalóan szelektív – tudás mennyiben befolyásolja egy csoportban vagy csoportokban létezés elvárásainak való sikeres megfelelést. További kérdés, hogy ezen adaptációs problémák megoldásai mennyiben játszanak szerepet közvetve az egyén hosszú távú sikerességében (ranghelyzet, koalíciók, baráti és párkapcsolat, viszonyok, karrier stb.), tágabb értelemben reprodukciós esélyeiben.

megváltoztatása érdekében olyan médiatermékeket állítanak elő, amelyek a társadalom szempontjából negatív irányban változtatják meg az embereket. Ezáltal olyan igények keletkeznek, amelyeket hatékonyan, nagy megtérüléssel lehet kielégíteni, megfelelően redukált értékekhez megfelelően illesztett termékekkel. Mindez belehelyezve olyan elméletekbe, amelyek a populáris kultúrának a magas kultúrával való szembeállítását magyarázzák, a folyamat átfogó „társadalom és médiahatás”, illetve vice versa, típusú kritikai meta-teóriában csúcsosodhat ki. Ha megnézzük például a média erőszaknövelő hatásával kapcsolatos kutatások jelentős részét és az ehhez csatlakozó politikai bírálatokat, ez a felfogás ismerhető fel bennük.

A legalább hasonló méretű ellenbizonyítékok és a hozzájuk kapcsolódó elméletek azonban indukálhatnak egy alapvetően más megközelítést. Induljunk ki a másik irányból, vagyis a hallgató, vevő, célszemély felől. A társadalomtudományokban ez a megközelítés, többnyire „mediahasználat-elméletek” kereteiben, a fentiekhez képest ritkábban jellemzi a kutatásokat (például Blumler és Katz 1975, Kremar és Greene 1999, Rosengren 1985, Rubin 1994). Eltekintve a médiahasználati szokások statisztikai célzatú felmérésétől, a vevő felőli közelítésnél a figyelem elsősorban a használó (például) televízió-nézési szokásait befolyásoló motivációira, attitűdjére, személyiségvonásaira vagy társadalmi helyzetére koncentrálódik. Az ebben a megközelítésben megfogalmazott „használat és kielégülés” modellekhez tartozó kutatások kiegészítése a háttérben működő pszichológiai folyamatok felderítésével azt a célt igyekszik szolgálni, hogy egységes magyarázó elvben kapcsolódjanak össze – pontosabban szólva, egyesüljenek – a médiahasználat és a -hatással foglalkozó nézetek (Kremar és Greene 1999).

Nevezhetjük tehát a médiafogyasztókat bárminek, a lényeg az, hogy olyan egyének találkoznak nap mint nap a különböző médiumokkal, akik többé-kevésbé különböző örökletes háttérrel, azonos vagy eltérő fizikai és szociokulturális környezetben éltek és élnek. Az emberek életük során kisebb, nagyobb problémákkal kerülnek szembe. Ezek egy része rövid ideig jelent csak gondot, gyorsan megoldhatók. Számos kihívás azonban tartósan (akár az emberi élet végéig) jelen van, de sok különböző rendszerességgel újra és újra felbukkan.

Az emberek egy része leszármazási (szülői, nagyszülői, testvéri, unokatestvéri, törzsi, nemzetiségi, nemzeti) vagy szociális helyzetéből, neméből, életkorából stb. következően hasonló, mások teljesen eltérő élettörténettel és várható jövőbeni kilátásokkal, esélyekkel fognak találkozni. Evolúciós pszichológiai terminusokkal fogalmazva többé-kevésbé eltérő genetikai háttérrel rendelkezve, különböző környezeti hatások nyomán kialakult fenotípusukban

nagyfokú variabilitást mutatnak.<sup>34</sup> E sokféleség a napi alkalmazkodás és a reprodukció biztosítása során eltérő adaptációs (alkalmazkodási) feladatokkal szembesül, amelyek megoldásában jelentős szerepet játszanak az öröklött, valamint a szocializáció és a kulturálódás során kialakult pszichológiai és megismerési (kognitív) mechanizmusok. Nemcsak egy-egy aktuális kihívás esetében, de az örökletesség, az egyéni fejlődés, valamint a társadalmi és kulturális hatások, a nem és életkor szerint is eltérő problémák, feladatok, elvárások, értékek, normák érvényesülnek. Ebből következően nem, életkor, aktuális és várható helyzetek alapján eltérő és egyben ezektől függő öröklött és tanult pszichológiai mechanizmusok aktiválódnak a mindennapi problémamegoldások érdekében (Buss 1995). A médiumok szereplőinek lehetősége, hogy kihasználják ezeket a mechanizmusokat. Mint néhány vizsgálat jelzi, meg is teszik, függetlenül attól, hogy tisztában voltak-e, vannak-e azok mibenlétével (Alexander 1990, Eibl-Eibesfeldt 1989, Gould 1980, Hinde és Barden 1986, Malamuth 1996, Shoemaker 1996).

Az evolúciós pszichológiai megközelítés abban tehet hozzá a „használat és kielégülés” modellek alapján szerzett médiahasználati és médiaaktivitással kapcsolatos ismeretekhez, hogy egyrészt filogenetikai értelemben vett történetiséggel, másrészt a mechanizmusok szerveződése szempontjából hierarchikus komplexitással, harmadrészt a szinkronikus és diakronikus adaptivitás dimenziójával egészíti ki, ami által kitágítja az értelmezési kereteket. Végül e megközelítés egyik leghasznosabb folyamányának tekinthető, hogy tesztelhető predikciók állíthatók fel a médiahasználattal kapcsolatosan egy vizsgált populációnál várható hasonlóság és különbség jellegére. Utóbbi elvégzése elengedhetetlen feltétele annak, hogy a jelenséget értelmező magyarázat ne csak egy evolúciós jellegű történetkreálás legyen. Éppen ez a probléma a következő példa esetében.

### **Szelektív figyelem a rossz hírré**

A médiában a rossz hírek elsöprő dominanciáját a jó hírekkel szemben Shoemaker (1996) azzal magyarázza, hogy hosszú evolúciós múltunk során létkérdés, vagyis a sikeres adaptáció előfeltétele volt, hogy őseink megfelelően reagáljanak a környezet eseményeire. Ennek azonban jelentős költségdala, ugyanis a környezet monitorozása idő- és energiaigényes tevékenység. Ez egyrészt elkerülhetetlenné teszi a megfelelő szűrést, szelektálást és értelmezést, vagyis e megismerési folyamat hatékonyságának az erősödé-

<sup>34</sup> Az egyed fenotípusának része minden megfigyelhető belső és külső tulajdonság, utóbbiak között az egyed döntései és aktivitása által létrehozott produktumok, választott szituációk. Ebből következően a modern ember fenotípusának egyik alkotója a médiához fűződő viszonya és a megvalósuló tevékenységek is. Ennek genetikai összetevőjét vizsgálta a már említett Robert Plomin vezette kutatás is (1989).

sét. Másrészt szociális szinten befolyással lehetett a csoportok kohéziójára. Az egyedek kooperációs aktivitásának eredményeként csökkenhetett a környezet figyelésére fordítandó idő és energia, amelyet más tevékenységekbe lehetett befektetni. Az evolúciós pszichológusok szerint az emberi agy oly módon evolválódott, olyan funkcióspecifikus pszichológiai mechanizmusok alakultak ki, amelyek szerepe a fizikai és társas környezet különböző kihívásainak megoldása volt (Buss 1991, 1995, Cosmides és Tooby 1987, 1994, 1997). Az az esemény, amely jelentősen befolyásolhatta az alkalmazkodást és túlélést, nyilván nagyobb figyelmet kellett, hogy kiváltson, gyorsabb, hatékonyabb reagálást igényelt, mint a kevésbé jelentős vagy kifejezetten semleges környezeti történések.

A „rossz hír” dominanciája a médiában nem lehet véletlen, noha folyamatosan kárhoztatják érte a tömegkommunikáció irányítóit és szereplőit. Legtöbbje olyan eseménnyel kapcsolatos, amelyek többé-kevésbé, közvetlenül vagy közvetve befolyásolják az egyének és/vagy a különböző típusú közösségek jövőbeni kilátásait. Newhagen és Reeves (1992) kimutatták, hogy a televízió nézők jobban emlékeznek egy információra, ha az a rossz híreket követi, mintha megelőzi azokat. Ebben nagy szerepe van a hírek által kiváltotta emócióknak (félelem, düh, undor). Utóbbiak a főemlős és az ember evolúciója során annak a funkciónak az ellátására is szelektálódtak, hogy aktiválják és egyben kanalizálják az ember figyelmi aktivitását, ezáltal a hatékonyabb reagálást segítik elő (Nesse 1990, Turner 1996).

Az olyan „rossz” hírek, mint az erőszak, a halálesetek, konfliktusok – különösen azok, amelyek sérüléssel járnak, és amelyeknek hozzánk közel állók is részesei –, környezeti csapások, természeti katasztrófák, a túléléshez és a szaporodáshoz elengedhetetlen forrásokkal kapcsolatos károk: az alkalmazkodás szempontjából egyértelmű jelentőséggel rendelkeztek. Nem figyelembe venni ezeket, a megfelelő válaszok elmulasztása, a tanulságok levonása több mint hiba volt.

Shoemaker (1996) ebből arra következtet, hogy a sikeres alkalmazkodás kényszere nemcsak a biológiai, hanem a szociokulturális evolúció során is folyamatosan jelen volt. Olyan társas és kulturális konstrukciók kialakulását segítette elő, amelyek lehetővé tették a környezetből származó specializált ismeretek átadását és társas szerepek differenciálódását (örszem, felderítő, hírvívő). Az újságíró mint örszem és mint speciális szerepkonstrukció aszerint szelektálja a híreket, ezáltal irányítva az olvasók, hallgatók és nézők figyelmét, hogy megítélése szerint melyek fontosak az általa képviselt közösség és tagjainak alkalmazkodása szempontjából. Véleményem szerint nem szükségszerű, hogy a témaválasztásnál ennek tudatában legyen, történhet ez bármilyen más szempont (aktualitás, közvélemény érdeklődése, igazmondás, véleményszabadság stb.) szerint is.

Döntését elsősorban nem – vagy nemcsak – a példányszám értékeli, hanem a célszemélyek sikeres vagy sikertelen adaptációja. Az olvasók, felhasználva az olvasottakat, döntéseket hoznak, amelyek minősítik az „örszem” választását és visszahatnak szerepteljesítményének értékelésére. Tény, hogy Shoemaker tanulmányában empirikusan nem támasztotta alá spekulációját, ami – valljuk be – nem lenne egyszerű a befogadók oldaláról. Ugyanakkor érdemes és talán kivitelezhetőbb lenne annak vizsgálata, hogy evolúciós eredetű pszichológiai sémák befolyásolják-e az újságírók témájának megválasztásában és prezentálásában, illetve a fogyasztókat a hírek szelektálásában és rangsorolásában.

Pamela Shoemaker elméleti fejtegetését megerősítik azok a kutatások, amelyek a hírek figyelemfelkeltésére vagy megjegyezhetőségének időtartamára vonatkoznak. Számos vizsgálat utal arra, hogy a társas kapcsolatokban (baráti, házastársi kapcsolatokban), a konfliktusokban (csoportokon belüli és csoportok közötti szegregációjában, ellenségeskedésben), az önmeghatározásban milyen jelentős szerepet játszik a hasonlóság mértéke (Reynolds és munkatársai 1989, Rushton 1989, Thienpont és Cliquet 1999). Ez alapján nem meglepő, hogy annál inkább érint bennünket egy negatív információ, minél közelebb áll (például a leszámazási kapcsolat alapján) hozzánk az, akivel kapcsolatos (Vangelisti és Crumley 1998). Egy esemény hírértékét befolyásolja résztvevőinek hozzánk való hasonlósága (Pritchard és Hughes 1997), de a beszámoló tartalmának elfogadásában, felidézésében is megjelenik a hasonlóság alapján bekövetkező éles változás (Bodenhausen 1988, Hurwitz és Peffley 1997). Memóriánk eleve szelektíven hatékonyabban őrzi meg a családok arcképét (Mealey és munkatársai 1996), de a hozzánk való hasonlóság mértéke befolyásolja egy bűnesettel gyanúsított személy képének megőrzését, felidézését (Oliver 1999). Mary Oliver szerint a megismerés hátterében zajló kognitív osztályozás során a hibák elsősorban a kategóriákon belüli és nem a kategóriák közötti besorolásban történik. Ugyanakkor bizonytalan helyzetben való megítélés, illetve a negatív feltételezést igazabbnak fogadják el a különbség növekedésével. Nyilvánvaló, hogy ezt felerősíti a kulturálisan is megerősített előítéletesség és rasszizmus, másrészt növeli a sztereotipizálásra való hajlandóságot.

Mindezt magyarázhatja, hogy evolúciós múltunk során őseink olyan csoportokban éltek, amelyek összetétele csak korlátozottan változott. A közösségen kívül élő idegenek minél távolabbról érkezhettek, annál kevésbé voltak ismerősek. Ebből következően a csoport tagjai kevésbé vagy egyáltalán nem voltak képesek egy idegen individualitását differenciálni, saját közösségén belüli kapcsolatait megismerni és számon tartani. Minthogy ilyen találkozások alkalmával mindenképpen döntéseket kellett hozniuk arról, miként viszonyuljanak egy kívülállóhoz, adaptív előnyt jelenthetett a kevés infor-

máció alapján történő általánosítás és sztereotipizálás. Ez nem volt újdonság. A főemlősök egyes fajairól tudjuk, hogy nem csak a saját közösségük tagjainak bonyolult viszonyrendszerét ismerik (Cheney és Seyfarth 1990, Kano 1992, Seyfarth és Cheney 2001). A cerkófok, páviánok, csimpánzok és bonobók nemegyszer szomszédos csoportok egyedeiről is rendelkeznek hasonló információkkal, amelyeket nyilván használnak is interakcióikban. Mindemellett az idegenség növekedtével, az ismertség csökkenésével nőtt az ellenségesség és a nyílt agresszív reagálás esélye.

Befolyással lehetnek arra is ezek az adaptációt szolgáló pszichológiai mechanizmusok, hogy a hasonlóság csökkenésével hogyan változik empátiás képességünk. Érdeklődésünk felkeltésére egyenlő, sőt nagyobb „esélye” is lehet egy a szűkebb közösségben bekövetkezett konfliktusnak, erőszaknak, halálesetnek, mint egy távoli tömeges katasztrófának.

Visszatérve a fenti, a hír fontosságával kapcsolatos gondolatmenethez, más jellegű események is fel kellett, hogy keltsék őseink figyelmét. A közösségben zajló társas események közül a politikai aktivitás, azaz a hatalom megragadásával és megtartásával kapcsolatos bonyolult taktikák és stratégiák alkalmazása már egyes főemlősfajoknál is jól ismertek (például Aureli és de Waal 2000, de Waal 1989, 1999, Goodall 1986), amelyek bonyolítására komplex kognitív képességekkel is rendelkeznek (Cheney és Seyfarth 2001). Nem kétséges, hogy a több tízezer évvel ezelőtti és még napjainkig is létező gyűjtögető-vadász közösségekben, a korai és jelenkori törzsi kultúrákban, a történelem során kialakult államokban is a csoportok tagjainak a politikai folyamatokban való részvétel, illetve azok figyelése, számontartása, megbeszélése és a megszerzett, valamint a következtetett ismeretek alapján való döntéshozatal az egyik legfontosabb tevékenysége (például Archer 1994, Boehm 1994, 1997, Harcourt 1992). Még inkább érvényes ez a modern társadalmakra, az informális kiscsoportoktól kezdve a közép- és makrotársadalmi szervezetekig egyaránt (Barner-Barry 1988). A tömegkommunikációs médiumok szinte mindegyikére jellemző az elválaszthatatlan kapcsolat a politikával. Terjedelmi okok miatt lehetetlen ennek részletes áttekintése, inkább csak egy, a témánk szempontjából érdekes vizsgálatra szeretnék utalni.

Michael Chance (1967) vizsgálta és hívta fel a figyelmet arra, hogy a társas szerveződésekben egymás figyelése sajátos struktúrát alkot. A tartós közösségekben élő főemlősökre és az emberre egyaránt jellemző, hogy a hierarchikus csoportokban a domináns pozíció birtokosaira irányul a legtöbb figyelem (Chance 1976, Chance és Larsen 1976). A makákók, a páviánok vagy a csimpánzok arra törekednek, hogy a társas kapcsolatokat hatékonyan szervező és erősítő kurkászással minél szorosabb viszonyt alakítsanak ki velük, illetve előnyöket szerezzenek jövőbeni konfliktusok esetén. A kurkászás mindkét fél számára megnyugtató (Boccia 1987, Schino és munkatársai

1988), ugyanakkor a lehetőségért való vetélkedés felfokozott izgalmat okoz, nemegyszer nyílt agresszióba torkollik (Aureli és munkatársai 1992, Zaragoza és munkatársai 1996). Mivel a kurkászásra fordítható idő korlátozott (a napi aktivitásnak 3-8 százaléka), hiánya vagy a korlátozott lehetőség a hozzájutásban, egyéb okból történő elmaradása, illetve megvonása minden bizonnyal kedvezőtlenül befolyásolja az egyedek emocionális állapotát, másokkal szembeni attitűdjét (de Waal 1996). A rangsorrendben történő változások nyilvánvalóan átrendezik mind a figyelem, mind a társas kapcsolatok hálózatát, a kurkászás elosztását és eloszlását, ezáltal befolyásolják a csoporttagok egymással szembeni attitűdjeit is. Tehát a pozíciók számontartására szelektálódott pszichológiai mechanizmusok összetettségük mellett kapcsolatban lehetnek más döntési és magatartás-szabályzó mechanizmusokkal is. Nem meglepő tehát, hogy a média előszeretettel foglalkozik a rendkívüli érdeklődésre és elvárásra is reagálva a kiemelkedően magas helyzetet elfoglalókkal.

Norman Feather (1994) a magas pozíciót elért személyek iránti attitűdöket és bukásukat követő változásokat kutatta, iskolai és társadalmi környezetben, utóbbit kiegészítve kultúraközi összehasonlítással is. Az emberek sokféle szempont alapján viszonyulnak negatívan vagy pozitívan a kiemelkedő pozícióba kerültekkel. A hozzájuk mért hasonlóság (részben mint az azonosulás jellege), a felemelkedés módja, megérdemeltsége és a pozícióban gyakorolt magatartása amelyek befolyásolják bukásukkor is érzelmeiket és indoklásait. E jelenség evolúciós előzményére utalnak azok a kísérletek, amelyeket primatológusok a zöld cercóffal és medvepáviánnal végeztek. Bebizonyították, hogy az állatok rendelkeznek valamilyen kognitív reprezentációval arról, hogy egy adott rangpozícióban mi a „helyes” magatartás. Vagyis képesek összehasonlítani és megítélni a társak aktuális magatartását, kommunikációját egy a kognitív térben szerveződött, a különböző hierarchikus helyhez illeszkedő mintázattal, és eltérés esetén megfelelően reagálni rá (Cheney és Seyfarth 2001).

### **Nemi különbségek a média hatásában**

Az evolúciós magatartásbiológia két, talán legfontosabb elmélete a szelektív szelekciós elmélet és a szülői ráfordítás elmélete (Darwin 1871, Trivers 1972). Lényegük, hogy minden ember – akár nő, akár férfi – valamennyi élőlényhez hasonlóan rendelkezik a génjeiben kódolt törekvéssel, hogy minél nagyobb arányban képviseltesse magát a jövőbeni generációkban. Ez a törekvés azonban mind genetikai, mind környezeti feltételek és hatások által eltérő módon érvényesülhet. A biológusok úgy mondják, eltérő fenotípusos (aktiválódó) stratégiák és taktikák megnyilvánulásai által igyekezik az egyed maximalizálni reprodukív sikerét, azaz fitnessét.

Ennek biztosítását a két nem eltérő módon valósíthatja meg. A nő számára a petesejteknek hónapról hónapra történő érlelése, méhüknek minden ciklusban való ismételt felkészítése azok befogadására, a méhlepény kifejllesztése, az embrió(k) táplálása, védelme, magzatuk hordozása jelentős megterhelést jelent. A szülés és az azt követő, hosszan tartó, a terhességnél is energiaigényesebb szoptatás, valamint a szinte felnőttkorig tartó ellátás hatalmas erőfeszítést és elköteleződést igényel. A nő tehát a szaporodási sikerét alapvetően a szükséges energia biztosításával növelheti. A férfinak – a szülői ráfordítás elmélete szerint – elvileg pusztán néhány spermiumsejttel kell mindehhez hozzájárulnia. A férfi tehát a szaporodási sikerét minél több nő megtermékenyítésével növelheti (I. táblázat). A nők döntése a szaporodás megkezdéséről igen költséges, hosszú időre való elköteleződést és terhet jelent (Bereczkei 1991, Bogin 1999, Campbell és Wood 1994, Dunbar 1995, Tóth 2000). Az utód felnevelése azonban olyan megterhelés, amelyet az összes ma élő főemlős nőstényeivel ellentétben, egyedül nem, csupán a férfi segítségével tud megoldani. A nő tehát érdekelte a forrásokkal rendelkező férfi hűségében, utóbbinak azonban szaporodási potenciálja szempontjából ez jelentős veszteséget okoz. Ez áll a férfiaknál a kapcsolaton kívüli szex keresésében, különösen akkor, ha az nem jár gyerekgondozási kötelezettséggel. Kettőjük szülőként való együttműködése azonban érzelmi és szexuális összehangolódásuk függvénye.

#### Nemek közötti különbségek az alkalmazkodási stratégiákban

	<b>NŐK</b>	<b>FÉRFIAK</b>
<b>szülői ráfordítás/egy utód</b>	magas	alacsony
<b>szaporodási siker növelése</b>	források mennyisége	nők száma
<b>szaporodási siker variabilitása</b>	alacsony	magas
<b>azonos neműek közötti kompetíció</b>	mérsékelt	magas
<b>energia-befektetés a partner megszerzése érdekében</b>	alacsony	magas
<b>párválasztás (válogatás)</b>	szelektáló	kevésbé válogat
<b>szex</b>	minőség	mennyiség
<b>szaporodási stratégiák</b>	hosszú idejű rövid idejű	rövid idejű hosszú idejű
<b>párkapcsolat jellege</b>	érzelmi	érzéki
<b>társas stratégia</b>	kooperatív	státuszorientált
<b>kockázatvállalás</b>	alacsony	magas
<b>a kockázatvállalás nyeresége/vesztesége</b>	alacsony/magas	magas/magas
<b>agresszív hajlam</b>	mérsékelt	magas
<b>jellemző agresszív akció</b>	közvetett, relációs	közvetlen fizikális
<b>gyilkosságok száma</b>	alacsony	magas



Mint az a táblázatban is látható, e különbségből számos magatartásbeli eltérés származik. Elődeink olyan csoportokban éltek, amelyek központi szerkezetét a rokonságban álló férfiak szövetsége alkotta (Tóth 2000). A nők a párkapcsolat kialakulásakor partnerük (a összetartozást megerősítő rítus kialakulása után házastársuk) csoportjához költöztek. Ennek nyomán többekévé elveszítették a rokoni támogatást. Mivel végső soron tőlük függött, hogy lesz-e utódjuk, nem származhatott jelentős szociális és reprodukív haszna, ha kisebb-nagyobb előnyökért túlságosan nagy kockázatot vállalt (Campbell 1999). Az esetleges sérülés pedig igen súlyosan veszélyeztethette szaporodását. Ezzel ellentétben a férfiak bármennyire is szeretnének gyereket, ha nem találkoznak ebbe beleegyező nővel, minden igyekezetük hiába való. Ezt a biológusok reprodukív halálnak nevezik. Természetesen körülményektől függően, de a férfiak számára bármilyen kockázat, veszély, vetélkedés és agresszió vállalható, ha elkerülheti a reprodukív halált (Bell és Bell 1993, Daly és Wilson 1988, 1994, 1998, 2001, Wilson és Daly 1993).

Mínt hogy nők – különösen a párválasztás nyomán őket körülvevő, többségében idegen emberek között – nyilván nap mint nap keveredhettek konfliktusokba, számtalanszor ütközhettek akadályba, ha érdekeiket, törekvéseiket érvényesíteni akarták. A fentiekből következik, hogy elsősorban a kisebb kockázattal járó agresszió alkalmazása lehetett számukra előnyösebb (Campbell 1999). Az agressziót kutatók közül többen felvetik, hogy a nők legalább olyan gyakran alkalmazzák az agressziót mint a férfiak, de velük ellentétben nem a fizikális, hanem elsősorban a közvetlen és közvetett kommunikációs és relációs agresszió jellemző rájuk (Björqvist 1994, Björqvist és munkatársai 1992, 1994, Crick és munkatársai 1997, 1999, Tóth 2002). A sikeres alkalmazkodás hatékony eszköze a minél kiterjedtebb és erősebb kölcsönösségi viszonyok, barátságok kialakítása. De nem kevésbé lehetett hatékony, ha a vetélytársak kapcsolatait sikerült valakinek a saját előnyére megváltoztatni. A fejlett verbalitás eredményeként ehhez kis költséggel és kockázattal járó, esetenként igen hatékony eszköz áll a nők rendelkezésére. A pletyka, az intrika, mások kibeszélése hatékony és igen informatív – relációs agresszív – eszköz a szociális világban. Ismert, hogy a barátság kialakítása és ápolásának alapfeltétele a beszélgetés (Fehr 1996).

Köztudott, hogy a 20. század első felében kialakuló rádiósorozatok hallgatói, majd az ötvenes évek elején indított televíziós szappanoperák nézői elsősorban a nők, és az éjszakai beszélgetős médiaműsorok betelefonálói is többnyire nők. Különböző országokban végzett felmérések sokasága jelezi, hogy a napközben sugárzott szappanoperák nézői nagyobb részt az otthon lévő nők, nem meglepő tehát, hogy a műfajt alapvetően femininnek tekinthető (Ang és Hermes 1996, Antalóczy 1999, Greenberg és Busselle 1996, Luk-

ács 2001, McQuail 1994: 264).<sup>35</sup> Jelenleg folyó kutatásunk adatai jelzik, hogy kivétel nélkül jellemző valamennyi Magyarországon vetített sorozatra az egymás után bekövetkező konfliktusok hömpölygő áradata, amelyekben az agresszióknak döntően feminin formái figyelhetők meg (Szuroviák és Tóth).

Nem lehet azonban általánosítani csupán a médiafogyasztó neme alapján. Az életkorral, a fizikai és egészségi állapot és ezzel szoros összefüggésben a reprodukív potenciál változásával, a gyermekek számával változik a nők kockázatt vállalási hajlandósága, a konfliktusaik kimenetelének következményei (Campbell 1999). Az evolúciós logika szerint feltételezhető, hogy a nők eltérő szociális és életkori helyzetben, a gyerekek számától függően eltérő morális megtételéssel értelmeznék történeteket, illetve eltérően fogékonyak azok jellegére, érzelmi töltöttségére. A fentiek alapján nem meglepő, hogy különböző sorozatokat preferálnak a fiatal, illetve az idős nők. (Gál és munkatársai, ugyanebben a kötetben).

A nemek közötti evolúciós eredetű különbségek a média más műfajainak használatában és hatásaiban is meghatározó szerepet játszanak. Ezek elemzésében is csak a kezdeti lépések megtételéről beszélhetünk.

Szintén jelentősen eltér a két nem viszonya a médiában megjelenő szexualitáshoz. Ellis és Symons (1990) kimutatta, hogy a nők szexuális fantáziájára elsősorban emócianalitás, az érzelmi töltés a jellemző, vizuális képzeletüket a tényleges vagy egy ideális partner kedvessége, gyengéd érintése tölti be. A férfiakra a mentális képek érzéki aspektusa a döntő, a partnerek változóak, szexuálisan engedékenyek és elhanyagolható szerepet játszik a fantáziabeli partnerhez fűződő érzelmi kötődés. Neil Malamuth (1996) a pornótermékek fogyasztását elemezte a nem és életkortól függő szaporodási stratégiák alapján. Véleménye szerint a férfiak és a nők eltérő reprodukív stratégiái játszanak szerepet abban, hogy a pornóújságok és pornófilmek döntő mértékben a férfiaknak készülnek, ugyanakkor a kevésszámú, nőket megcélzó kiadvány megbukott vagy csak mérsékelt eredményeket volt képes elérni. Ezzel ellentétben az úgynevezett romantikus regényfüzetek érzelmmel töltött lány erotikája, férfias, de hűséges (monogám) és gyengéd férfigősei egyértelműen a női reprodukív stratégiához illeszkednek, azaz annak megvaló-

<sup>35</sup> Lukács Gabriella (2001) előadásában a japán szappanoperák jellegzetes típusaként a társadalom konzervatív női szerepfelfogással szembeszálló fiatal és magányossá váló nő hányattatását ismertette. A sorozatok jellegzetes főszereplőtípusa a fiatal (esetenként) diplomás nő, történetét intrika, meg nem értés és gáncsoskodás nehezíti, amelynek következményeként szakmai, munkahelyi, magánéleti viszonyai tönkremennek. A sorozatok végére kitarásának köszönhetően kapcsolatai újra-szerveződnek, ezáltal karrierje is kiteljesedik. Az elnyert státusz és a társas sikeresség szoros kölcsönhatásban valósul meg (Benenson 1999).

sulását elősegítő pszichológiai mechanizmusok elvárásaihoz igazodnak (Ellis és Symons 1990). Abban nyilvánvalóan igazuk van a feminista értelmezéseknek, hogy a társadalmi elvárások erőteljesen befolyásolják a nők szocializációját e pszichológiai konstrukciók kialakítása érdekében. Abban azonban tévednek, hogy ez valamiféle eredeti, „uniszex” természet eltorzítása által történik. A szociokulturális környezet – nem függetlenül az evolúciós történésektől – nagyfokú tárgyi és szimbolikus variabilitása mellett is minden bizonnyal a reproductív siker biztosítását támogató szerkezettel rendelkezik.

A helyzet azonban sokkal bonyolultabb, de ismertetésére terjedelmi korlátok miatt nincs most lehetőségem. Utalni szeretnék a már említett humán stratégiai sokféleségre, amely nemtől, életkortól, forrás-hozzáférhetőségtől függően alkalmaznak az emberek (Potts 1998). Az evolúciós pszichológiai értelmezésnek magyarázatot kell találnia – szemben Malamuth (1996) megállapításával – arra, hogy egy amerikai magazin felmérése szerint a házas olvasóinak körülbelül 60 százaléka jelezte, korábban járt már pornófilmet vetítő moziban (Tavris és Sadd 1975).<sup>36</sup> Nagyszámú kultúrában végzett felmérés szerint a nők jelentős része aktívan keres és fenntart (noha kérdéses, hogy mennyire hasonlóan a férfiakkhoz) házasságon kívüli kapcsolatot, és igen fontos számukra a szexualitás (Small 1993). Nézzük azonban a másik nemet is. A férfiak sokasága él kiegyensúlyozott házasságban és odaadón, nemegyszer önfeláldozóan gondozza gyermekeit. Hogyan jelenik meg ez a médiumok használatában? Milyen műfajokat preferálnak, és melyek vannak rájuk hatással? Mennyiben befolyásolja ezt az örökletes háttér, a szociokulturális környezet, valamint az életkor és a családi helyzet. Valamennyi olyan kérdés, amelynek megválaszolásában nyilvánvalóan nem csak a magatartáskutatók és pszichológusok érdekeltek.

### Hivatkozások

- Alexander, R. D. 1990. Epigenetic rules and Darwinian algoritms. The adaptive study of learning and development. *Ethology and Sociobiology* 11, 241-303.
- Ang, I. and Hermes, J. 1996. Gender and/in media consumption. In: Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.) *Mass Media and Society*. London, Arnold. 325–347.
- Antalóczy T. 1999. *A szappanoperák genezise és analízise*. Budapest, MTA-ELTE Szociológiai Intézet. 71–90.
- Archer, J. 1994. Power and male violence. In: Archer, J. (ed.) *Male violence*. London and New York, Routledge. 310–331.

---

<sup>36</sup> A kutatást és eredményeit Small (1993) említi.

- Aureli, F., Cordischi, C., Cozzolino, R. and Scucchi, S. 1992. Agonistic tactics in competition for grooming and feeding among Japanese macaques. *Folia Primatologica*, 58, 150–154.
- Aureli, F. and de Waal, F. B. M. 2000. *Natural conflict resolution*. Berkeley: University of California Press.
- Barner-Berry, C. 1988. The structure of politically relevant behaviours in pre-school peer groups. In: Chance, M. R. A. (ed.) *Social fabrics of the mind*. Hove and London, Lawrence Erlbaum. 261–276.
- Beatty, M. J., Heisel, A. D., Hall, A. E., Levine, T. R. and La France, B. H. 2002. What can we learn from the study of twins about genetic and environmental influences on interpersonal affiliation, aggressiveness, and social anxiety?: A meta-analytic study. *Communication Monographs*, 69, 1–18.
- Bell, N. J. and Bell, R. W. 1993. *Adolescent risk taking*. Newbury Park. Sage.
- Benenson, J. F. 1999. Females' desire for status cannot be measured using male definitions. *Behavioral and Brain Sciences*, 22, 216–217.
- Bereczkei T. 1991. *A génektől a kultúráig*. Budapest, Gondolat.
- Björkqvist, K. 1994. Sex differences in physical, verbal, and indirect aggression: A review of recent research. *Sex Roles*, 30, 177–188.
- Björkqvist, K., Lagerspetz, K. M. J. and Kaukiainen, A. 1992. Do girls manipulate and boys fight? Developmental trends in regard to direct and indirect aggression. *Aggressive Behavior* 18, 117–127.
- Björkqvist, K., Österman, K. and Lagerspetz, K. M. J. 1994. Sex differences in covert aggression among adults. *Aggressive Behavior*, 20, 27–33.
- Blumler, J. G. and Katz, E. 1975. *Uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, Sage.
- Boccia, M. L. 1987. The physiology of grooming: a test of the tension reduction hypothesis. *American Journal of Primatology*, 12, 330.
- Boehm, C. 1993. Egalitarian behavior and reverse dominance hierarchy. *Current Anthropology*, 14, 227–254.
- Boehm, C. 1997. Egalitarian behavior and the evolution of political intelligence. In: Whiten, A. and Byrne, R. (eds.) *Machiavellian intelligence. II. Extensions and evaluations*. Cambridge, Cambridge University Press, 341–364.
- Bogin, B. 1999. *Patterns of human growth*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Browne, K. R. 2001. Women at war. An evolutionary perspective. *Buffalo Law Review*, 49, 51–247.
- Bryant, J. and Zillmann, D. 1994. *Media effects. Advances in theory and research*. Hillsdale, New Jersey. Lawrence Erlbaum.
- Buss, D. M. 1991. Evolutionary personality psychology. *Annual Review of Psychology*, 42, 459–491.
- Buss, D. M. 1995. Evolutionary psychology: A new paradigm for psychological science. *Psychological Inquiry*, 6, 1–30. [Evolúciós pszichológia: Új paradigma a pszichológia tudománya számára. Pléh Cs. Csányi V. és Bereczkei T. (szerk.) *Evolúciós pszichológia. Az evolúciós szemlélet és a pszichológia*. Budapest, Osiris. 376–425. 2001.]
- Campbell, K. L. and Wood, J. W. 1994. *Human reproductive ecology. Interactions, of environment, fertility, and behavior*. New York, The New York Academy of Sciences.
- Campbelle, A. 1999. Staying alive: Evolution, culture, and women's intrasexualaggression. *Behavioral and Brian Sciences* 22, 203–214.

- Cappella, J. N. 1996. Why biological explanation? *Journal of Communication*, 46, 4–7.
- Chance, M. R. A. 1967. Attention structure as the basis of primate rank orders. *Man*, 2, 503–518.
- Chance, M. R. A. 1976. The organization of attention in group. In: von Cranach, M. (ed.) *Methods of inference from animal to human behaviour*. Paris, Mouton, The Hague, 213–235.
- Chance, M. R. A. and Larsen, R. R. 1976. *The Social Structure of Attention*. London, Wiley.
- Cheney, D. L. and Seyfarth, R. M. 1990. *How monkey see the world: Inside the mind of another species*. Chicago, Chicago University Press.
- Cosmides, L. and Tooby, J. 1987. From evolution to behavior: Evolutionary psychology as the missing link. In: Dupré, J. (ed.) *The latest on the best: Essays, on evolution and optimality*. Cambridge, MA, MIT Press. 277–306.
- Cosmides, L. and Tooby, J. 1994. Origins of domain specificity: The evolution of functional organization. In: Hirschfeld, L. A. and Gelman, S. A. (eds) *Mapping the mind. Domain specificity in cognition and culture*. Cambridge, Oxford University Press. 85–116.
- Cosmides, L. and Tooby, J. 1997. *Evolutionary psychology: a primer*. <http://www.psych.ucsb.edu/research/cep/primer.html>. [Evolúciós pszichológia: alapozó kurzus. Replika, 2000. No. 40. 101–124.]
- Crick, N. R., Casas, J. F. and Mosher, M. 1997. Relational and overt aggression in preschool. *Developmental Psychology*, 33, 579 – 588.
- Crick, N. R., Werner, N. E., Casas, J. F., O'Brien, K. M., Nelson, D. A., Grotperter, J. K. and Markon, K. 1999. Childhood aggression and gender: A new look at an old problem. In: Bernstein, D. (ed.) *Nebraska Symposium on Motivation. Gender and Motivation*. Lincoln, University of Nebraska Press. 45, 75–141.
- Curran, J. and Gurevitch, M. 1996. *Mass Media and Society*. London, Arnold.
- Daly, M. and Wilson, M. I. 1988. *Homicide*. New York, Aldine de Gruyter.
- Daly, M. and Wilson, M. I. 1994. Evolutionary psychology of male violence. In: Archer, J. (ed.) *Male violence*. London and New York, Routledge. 253–288.
- Daly, M. and Wilson, M. I. 1998. The evolutionary social psychology of family violence. Crawford, C. and Krebs, D. L. (eds.) *Handbook of evolutionary psychology*. Ideals, issues, and applications. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum. 431–456.
- Daly, M. and Wilson, M. 2001. Risk taking, intrasexual competition, and homicide. In: Daly, M., Wilson, M., Gangestad, S. W., McClintock, M. K., Gigerenzer, G. and Seyfarth, R. M. (eds.) *Evolutionary Psychology and Motivation. Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln and London, University of Nebraska Press. 47, 1–36.
- Darwin, C. 1871. *The descent of man, and selection in relation to sex*. London, Murray.
- Dunbar, R. I. M. 1995. *Human reproductive decision. Biological and social perspectives*. New York. St. Martin's Press.
- Eibl-Eibesfeldt, I. 1989. *Human ethology*. New York, Aldine de Gruyter.
- Ellis, B. J. and Symons, D. 1990. Sex differences in sexual fantasy: An evolutionary psychological approach. *Journal of Sex Research*, 27, 527–555.
- Feather, N. T. 1994. Attitudes toward high achievers and reactions to their fall: Theory and research concerning tall poppies. *Advances in Experimental Social Psychology*, 26, 1–73.
- Fehr, B. 1996. *Friendship processes*. Thousand Oaks, Sage.

- Felson, R. B. 1996. Mass media effects on violent behavior. *Annual Review of Sociology*, 22, 103–128.
- Gould, S. J. 1980. *The panda 's thumb*. New York and London, W. W. Norton. [A panda hüvelykujja. Budapest, Európa 198 . ]
- Harcourt, A. H. 1992. Cooperation in conflicts: commonalities between humans and other animals. *Politics and Life Sciences*, 11, 251–259.
- Hinde, R. A. and Barden, L. A. 1986. The evolution of teddy bear. *Animal Behaviour*, 33, 1371 – 1373.
- Kano, T. 1992. *The last ape. Pygmy chimpanzee behavior and ecology*. Stanford, California, Stanford University Press.
- Kremer, M. and Greene, K. 1999. Predicting exposure to and uses of television violence. *Journal of Communication*, 49, 24–45.
- Lasswell, H. D. 1960. The structure and function of communication in society. Schramm, W. L. (ed.) *Mass communications: A book of readings*. Urbana, University of Illinois Press. 117–130.
- Lukács G. 2001. *A japán szappanoperáról*. Előadás a Média és populáris kultúra című konferencián. Pécsi Tudományegyetem. Október.
- Malamuth, N. M. 1996. Sexually explicit media, gender differences, and evolutionary theory. *Journal of Communication*, 46, 8 – 31.
- Mayr, E. 1961. Cause and effect in biology. *Science*, 134, 1501–1506.
- McQuail, D. 1994. *Mass communication theory: an introduction*. Newbury Park. Sage.
- Mealey, L., Daoud, C. and Krage, M. 1996. Enhanced memory for faces of cheaters. *Ethology and Sociobiology*, 17: 119–128.
- Nesse, R. M. 1990. Evolutionary explanations of emotions. *Human Nature*, 1, 261–289.
- Potts, R. 1998. Variability selection in hominid evolution. *Evolutionary Anthropology*, 7, 81–96.
- Pritchard, D. and Hughes, K. D. 1997. Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication*, 47, 49–67.
- Reynolds, V., Falger, V. and Vine, I. 1987. *The Sociobiology of Ethnocentrism*. Evolutionary Dimensions of Xenophobia, Discrimination, Racism and Nationalism. London and Sydney, Croom Helm.
- Rosengren, K. E. 1985. *Media gratifications research: Current perspectives*. Beverly Hills, Sage
- Rubin, A. M. 1994. Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. In: Bryant, J. and Zillmann, D. (eds.) 1994. *Media effects. Advances in theory and research*. Hillsdale, New Jersey. Lawrence Erlbaum. 417–436.
- Rushton, J. P. 1989. Genetic similarity, human altruism, and group selection. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 503–559.
- Schino, G. S., Scucchi, S., Maestripietri, D. and Turillazzi, P. G. 1988. Allogrooming as a tension-reduction mechanism: a behavioral approach. *American Journal of Primatology*, 16, 43–50.
- Seyfarth R. M. and Cheney, D. L. 2001. Cognitive strategies and the representation of social relations by monkeys. In: Daly, M., Wilson, M., Gangestad, S. W., McClintock, M. K., Gigerenzer, G. and Seyfarth, R. M. (eds.) *Evolutionary Psychology and Motivation. Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln and London, University of Nebraska Press. 47, 145–177.
- Sherry, J. L. 2001. The effects of violent video games on aggression. A meta. analysis. *Human Communication Research*, 27, 409–431.

- Shoemaker, P. J. 1996. Hardwired for news: Using biological and cultural evolution to explain the surveillance function. *Journal of Communication*, 46, 32–47.
- Small, M. F. 1993. *Female choices. Sexual behavior of female primates*. Ithaca and London. Cornell University Press.
- Szuroviák Sz. és Tóth P. I. (előkészületben). *Feminin agresszió a szappanoperákban*.
- Tavris, C. and Sadd, S. 1975. *The Redbook report on female sexuality*. New York, Delacorte.
- Thienpont, K. and Cliquet, R. 1999. *In-group/out-group Behaviour in Modern Society: An Evolutionary Perspective*. Brussel, Vlaamse Gemeenschap.
- Tóth P. 2000. A családi létformák funkcionális elemzése. A nő–férfi–gyerek viszony evolúciós nézőpontból. Hamp G. és Kelemen G. (szerk.) *Egyház és család*. Budapest, Balassi–Magyar Pax Romana Fórum. 118–135.
- Tóth P. I. 2002. A médiaerőszak és az agresszió magatartásbiológiai meghatározása. *Janus*, No. 10. 142–148.
- Trivers, R. L. 1972. Parental investment and sexual selection. In: Cambell, B. (ed.) *Sexual selection and the descent of man, 1871–1971*. Chicago, Aldine. 136–179.
- Turner, J. H. 1996. The evolution of emotions in humans: A Darwinian-Durkheimian analysis. *Journal for Theory of Social Behaviour*, 26, 1–33.
- Vangelisti, A. L. and Crumley, L. P. 1998. Reactions to message that hurt: The influence of relational contexts. *Communication Monographs*, 65, 173–196.
- de Waal, F. B. M. 1998. *Chimpanzee politics. Power and sex among apes. revisited edition*. Baltimore and London, The Johns Hopkins University Press.
- de Waal, F. B. M. 1989. *Peacemaking among primates*. Cambridge, MA. Harvard University Press.
- de Waal, F. B. M. 1996. *Good natured: The origins of right and wrong in humans and other animals*. Cambridge, Harvard University Press. [Jótermészetűek. A jó és a rossz eredete az emberben and más állatokban. Budapest, Műszaki Kiadó. 2001. ]
- Wilson, M. and Daly, M. 1993. Lethal confrontational violence among young men. In: Bell, N. J. and Bell, R. W. (eds.) *Adolescent risk taking*. Newbury Park. Sage. 84–106.
- Zaragoza, F., Colmenares, F., Hernández-Lloreda, M. V. and Lamarque, C. 1996. Grooming, aggression, cohesion and time budgets in harems of hamadryas baboons in captivity. Paper presented in the XVIth Congress of the International Primatological Society and XIXth Conference of the American Society of Primatologists. Madison, Wisconsin, U. S. A.

## **A virtuális valóság szemlélete a teóriától a gyakorlatig és vissza**

### **Bevezetés**

Kutatásomban a virtuális valósággal foglalkozom. Különböző konferenciákon történő disputáim, az eddig általam áttekintett szakirodalom és a tömegkommunikáció által közvetített virtuális valóság ideái alapján elmondható, hogy rendkívül vitatott fogalom. Tapasztalataim szerint szemléletét alapvetően meghatározza az, hogy melyik tudományterület képviselője kommunikál róla, illetve mely tömegműedium keretei között formálódik kommunikáltummá. Ezzel talán nem mondtam sok újat, hiszen bármilyen jelenséggel van dolgunk, az adott diszciplína vagy médiakontextus mindig meghatározó. De vegyük szemügyre közelebbről a digitális virtuális valóságokat: egyrészt a jelenlegi világba való berendezkedésünket számtalan módon, s egyre fokozottabb mértékben érintik, sőt, formálják, másrészt – és számunkra ez kiemelt jelentőségű – egy új, minden eddig felülmúló és számtalan gyakorlati lehetőséget kínáló médiumként jelennek meg. A médiumszerep pedig gyűjtőpont: miközben a digitális virtuális valóságról beszélünk, közvetítjük, mindaközben maga a virtuális valóság is egy közvetítő közeg. Egy médium, melyet a használaton (a hozzáféréstől a magas szintű felhasználói szintig) túl igyekszünk az életünk minden területére kiterjedő „csúcsmédiumként”, „hightech médiumként”, sőt, egyfajta utópiaként vagy antiutópiaként címkézni. Előadásom során azt vizsgálom, hogy milyen alapvető megközelítési módjai tapinthatók ki napjainkban (adott esetben egy-két gyakorlati példa esetében), különösen a tudományos berkekben folytatott és tömegkommunikációs eszközökön keresztül közvetített kommunikációs folyamatokban és azok értelmezései szerint, valamint a konferencia kereteinek értelmében milyen szerepe van ennek abban, hogy a virtuális valóság kapcsán az elméletnek és a gyakorlatnak egy speciális kommunikációs és kommunikációt provokáló válfajával van dolgunk.

### **Alapvetés**

A virtuális valóság – nemzetközi rövidítésével élve: VR (virtual reality) – ma egyszerűen az informatikai fejlődés, a digitális világ produktumaként jelenik meg a köztudatban. Beszélünk róla az orvostudományi kísérletektől a katonai szimulációs berendezésekig – s zengünk róla dicshimnuszokat, vagy festünk borúlátó sötét jövőképeket. Mindenesetre a reális fokozatosan átszűrremlik a virtuálisba, egyelőre hosszú távon beláthatatlan következmények-



kel. Ez az ún. felfalt valóság esete – velünk, ahol az internet egyre fokozódó felhasználása csak az első kardinális lépcső, mely mind közelebb hozza a cyber space világát. A reális világot felfaló VR pedig egy alapvető, humán kiindulóponttal dolgozik, mely elsősorban az embert mint kommunikációs lényt használja fel: az érzékelést, illetve az ebből fakadó, interaktív módon kényszerű kommunikációs folytonosságot helyezi át technikai téridejébe. Adott ugyanis egy másik négy dimenzió, melyben éppúgy ingerekkel, információkkal, kommunikátumokkal stimulálják érzékszerveinket és ezen keresztül tudatunkat és viselkedésünket, ami minket is kommunikációra kényszerít. Ezt a négy dimenziót azonban egy médium mint közvetítő közeg juttatja el számunkra, minek tényét tudatunk egy bizonyos belebonyolódási szint után már nem pozicionálja. A VR tehát a technikai fejlődés előrehaladtával, azaz az internetet és cyber space-t egy csúcstechnológiában integráló interaktív hipermédia kialakulásával olyan médiummá válik, melynek médiumléte felfoghatatlan mértékű belemerülést feltételez más világokba. Olyan belefeledkezést (és a párhuzamosan zajló realitásról való elfeledkezést), mely megszünteti a közvetítettség tudatát, azaz a befogadástartam (ön)kontrollját, s automatikus kikapcsolás nélkül az egyed nem érzékeli többé a médiumban való benne létet.

### **Kiinduló szemlélet I. – Az agy mint szimbólum és szimulációcél kora**

Már a kilencvenes éveket az agy évtizedének nyilvánították az Egyesült Államokban, mindenekelőtt az informatikában elért eredmények alapján. Az agy a nagysebességű és komplex információáramlás, illetve a környezetet saját igényei szerint alakítani képes konstruktivitás és praktikum szimbólumaként visszavonhatatlanul ott lebeg minden olyan kutatásban és azok kommunikált mozzanataiban, melyek a jövőt firtatják. Ebben a szemléletben kimondva vagy kimondatlanul egyszerre van jelen egy cél és egy anticél. A cél az emberiség céljának címkéjével ellátott, az igeként hirdetett agyműködés-szimuláció, vagyis az agy működésének a lehető legsokrétűbb és legmélyebb feltárása – és ezáltal az agyműködés mechanizmusának és variabilitásnak lemásolása. Ennek aktívan kommunikált pozitív elemei két fő irányba mutatnak: a mesterséges intelligencia előállíthatóságába vetett bizalom felé (vö. a nyelv működésének megértése, a logikus gondolkodás feltérképezése stb.), valamint a Földet végtelen módon körbe-körbefutó információkat generáló, az információ-hozzáférés határtalan szabadságát és a tudáskiszélesítést a szuperagyban megtestesítő utópikus metafora felé. Sőt, a két fő irány integrációja innentől már csak egy lépés, azaz vízióként megjelenik az utó-utópisztikus hiperagy, ahol az MI a hozzáférhető információk végtelenjének hozzáadottságával teljes körű ön- és világkontrollt, hovatovább létünk megértését, átláthatóságát kaphatjuk az előrehaladó tudományos kutatásoknak és

fejlesztéseknek köszönhetően. Azaz, amit a mítosz, a filozófia, a vallás stb. nem manifesztált számunkra – mondják vagy éreztetik – még elérhetővé tehető a technikának köszönhetően. Erről szól Gerbner elmélete is a televízió kapcsán: a tévé a társadalom intézményesített mesemondója, a mesemondók pedig eddig a vallásos hagyomány közvetítői voltak. (Vö. Gerbner–Gross 1976.) Ám az „üdvözülés” nem az egyetlen output-lehetőség. Az anticél értelmében ugyanis az agyszimuláció révén az információkon, illetve azok áramoltatásán alapuló világhatalom is megszerezhető az informatika jelenlegi mezsgyéjén haladva tovább. A két véglet lehetősége kommunikálódik elsősorban, ám látnunk kell, hogy már az odavezető utunkon is (ha bármelyik irányba is vezet a jelenlegi út) a gyakorlat meglehetősen vegyes képet mutat: az informatikai fejlesztések kezdettől elsősorban titkos katonai kutatásokból kerülnek a civil szférába, bizonyos fejlesztéseket anyagi haszon-szerzési okokból nem juttatnak túl ezen a titkos szinten, mégis ami „közkézre” került, azt a civil szféra a saját képére alakítja. Visszaélések természetesen tetten érhetők, mégis kommunikációs anarchia, illetve ellenőrizhetetlenül túlcsoportuló manipuláció nem érzékelhető – jelenleg. A technikai környezetünk változásai tehát nem maradnak értelmező-magyarázó kommunikáció nélkül, még ha azok esetlegesen végletesen is nyilvánulnak meg.

### **Kiinduló szemlélet II. – A Felhasználó kora**

Az ember (különösen a filozófiai és pszichológiai) önértelmező gesztusai során számos címkét ragasztott már magára, úgymint gondolkodó nádszál, ego, fenomén, jelenvalólét, individuum, szubsztancia – és hosszan folytathatnánk a sort. A jelenleg legelterjedtebb öncímkénk a Felhasználó, pontosabban az interaktív Felhasználó, mely elsősorban a számítógépek és az internet együttes elterjedésének köszönhető. A Felhasználó címkéje értelmében adott az egyén, akinek valamilyen szintű hozzáférése van a számítógép generálta virtuális világokhoz, akár az internethez is. A hozzáférés, illetve a felhasználói funkció által meghatározott hozzáférés három kasztot feltételez: az internet látót, aki csak alapfunkciókra (pl. levelezés) használja a netet, az internetolvasót, azaz a rendszeres és sokoldalú szörföst, és az író, aki maga állítja elő a weben elérhető tartalmakat, illetve azok formai megjelenését. Mindhárom felhasználótípus – bár különböző felhasználói szinteken jelenik meg – mindenekelőtt a praktikus alkalmazásra, a rendszeres használatra szorítkozik, belefolyik annak terédejébe, szabályrendszerébe, trendjébe, s mindent úgy teheti meg, hogy a klasszikus tömegkommunikációs médiumokkal ellentétben több területen is az aktív cselekvő tudatában van a kommunikációs aktusokban: komoly információs hozzáférésehez információközlési szabadsága kapcsolódik, interaktivitása rugalmas, non lineáris kommunikációra szocializálódik az alternatívútvonalas-multimediális felületeknek kö-

szönhetően. Kérdés, hogy a felhasználót tárgya itt milyen értelemmel bír: egyszeri vagy újra s újra felhasznált információtömeget (erről lásd később). Veszélye az említett anticél, azaz a gyarapodó (információs) haszonlesés, ahol felhasználóbarát virtuális világokat kínálnak a kiszámíthatatlan (azaz nem emberi algoritmusokból gyártott) reális realitással szemben, miközben a Felhasználót magába szippantó, téridejét „elrabló”, bekebelező álfelhasználó-barátként testesül meg. Így az egyén már túl van azon, hogy egyszerű gépektől, esetleg prerobotoktól függjön. A függőség ennél sokkal húsbavágóbb, hiszen a digitális VR bármely szintjét, megvalósulását tekintjük, médiumfüggőségről kell beszélnünk. Nem a fizikai lét függősége, hanem az azt meghaladó testetlen, anyagtalan, elevenünkbe vágó függőség ez: az információáramlás függőségétől, egészen az LSD-hatás szintjén mérhető cyber space hatásig. A közvetítő közeg így már nem egyszerűen egy-egy üzenet „kerete” vagy maga az üzenet (McLuhan), hanem mi vagyunk a közvetítő közeg (szimulált agyműködés és a humán információ áramlása), s benne az üzenet is (állandó interakcióban a médiummal s közvetetten más tudatokkal). Az integrálódó tele-, multi- és hyperkommunikációs technológiák virtuálisan áttetszővé tesznek minden realitásban leledzött, miközben ennek kritikai szemlélete még jelentős mértékben hiányos. (Ma Magyarországon pl. még a televízió kritikai szemléletű befogadásának oktatása-nevelése is nagyon gyér, hogyan készülhetünk fel a virtuális valóságok további rohamos lépteire és még mélyebb médiafüggésére?)

### **Felmerülő alapkérdés: az információ természete**

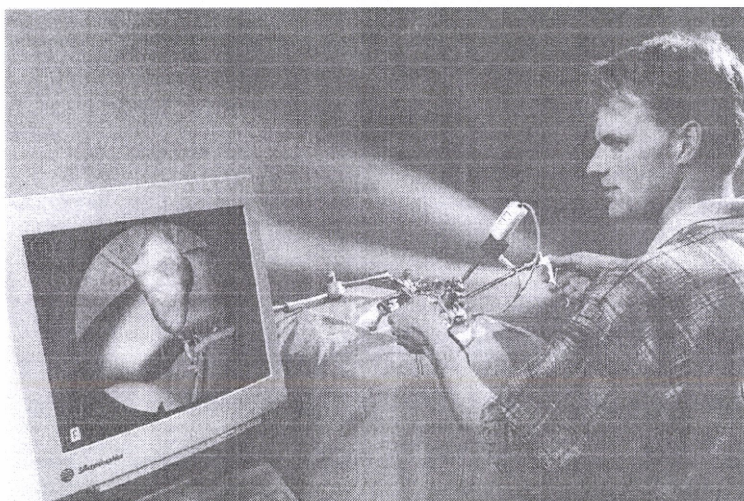
Az információs társadalom címkéje alatt élünk, mindenekelőtt az internet jelenlegi elterjedtségének és gördülékeny felhasználhatóságának köszönhetően. Ez a címke az információ mint hatalom struktúráját, valamint az információ termelését, globális és nagysebességű áramlását feltételezi. Kérdés, hogy az információ létünk kinevezett és gyakorlatban is egyre inkább tapasztalható alapegységként milyen természetű, és milyen természetűvé válik a digitális közegben. Az információelméletben alapvetően két felfogás jellemző. Az egyik szerint az információ anyagi természetű, azaz az élettelen világ számára is egyfajta kommunikációs alapegység. Ám ebben a felfogásban az információ egyfajta közömbös megközelítésben jelenik meg: „nincs célt feltételező irányítás-vezérlés, az információ nem nyilvánul meg [...] nincsenek szemantikai-pragmatikai vonatkozásai, jelentése, nincs önmagában haszna, csak valamelyik magasabb rendű megfigyelő szempontjából, nincs információfeldolgozás, kódolás, csak információátvitel van” (Fülöp 1996). A másik felfogás szerint az információ feltételez egy információértelmező tudatstruktúrát, azaz csak a kognitív térben létezik, mely a másokkal folytatott kommunikációban válik elevenné. Az első felfogás értelmében tehát a

digitális világokat szintaktikailag felépítő algoritmusok is információk, a második értelmében nem. Ha mindkét szintet egyszerre tekintjük, akkor jól látható, hogy a VR esetén a digitális információkódok jelentik az ún. láthatatlan információk szintjét, így lesznek pusztán szállító kódok, míg azok az információk, melyek ezáltal szállíthatók és manifesztálhatók a nyelvi vagy nem nyelvi kommunikációban mindenki számára hozzáférhető formában jelennek meg, azaz üzenetté válnak. Az eredmény tehát az, hogy a leegyszerűsítve csak kódoknak nevezhető információk hordozzák a felhasználói szintre lefordítható üzeneteket, azaz a két információfogalom kóddá és üzenetté változtatja egymást az egymásrautaltság eredményeként.

Kérdésünk tehát az, hogy megváltozik-e az információ fogalmának alaptermészete a digitálisan előállított világok megjelenésével vagy sem. Más lesz-e az információ mennyisége vagy minősége az internethasználat következtében vagy sem? Pusztán klónozzuk, mutációkra kényszerítjük és egymásra halmozzuk ugyanazokat az információkat? Avagy mindig születnek új információk, s netalán egyesek el is vesznek? Véges, végtelen vagy határtalan az információ természete, s a VR fejlesztése és használata mennyiben befolyásolja ezt? Vagy egyszerűen minden adattá válik pusztán, minden számszerű lesz? Minden adat és információ mögött pusztán a 0 és 1 kombinatorikája rajzolódik ki? Egyetérthetünk-e Baudrillard-ral abban, hogy megváltozik az információ természete azáltal, hogy egyre kevésbé rejlenek mögötte emberi számítások, s egyre inkább a mesterséges intelligencia számításaihoz kötődik? Végül hol húzhatók meg az adat, az információ, az üzenet közötti határok az új, digitális világokban?

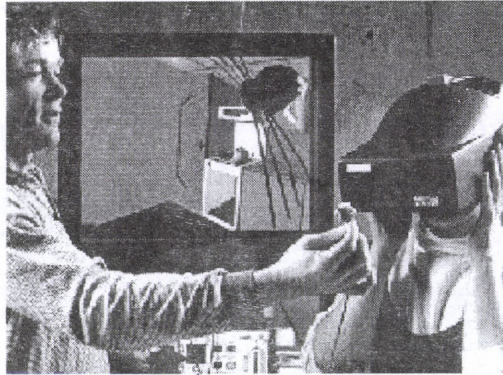
Ha a digitális virtuális világok kapcsán a konkrét gyakorlatban közvetített információkra gondolunk, a válaszok még nehezebbek. Mi történik pl. akkor, ha egy természettudományi kísérletben, egy modell-alkotásban, egy szimulációban, vagy egy társadalomtudományi tesztelésben, viselkedéskísérletben, sőt egy katonai kísérletben vagy úrkutatási programban stb. merülnek fel ezek a kérdések? Vegyünk egy egyszerű példát. Egy orvostanhallgató egy sebészeti műtétet gyakorol egy virtuális közegben. Ha műhibát vét, annak közvetlen fizikai reakcióit (pl. vérzés stb.) megtapasztalhatja, ám csak az adott virtuális közegben. Tudja, ha elrontja, akárhányszor újrakezdheti. Éppúgy többfordulós lehetőséggel bír az általa végrehajtott művelet, mint egy játékban, ahol több „élete” van. Az információról tudja, hogy virtuális, azaz egy eleven közegben már másképp értelmezi a paralel információkat. Elméletben a kétféle információ dekódolásának szeparálása egyértelműen működik. Ám mi történik akkor, ha valaki rendszeresen váltogatja a reálisban és a virtuálisban végzett tevékenységeit? Tudata meddig tud 100%-os különbséget tenni a két világ között? (Különösen kidomborodik a probléma akkor, ha

pl. a műtét végrehajtója fáradt, már több órája műt, s koncentrációja lecsökken.)



A reális és a virtuális kölcsönös felhasználása egy műtét során  
(Forrás: [http://iregt1.iai.fzk.de/TRAINER/images/mict\\_ich.jpg](http://iregt1.iai.fzk.de/TRAINER/images/mict_ich.jpg))

Nézzünk egy másik példát a pszichológiai gyakorlatból. Pókfóbiás betegek esetén alkalmazták azt a módszert, hogy a betegeket először virtuálisan szimulált pókokkal „szembesítették”: a VR-monitornak és a szenzoros kesztyűknek köszönhetően először csak mozgóképen látták, és mesterséges ingereken keresztül érzékelték tenyerükön a virtuális pókot egy megszokott (pl. konyhai) környezetben. Miután ehhez hozzászoktak, a vizuális szimuláció megőrzésével valódi pókokat raktak tenyerükbe. A virtuálisból a reálisba történő fokozatos átmenetben egyszerűen rászoktatták a pácienseket a fóbia tudatos kezelésére. Végül sikerült azt elérniük, hogy a fóbia megszűntével a kísérleti személy minden félelem nélkül végig tudott menni egy reális zöld mezőn. Sokunk számára elképzelhetetlen, hogy ilyen mértékű félelmeink legyenek. Azok számára viszont, akik ilyen mértékű problémákkal küzdenek, éppen a reális és virtuális keveredése jelenti a jelenleg ismert egyetlen hatékony megoldást. Ez a példa tehát az előzővel szemben nem a VR esetleges negatív hatásaira hívja fel a figyelmet, hanem a VR pozitív felhasználási lehetőségeire.



VR-terÁpia pókfóbiára

(Forrás: <http://www.animationenshus.eksjo.se/jonas.lowgren/Essays/vr-spider.jpg>)

A probléma még koncentráltabban jelentkezik a hétköznapi szférában, hiszen ezen a területen kevésbé tudatos a két világ szétválasztása, illetve annak igénye. Különösen fontos a digitális virtuális világokat mintegy előkészítő és előirányzó tömegmédiák figyelembevétele. Ha olyan tipikusan ismert kutatásokra gondolunk, mint pl. a televízió és az agresszió összefüggéseinek vizsgálata, vagy a szappanoperák viselkedésminta-közvetítésére rámutató felmérések, akkor jól látható a közvetítő közegek szerepe az információ-átvitelben és az ebből fakadó reális-virtuális világkeveredéseinkben. Fő kérdésünk tehát az kell legyen, hogy az erős integráció felé mutató virtuális valóságok hatására a valóságkeveredések a beérkező információk minősége és kontextusa szerint meddig fokozhatók, s miként változik ebben a folyamatban az információk mennyisége és minősége. Napjainkban erre pontos választ még nem adhatunk, de a tendenciák felismerésére kell törekednünk.

### **Zárógondolatok**

A humán kommunikáció e radikális változása, mediális közegbe történő intenzív áthelyeződése anyagtalanná teszi világunkat. Moravec, a legnagyobb amerikai robotlaboratórium alapítójának és munkatársának víziója szerint mindent elnyel a cybertér idő és egyetlen áramló szellemmé alakul minden. Ezen elgondolás első nagy „beteljesülése” már végbe is ment, amikor a nyolcvanas években a nagy tőzsdék összekapcsolásával a globális elektronikus pénzpiac létrejött. Napjaink filozófusai viszont javarészt gondterhelten fordulnak az említett tendencia felé. Így tesz Baudrillard is, aki egyike azoknak, akik igyekeznek a jövő új médiumáról körültekintő filozófiai képet festeni: „[...] az univerzum előreláthatósága az univerzum legalantasabb formája. Lehetséges-e, hogy a tudomány és az információ finalitása előrevetíti az univerzum végét egy szisztematikus, noha tudatalatti degradá-

ció révén annak ellenére, hogy a tudományt egy utópia, mégpedig a világ megmentéséről szóló utópia lelkesíti, amely az információk révén valósulhat meg? A legnagyobb számú információ felhalmozása véget vethet a világnak [...] A létezők totális informatizációja a mindent tudás lehetőségével kísért, melynek lényege a tudat azon képessége, hogy összegyűjtse az információkat, és bármelyik pillanatban aktualizálja őket. Az informatizációs totalitarizmus feláldozza a világot az egynemű, egységes kommunikációs tér megteremtése, a dekódolás egyetemlegesítése kedvéért” (Baudrillard 1997).

De bármennyire is veszélyként fenyeget a mindentudás eshetősége, s a mindentudás bármennyire utópisztikus vagy antiutópisztikus (kinek hogy tetszik) önmagában a VR ideája nélkül, a VR valós varázsa nem ebben, sőt nem is nonlinearitásában vagy vizuális intenzívitasában rejlik, hanem reverzibilitásában. A VR világa olyan, mint egy mese: a történet megfordítható, átfogalmazható, a vége happy end. Újrakezdhető, megváltoztatható, számtalan irányba terelhető és visszaterelhető. Ezért varázslatos első pillanatra, s ezért varázstalanít a mélyére ásó filozófusok szemében.

### Hivatkozások

- Baudrillard, Jean 1997. *A rossz transzparenciája*. Balassi Kiadó-BAE-Tartóshullám-Intermédia, Budapest.
- Fülöp Géza 1996. *Az információ*. ELTE Könyvtartudományi és Informatikai Tan-szék, Budapest 1996.
- Gerbner, George – Gross, Larry 1976. *Living with Television*. The violence Profile, *Journal of Communication*, 26, 2

## Monológok dialógusa

### Illyés Gyula és Márai Sándor naplójának összehasonlítása (1945–1948)

Két azonos nemzedékhez tartozó *írófejedelem* azonos időszakban írt naplójának összehasonlítására vállalkozom.

Milyen műfaj a napló? A családfán a közös ős a keresztény lelkiismeretvizsgálatból, a gyónás gyakorlatából eredeztethető *önéletrajz*. Az *önéletrajz*-ból három „utód” született: a *vallomás*, az *emlékirat* és a **napló**. Oldalági rokonként tartható számon a *levél*. Érdekes módon a naplókcal nem nagyon foglalkozott még a magyar tudományosság. Nincs naplókataszterünk, miként van az angoloknak (Matthews 1950), készült egy európai lajstrom is róluk, több mint ezer oldalon (Hocke 1963, idézi Alexa 1993). Amióta napló van, kritikai fenntartás is kíséri. 1888-ban a konzervatív francia irodalomtörténész, a műfaji elméletek tanulmányozója, Ferdinand Brunetiere a vallomásos irodalom elburjánzásában az Én „beteges és természetellenes túltengését” látta (1888). A történészek – gyakorlatban tapasztalom – sokkal nagyobb súlyt, forrásértéket tulajdonítanak a naplónak, mint az irodalomtörténészek. Komoly kérdés a naplók esetében: ki a címzett? Kinek szól a napló? A feltételezett és remélt utóknak. Van tehát *közönsége*, ha egyelőre a közönség *nem* is részese a dialógusnak. 1945-ben Márai megjelenteti az 1943–1944-ben írt naplóját. Komoly kritikai visszhangja is van, erre most nem térünk ki. (Vö.: Birkás 1945, Hámori 1945, Horváth 1945, Kézai 1945, Kósa 1945, Vajda 1945, Vámos 1945, Zelk 1945, Kovalovszky 1946, [Schöpflin] Nagypál 1946.) Ír róla s akkori termékeny időszakáról, igaz, nem a nyilvánosság számára, hanem a naplójába, Illyés is. *Figyeli* Illyés Márait, de közben távolságot tart. Nagy távolságot. S nem lát igazi minőséget: „A zseni egy adag tehetség és két adag szorgalom – Márai kedvenc Goethe-idézete. De ő hovatovább csak a szorgalomra nézett. S pláne azt hitte, a szorgalom a teleírt papírlapokat jelenti” (Illyés 1946–1960: 8). Előrebocsátandó alaptétel tehát, hogy mindketten élénken figyelték egymást, kölcsönösen viszonyítási pontnak tekintették egymást. Versengtek. Publicisztikus túlzással azt is mondhatnánk: egymásnak írtak.

Miért áll kettejük összevetésében első helyen Illyés neve? Nem az ábécérend miatt, hanem mert ezt a „rangot” Illyés nyerte el először, még életében, s éppen a jelzett időhatár kezdőévében, 1945-ben. Révai József mondta Ily-



lyést 1945 márciusában Debrecenben egy népgyűlésen a „legnagyobb élő írónak”, s tovább is ment: Rákócziival, Kossuthtal és Petőfivel emelte egy sorba. (Illyés *felszabadulás*nak mondta az 1945-ös évi változásokat. Márai csak azt írta 1945 nyarán és kora őszén Leányfalun írt, de csak a szerző halála után megjelent kötete címéül: *Szabadulás*.) Ugyanekkor írta a következő szavakat naplójába Márai Sándor Illyés Gyuláról: „Ez a kitűnő író és költő szorgalmasan szerepelget az új világban, s amint olvasom nevét lapok élén, bizottságok, egyesületek névsorában, megértem, mi az, ami örökké elvlaszt tőle, most is, mint a múltban? Ez az író elsőrendűen politikus, akkor is, ha verset ír a tavaszról; tehát fontosabb számára egy társadalmi kérdés, mint egy Verlaine-vers vagy a *Háború és béke*. Számomra is becses és fontos kérdés a magyar zsellérek vagy órabéres munkások társadalmi fejlődése, de nem fontosabb, mint Babits versei vagy Shakespeare; ha választanom kell, minden erőm és figyelmem az irodalomnak adom, nem pedig a politikának. Ezért nem érthetjük meg egymást. De ezért még tisztelhetjük egymás felfogását” (Márai 1990, Vörösváry 1991). Egy ehhez hasonló, de személytelen megjegyzése is van, abban a naplőváltozatban, amelynek első kiadási éveként 1958-at tüntet fel a kiadó: „Tapasztalom, hogy minden író annyit veszít írói és erkölcsi súlyából, amennyi az általa kiszorított politikai szerepkör súlya.” A kiadás azért fontos, mert autorizált változatnak tekinthetjük (Márai 1990: 21). Látjuk, ezekből az előrebocsátott Márai-idézetekből, különösen az elsőből, hogy összehasonlításuk alapja mégsem pusztán az írófejedelem címének birtoklása, hanem az egymásra való reflexiók bőséges volta. S ezen reflexiók mögött kétféle írói szereptudat, kétféle írói ars poética szembesül egymással. S ha mögé nézünk a naplóknak, a kétféle szerep történeti meghatározottsága is felsejlik. Illyéstől nem idegen az irodalom eszközváltának kívánalma (Dávidházi 1998: 9–26). Márai épp ellenkezőleg: egyes szám első személyben beszél, s látszólag nem akar senkit képviselni. Ő *valamit* képvisel: a Magyarországon teljesen soha meg nem gyökeresedett liberális polgári értékeket.

Illyéssel szemben, aki 1945-től haláláig viselte az írófejedelem korántsem mindig könnyű vagy, pontosabb így: nem mindig egyformán nehéz palástját, Márai *posztumusz* kapta a rangot vagy az azzal megegyező tiszteletet. Életében nem lehetett tudomása visszaigazolt nagyságáról, hiszen életében nem jelenhetett meg könyve itthon. Maga döntött úgy, amíg hazája nem szabad, ő itthon nem létezik. A szabadság után alakult ki a Márai-kultusz. Márai *ma* talán a leggyakoribb irodalmi, írói hivatkozási forrás, s tegyük hozzá kritikusan, igen sokszor „ott és akkor” indokolatlan idézetekkel.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> (Érdekes friss adalék: az *ÉS* egy héttel ezelőtti száma közölte Esterházy Péter laudációját a könyvfesztivál díszvendége, Norfolk könyvéről. A posztmodern

De álljunk meg még az írófejedelem fogalmánál. Miként nyerhető el a cím, ki az adományozója? Mik a felhatalmazás módszerei? Konszenzus, széleskörű elismerés vagy felülről érkező kinevezés áll mögötte? Áll-e valamiféle hatalom, a szó világi, politikai és szellemi értelmében? Valamely hatalom akarja-e hitelesíttetni és elterjeszteni általa vágyott értékrendjét, saját legitimitációjához kér-e segítséget az írótól, az irodalomtól? Gondoljunk arra, abban a korban, amelyben Babits, Kosztolányi, Karinthy, Móricz működött, Herczeg Ferencet terjesztették fel irodalmi Nobel-díjra. Herczeg Ferenc volt a két háború közötti korszak „írófejedelme.”

Ami Illyést illeti, erre a felelet egyértelmű: saját, kiküzdött írói szerepe és minősége mellé, hangsúlyozom *mellé*, s nem azt helyettesítve, politikai felhatalmazás is társult. Az irodalmi teljesítmény kapott méltán, a korszellemmel, a kor irodalmi és politikai közérzetével megegyezően kinevezést. Nem volt ez brutális politikai gesztus: a politikának ugyan szüksége volt Illyésre, de nem várt el cserébe olyat Illyéstől, ami Illyésnek ne jött volna szívéből. 1948-as Kossuth-díját méltán kapta: a máig egyik legszínvonalasabb irodalmi folyóiratnak, a *Válasznak* volt szerkesztője, mögötte volt a *Nyugat* társszerkesztői múltja, majd azután a *Nyugat* folytatásaként létrejött *Magyar Csillag* szerkesztése. (A *Nyugat* folytatása önmagában fejedelmi poszt.) A háború éveiben az utóbbi folyóirattal is, a *Babits-émlékkönyvvel* és *A francia irodalom kincsestára* összeállításával is a széles nemzeti összefüggés megteremtője volt. A háború utáni időszakból csak néhány mű címét emeljük ki: az *Amikor a Szabadság-hídra a középső részt fölszerelték* című és *A reformáció genfi emlékműve* c. verseit (1945 és 1946) és a *Hunok Párizsban* című

---

szerzőről szólva egyszer csak egy Márai-idézet: „Szolgálom az anyanyelvet, de nem vagyok szolidáris a társadalommal, mely ezt a nyelvet beszéli.” S rögtön utána egy kommentár: „Na végre, már rég be akartam nyomni valahová ezt az idézetet” (Esterházy 2002: 3). S egy másik friss citátum, mely már végleg kivezet minket az irodalomból: Bayer Zsolt a választások második fordulóját követően írt fenyegető hangvételű publicisztikájában öt bekezdést idéz Máraitól. Nem számít neki, hogy kiszakítja a kontextusból: Márai = a Mester, mindenre jó, szabadon citálható. Áruvédjegyet akar belőle csinálni, a „polgári erők” idézésével mintegy tőle „személyesen” nyernek felhatalmazást (Bayer 2002: 6). A Márairól szóló irodalomtörténeti publikációk száma is igen magas. S tegyünk még ehhez egy a repertóriumok által nem jegyzett, mert nem jegyezhető adatot. Ez is olyan, mintha egy publikáció született volna: Kertész Imre nem olyan régen maga olvasta fel a közszolgálati rádió frekvenciánál irodalmi műsorában Márai *Föld! Föld!...* című naplóhoz hasonló visszaemlékezését. Egy ma élő író kilép saját illetékességi köréből, az irodalomból az előadó-művészetbe: és felolvas. Mit jelent ez? Az azonosulást, saját súlyának többletét adja Máraihoz, beemeli az irodalom általa is reprezentált világnemzeti és ízléskörébe. És fordítva: a maga világa mögé rajzol ronkoni vonalat.)

esszéregényt (1946). Illyés 1945-től akadémikus, ahogyan Márai is, igaz, ő már 1942-től levelező tagja a tudós testületnek. 1945 után Márai egyre inkább a periféria felé szorul. Igaz, jelennek meg könyvei: 1945-ben *Darázs* c. drámája, 1945-ben *Naplója* (1943–1944), *Ihlet és nemzedék* c. tanulmánykötetete és *A nővér* c. regénye. 1947-ben *Medvetánc, karcolatok* címmel tanulmánykötete lát napvilágot és a *Sértődöttek* c. regényének két kötete (1947 és 1948). A ciklus befejező, hatodik darabja – *Művészet és szerelem* címmel – 1948 tavaszán már készen állt a nyomdában, de már nem jelent meg, a kötetet bezúzták.

A korszak kezdetén mindketten szabadon publikálnak, Márai győz a mennyiség tekintetében. De míg Illyés lehetőségei ekkor még szinte korlátlanok, Máraié fogyóban.

Mindketten naplót írnak. Illyés kezdte korábban, még 1929-ben, alig 27 évesen. Márai első naplója 1943-as keltezésű, a háborús élmény készletű írásra, a „túlélő” olvasónak szánja. Kettejük kezdő naplóíró életkora között tizenhat év különbség. Bár majdnem egyidősek, ez a különbség szinte egy nemzedéknyi távolság. Márai mindig is a „láthatatlan nyilvánosság” számára ír, nem magának. „A napló, a legbizalmasabb is, mindig az emberiségnek készül, s ezért talán őszintébb, ha őszintén bevalljuk, hogy nem tudunk egészen őszinték lenni, írók, semmiféle írásunkban, leveleinkben és naplójegyzeteinkben sem. Egyébként, naplóíró, nem sokat tartok arról a magányos őszinteségről. Őrizd meg titkodat! – s írd titkosan és őszintén, címmel, szerkezettel, szándékkal, ahogy egyedül lehet és illik.” (Idézi: Rónay László talán az *Ég és Földből*. 101–102.) Évekkel azelőtt, hogy naplóba kezdett volna, terjedelmes tanulmányt tett közzé a Nyugatban Jules Renard naplójáról (Nyugat, 1935/12). Érdekelte tehát a napló, mint önkifejezési forma, izgatta a napló(k) lehetséges hangneme, tematikai és műfaji kérdései. Illyést inkább idősebb korában foglalkoztatta a műfaj problematikája. Az akkor rajta kívül senki által nem ismert sajátjé és *ugyanakkor* Máraié is. 1968-ban rögzítette a következőket. Elsőként a saját birkózásáról a naplóval: „Miért hagytam abba újra és újra a naplóírást? Mert hiába tudtam eleve a műfaj fő veszélyét, én is csak hivalkodtam, kérkedtem. A fogyatékoságaimmal is. Nincs napló, amelynek írója még a legtitkolandóbb szennyesek kítárással is ne valamiféle rongyozást művelne. Hisz azt veti papírra, ami érdekes az ő számára. Aminek a központjában ő áll; vagy amihez valamiképp ő viszonyul. Érdekesen: érdekében fekvően.” De vajon nem minden irodalmi mű középpontjában szerzője áll, tehetjük hozzá önkényesen. Vagy mégsem: hiszen akit ezek után értelmez, elemez, Németh László, a magyar irodalom legszubsjektívabb írója. S mit mond Márairól? „Márai naplóinak, még ha hitelest tudatnak is, azért nincs hitelük, mert az események rajzolója közben önarcképre gyakorolnak” (Illyés 1989: 260, 268.) Márai „megfelel” Illyés-

nek. „Mi célja egy írói naplónak? Időrendben számot adni eseményekről, a külvilágról? Ezt a feladatot az újságok fürgébben és alaposabban elvégzik. Közelebb kerülni a naplón át önmagunkhoz? Ez lenne az igazi értelme. De lehetséges-e, ha tudjuk, hogy más is olvassa? Igen, lehetséges. Az író olyan ember, aki soha nincs egyedül.... Az emberiségnek gyón.” S amikor Dosztojevskijt olvas, egyetértőleg idézi Zozsima sztarec mondatát, mint „minden emberi magatartás legmélyebb értelmét: »Menjen az emberek közé, és tegyen vallomást«.”

Ezzel szemben miből állnak Illyés naplói: nemcsak „hagyományos” naplóírói feljegyzésekből. Rendre dokumentumokat, „elidegenítő” hatású vendéganyagokat illeszt közéjük. Újság- és folyóiratcikket, írókongresszuson elmondott felszólalást, rádióelőadás szövegét. Ezzel egyre inkább magától akarja eltávolítani a *közsféra* felé próbálja tolni a napló középpontját. Személytelenít. S erre éppen az az írói szerepfelfogás készlet, ami párizsi emigrációjából való hazatérte óta sajátja, és ami 1945-ben és azt követően a koré is. Illyés irodalmon túli, képviselési szerepet tulajdonít az irodalomnak. Számára az 1945. évi társadalmi változások értelme a felszabadulás, az „új honfoglalás” (Illyés 1976: II, 261–301.) Újságcikkeinek hangját a toborzókból és az indulóktól kölcsönzi. *Levél vidékre – Munkába rögtön!* – ez a cím egy a parasztpárt lapjában, a *Szabad Szóban* megjelent és a naplóba átemelt újságcikk-publicisztika címe. (Szabad Szó, 1945. márc. 31.) Veres Péter levelére is a nyilvánosság előtt válaszol. A posta akadozik, „zsebekben, tarisznyákban, levéltárcákon át” a jóindulatra és segítőkészségre bízva vándorolnak a levelek, inkább a nyílt levél műfaját választotta. Megtehetette: a magánélet és a közélet problémái nemcsak hogy szorosan összekötődnek, de mindketten feladatot látnak az új időben. Illyés (és Veres Péter) lelkesedik, a megfigyelő pozíciójában Márai, mint látni fogjuk, kételkedik. Nem nélkülözi persze ez az Illyés által vállalt szerep a belső feszültséget. Egy karszalagos rendőr ment fel hozzá a hegyre, le akarta vinni az előljárásságra még 1945 februárjában, s akarta levinni a városba, mert megalakult a parasztpárt, s annak Illyés, miként a rendőrtől értesült, egyik vezetője. S amikor először ment át Pestre, egy utcai plakáton, falragaszon látta, hogy neve a parasztpárt öt vezetője között van kinyomtatva (Kabdebó 1983: 155 és 157). Vállalta a vezetőségi tagságot, hiszen ez szervesen következett korábbi írói és közéleti szerepéből. De rögtön hozzátette: „(...) ezzel a megszabadulással én végre írónak szeretnék felszabadulni. Éppen csak a kezdet nehezétől nem állok félre. Elfogadtam, hogy az első állványok felállításához mindenkire szükség van.” Mindehhez a Veres Péternek válaszoló kinyomtatott levélben hozzáteszi: „az egyszerű jelentkezésből, hogy itt vagyok, nem állok félre a nehezétől, épp csak íróként akarok élni s kedvem szerintiként, munka, munka és munka lett, azaz tanácskozás, tanácskozás és tanácskozás, ahogy az már

törvényszerű ilyen időkben” (Illyés 1986: 349 és 353). Többféle tisztség lehetőségét kínálják fel ezekben a hónapokban Illyésnek. „Gellért a *Csillag* ügyében (...) csak teljesen függetlenül vállalnám a szerkesztést, nem az Írószövetség nevében” (1945. ápr. 26); Keresztury: vállaljam a kultusztárcát, hozzám eljönne államtitkárnak...” (Illyés 1986: 355 és 356). Politikus és író kerül szembe egymással ekkor Illyésben. Jönnek az írói igazoltatások, Szabó Lőrincet letartóztatják, Illyés mozgósít az érdekében és kiáll mellette, megtámadja a polgári radikális oldal és a *Népszava*. A napló szerint Illyés ekkor többször beteg. A betegség magánügy, de a közvélemény is tud róla, hiszen Márai is említi. Hiszen amikor Illyésről ír, a betegséget komoly karaktertényezőnek látja. Illyés nagyságát és kicsinységét méri fel ebben az 1946 kora tavaszán keletkezhetett naplójegyzetben, s egyben saját elmagányosodását is. „X. azt kérdi, van-e író, akivel beszélgetni szoktam? A kérdés megdőbbsent. Nem, nincsen ilyen író. Illyés az egyetlen, akivel beszélhetnék, aki mindent tud, amit írásról és egy írónak az élethez való viszonyáról tudni kell: tud írni, teljes erővel és öntudattal, művelt, értesült, a szó nemes értelmében, mint egy vadállat és magánetektív egyszerre, huncut, van humora... vele tudnék beszélni. Ő az egyetlen élő író, a szó másik értelmében... De sunyi, paraszt, mindegyre hős szeretne lenni, s aztán megijed, elbújik a betegségbe vagy a felesége szoknyája mögé. Nem beszélhetek vele, a szakadás túlságosan nagy. (...) Nincs kortársam többé.” (Márai 1991: 134–135.) Az idézet közbeni három pont talán azt jelzi, még tovább is tudná sorolni Illyés érényeit. Nagyra tartja vagy inkább tartaná. Olyan nagyra tarthatná, mint Kosztolányit, Babitsot, Karinthyt vagy Móriczot. „Az ember tudta, ha nagy baj van, csak ki kell nyújtani kezét, s megragadhat egy kezét.” Az említettekkel egy pozícióban tudná számon tartani Illyést, *ha*. S ebben a feltételes módban az ítélet.

Illyés következetes korábbi én-jéhez. A parasztnak sorsa van számára, nem jelleme. Nem is parasztot, inkább parasztságot lát. Vele szemben Márai most kezd „falukutatásba”. A háború elől, mert felesége zsidó volt, Leányfalura menekült, ott vészelték át a főváros ostromát. Otthona romokban, kis kocsira szedi össze, majd kocogó szekérral szállítja könyvtára összeszedett maradványát (Márai 1990: 14). Falusi lakó marad, nincs hova visszaköltöznie az ostrom elmúltával. „Bizonyos, hogy még mindig nem tudom a teljes, föltétlen igazat: egy társadalmi osztályt, mely ennyire zárkózott, mint a magyar parasztság, nem lehet esztendő alatt »megismerni«. De egy s más dolog. Nem véletlen, hogy ez a nép, a magyar parasztság »szabadul fel« utolsóként Európában. Minden más nép elintézte már paraszti problémáit; forradalommal vagy társadalmi fejlődéssel. A magyar most is mástól várja, hogy elintézi számára ezt a kis forradalmat, a földosztást. S a legrosszabb pillanatot választja ehhez: vesztett háború végét, készletek, vetőmag nélkül. Min-

denki tudja, hogy a földosztás, éppen most, egyértelmű a katasztrófával; a zsellér éppúgy tudja, mint az úr.” (Márai 1991: 55-56.) Valóban idegen segítséggel történt a gyors földosztás. A szovjet csapatok hadműveleteik támogatását remélték a felszabadult lakosságtól, parasztságtól. Most kerül kezébe Illyés könyve, *A puszták népe* is. Dicséri: „Kitűnő könyv, gazdag, őszinte. De ez a könyv sem tud meggyőzni arról, hogy a puszták népe nem felelős mindazért, ami az évszázadokban történt vele; nemcsak a gróf, s később a zsidó nagybérelő.” (Márai 1991: 47-48.) Zárkózottsággal jellemzi Márai a parasztságot. Milyen lett volna az az osztály, amelynek nem volt, mert *nem lehetett* társadalmi képviselője? Hiszen a népi irodalom, a szociográfusok, s velük az urbánus származású katolizált zsidó származású költő és kiadói szerkesztő éppen a *hírhozó* szerepre, *Magyarország felfedezésére* vállalkozott. A köztudatba emelni a hárommillió koldust, közvéleményt teremteni a földkérdésben. Igazságtalan Márai, állapítsuk meg nyugodtan. Saját nemtudását fordítja vissza, s jellemzi a parasztságot. Abban, amit lát, vélhetően igaza van. „Pócsmegyeri Shylockokat” lát, „dagadt parasztasszonyokat, akik csípőre tett kézzel nézték rakott hombárokkal gazdag házuk és kertjük kapujából a lidércalakszerűen ödöngő, az ostrom poklából előtámológó pestieket...” A parasztok spekulálnak, „s ha adnak, akkor olyan áron, amely messze túl van az uzsora határain; egy kiló krumpliért huszonöt cigarettát kérnek, tehát huszonöt amerikai centet, egy arany pengőt; vagy egy kombinét; s így tovább...” (Márai 1991: 252). Valóban, a város ekkor levetkőzött a falu javára. Amit lát, erkölcsi érzékét sérti, s hozzáteszi: „S ezek nevében mernek ítélni »népi költők« a polgárság erkölcsé vagy erkölcstelensége fölött!...” De nem ő-e az, aki a pincelakó „polgár” viselkedését kritizálja a *Szabadulásban*. A falukatató Márai nyugalma megbillen. Nem tud leszűrt véleményt adni, bizonytalan. S éppen azért ítélkezik magabiztosan, mert még a tanuló, ismerkedő fázisban van. Az utóbb történetek persze megerősítették. A napló és az emlékirat a legközelebbi műfaji rokonok. Az *emlékirat* és *levél* abban **különböznek** a *naplótól*, hogy azok írója többnyire egész írástudását, minden hatóeszközét, ha tetszik, egész művészi készségét beveti, amikor emlékiratot vagy levelet ír. A napló műfaja ezt nem teszi „kötelezővé.” Milyen érdekes, hogy Márai naplót is írt a koalíciós korszakban, majd emlékiratot is, az 1972-ben megjelent *Föld! Föld!...* című könyvét. Ez utóbbit nem szakítják meg nem a korszakból fakadó megjegyzések, a véletlen olvasmányélményekre való reflexiók. A napló meghatározó **rendező**elve és **nem szervező**elve az idő. Inkább retorikus, mint poétikai eszköz. Emlékirat már. Nem regény, de ennek is a **teleológia** a szerkesztőelve. Azért, mert a *valóságban*, a politikai életben látta utóbb még világosabban a teleológia működési elvét.

Illyés aktív alakítója volt az eseményeknek. Szervező, szerkesztő. A Népi Művelődési Intézet szorgalmazója és a *Válasz* szerkesztője. A naplóíró pozí-

cióját meghatározza, hogy befolyásolja vagy csak elszenvedti az eseményeket. Illyés meg kell tapasztalja, hogy ha aktív is, csak „társ szerzője” az eseményeknek, a történet nem az ő akaratának engedelmeskedik. Márai a háború utáni években eleve *szemlélődik* csak. A *védő* pozíciójába szorul. Gyakori értékszerkezet az emlékiratokban – ez esetben Márainál már a napló folyamatában megkezdődik ez -, hogy a korábban élesen bírált világ minősül át utólag értékesé, mert ami felváltja, még hitványabbnak bizonyul (Veres 1993: 46-49). De nem eleve ezzel a rezignációval és kiábrándulással indult Márai a „szabadulás”-nak. A tétet nagynak látta, de nem zárta ki az esélyt, hogy „az államból nemzetet” lehet építeni (Márai 1991: 10). A felelősségvállalás, az önvizsgálat sem idegen tőle. „Mert másfélmillió ember nem pusztul el egészen ártatlanul; a sorsot hívni is kell; s e másfélmillió ember éppen úgy ártatlan, mint bűnös; mind ártatlanok vagyunk és mind bűnösök vagyunk, mert hívtuk is ezt a sorsot, amikor nem tagadtuk elég hangosan, ingereltük is, amikor nem tiltakoztunk idejében egészen és erélyesen, minden következménnyel.” (Márai 1991: 12.) Keresi az okokat, hogy min múltott Magyarország erkölcsi hanyatlása. És noha a politika szférájában leledzik az ok, nem ott vizsgálódik, hanem a mindennapokban. Máraitól nem idegen a konzervativizmus kiválasztódás tana. Elfogadja, hogy az intézmények hosszú fejlődés útján lettek azzá, amik, akik az élükön állnak hosszú évek, évtizedek vagy annál is hosszabb idő kulturális örökségét, a kultúra eszenciáját hordozzák szinte génjeikben. A műveltséggel szolidáris, a nagy emberi teljesítményekkel, s nem a társadalommal. „... mindig van egy elit, nem jobboldali vagy baloldali – hanem emberi elit – az a ritka fajta, aki nem akar keresni egy erőszakos helyzetet, mert tudja, hogy a műveltség a kolostorcellákban, vagy a koszos műtermekben kezdődik.” (Márait idézi Vörösváry István [1991: 5]). Illyés kiáltványt fogalmaz a parasztság művelődése ügyében. Tevőleges részese a Népi Művelődési Intézet megszervezésének (Illyés 1987: 73–79). Márai viszont kikel az új káderek ellen, undorodik az uralkodási kultúra nélküliek hatalmától. Nem érdekli a történelmi folyamat, aminek bábája többek között Illyés is. Azt mondja többek között: „Az oroszok műveltség-tisztelet, s vágyuk a műveltség után erős. Mindössze száz, kétszáz esztendő kell hozzá, hogy az a vágy köznapi valóság legyen. Mert a műveltséget nem elég megtanulni, hanem örökölni is kell. Emlékek nélkül nehéz igazán műveltnek lenni; hiányoznak a reflexek.” (Márai 1991: 25.) Illyés szelíden és szolidárisan csak annyit mond: „Ez a világ – a mai valóság – még csak úgy enyém, mint a szobrásznak a kötömb. A benne rejtőzködő szobor az enyém. Nemcsak a magamé; a művet másokkal együtt kell kibontanom, mindazokkal, akik ismerik a tervet, de ismerik a kő sajátosságait is.” (Illyés 1986: 395.) Márai egyre élesebb lesz a még itthon töltött évek alatt, egyre markánsabb politikai ellenvéleményt fogalmaz meg. Egyre több az irónia, a

gúny. Ez utóbbi elemek kiszorítják a rezignációt. Azt vallotta, hogy csak a „magyar nyelv térfogatában” tud létezni, mégis, vagy éppen ezért az emigrációt, a magányt választotta. Illyés marad: és megírja az *Egy mondat a zsarnokságról* című versét, a korszak 1956-ig titkos, majd utána a rendszerváltásig újból eltitkolt dokumentumát.

Amikor a 60-as évek végén Illyés Amerikában járt, meg akarta látogatni Márait. A találkozás elmaradt, hogy mi volt az igazi oka, nem tudjuk. A közvetítő, Cs. Szabó László, aki említést tesz a tervről, udvariasan homályban hagyja (Cs. Szabó 1968). Nem tudjuk, milyen lett volna a találkozás. De nem is fontos. Nem azt várták-e mindketten, hogy naplójuk majd szembesülnek és dialógusba lépnek, vitatkoznak? Ez a valószínű. S noha a személyes találkozás elmaradt, ez utóbbi mégis megvalósult.

S ez a fontosabb.

### Hivatkozások

- Alexa Károly 1993. A rendszerváltozás és egy naplíváltozat. *Alföld*, 2. 22.
- Bayer Zsolt 2002. A lélekről és arról, mi fog történni. *Magyar Nemzet*, ápr. 23.
- Birkás Endre 1945. Márai Sándor: Napló. *Diárium*, 46.
- Brunetiere, Ferdinand 1888. A szubjektív irodalom.
- Dávidházi Péter 1998. „És ki adta néked ezt a hatalma?” In: *Per passivam resistentiam. Változatok hatalom és írás témájára*. Argumentum. 9–26.
- Esterházy Péter 2002. 1 Norfolk. *Élet és Irodalom*, ápr. 19.
- Hámori Zoltán 1945. [Cím nélküli tudósítás a napló megjelenéséről] *Demokrácia*, 37. sz.
- Hocke, G. R. 1963. *Das europäische Tagebuch*. Wiesbaden.
- Horváth Márton 1945. *Szabad Nép*, dec. 2.
- Illyés Gyula 1945/1976. *Honfoglalók között. Riport a dunántúli földosztásról*. 1945. Kötetben: Itt élned kell. Szépirodalmi, 1976.
- Illyés Gyula 1986. *Naplójegyzetek 1929–1945*. Szépirodalmi Könyvkiadó.
- Illyés Gyula 1987. *Naplójegyzetek 1946–1960*. Szépirodalmi Könyvkiadó
- Kabdebó Lóránt 1983. *A háborúnak vége lett*. Kosmosz – Móra Könyvkiadó.
- Kézai Béla 1945. Márai Sándor: Napló. *Új Ember*, 18. sz.
- Kósa János 1945. [Cím nélküli könyvismertetés a Könyvek és napok rovatban] *Színház*, 1945. dec. 21–29. 19.
- [Schöpflin Gyula] Nagypál István 1946. Márai Sándor: Napló (1943–1944) *Társadalmi Szemle* 4. 314–318.
- Cs. Szabó László 1968. *Hunok Nyugaton*. Auróra Könyvek 2., München.
- Kovalovszky Miklós 1946. Egy írói számadás tanulságai (Márai sándor: Napló 1943–44) *Embernevelés*, 1946/196–203.
- Márai Sándor 1990. *Napló 1945–1957*. Akadémiai – Helikon Kiadó.
- Márai Sándor 1991. *Ami a Naplóból kimaradt 1945–1946*. Vörösváry Kiadó.



- Vajda Endre 1945. Márai Sándor: Napló (1943-44). *Magyarok*, 6. 286-288.
- Vámos Magda 1945. Márai naplója. *Magyar Nemzet*, 170.
- Veres András 1993. Egy műfaj a gyorsuló időben. In: *Alföld*, 3. A Debreceni Irodalmi Napok Napló redivivus címmel rendezett tanácskozásának szerkesztett szövegei. 46–49.
- Vörösváry István 1991. Az Ami a Naplóból kimaradt 1945–1946 c. kötet bevezetője.
- W. Matthews 1950. *British Diaries*. Berkeley.
- Zelk Zoltán 1945. Márai naplója. *Szabadság*, 255. sz.

## Gadamer hermeneutikája mint a „szót értés” elmélete

H. G. Gadamer számtalan írásában hangsúlyozza a *dialogus*nak mint kifejtési formának az alapvető fontosságát a filozófiai gondolkodásban. A dialógus éppúgy *öncél*, a *Másik* megértésén keresztül tulajdonképpen *önmagam* megismerése, mint ahogy a világunk globális problémáira való reagálás egy módja is: „Mit jelent tehát ... *magunkat a világban megérteni*? Azt jelenti: másokkal szót érteni, ez annyi, mint: a másikat megérteni. És ez morálisan, nem logikailag értendő. Ami tulajdonképpen a lehető legnehezebb emberi feladat – különösen számunkra, akik egy monologikus tudományok által formált világban élünk” (Gadamer 1991: 10).

Előadásomban Gadamer filozófiai hermeneutikájának olyan kérdésköreit vizsgálom, amelyek tanácskozásunk témájával sokrétűen összefüggnek. A *megértés hermeneutikai* köréből kiindulva a következő fogalmak gadameri analízisét vesszük szemügyre: *képzés, előítéletek, a kérdés és a válasz logikája, alkalmazás és tapasztalat*.

Mindezek a filozófiai–megértéseméleti elemzések fontos tanulságokkal, ill. aktualitásokkal szolgálnak a *politikai és médiakommunikáció* számára is: pl. Hogyan lehetséges termékeny dialógus a politikában egymással szembenálló irányzatok, pártok képviselői között? Lehetséges-e „adekvát” megértés politikai szövegek esetében? A vélemények pluralitása mellett beszélhetünk-e igazságról a politikában? Az előadás az ilyen kérdéseket elsősorban a problémafelvetés szintjén kívánja tárgyalni.

Először a *képzés (Bildung)* kifejezést – gadameri terminológiával élve – mint az egyik humanista vezérfogalmat járjuk körbe. Elsősorban azért, mert ez szó annak a felvilágosodásnak a teméke, amelynek leginkább köszönhetjük a tolerancia modern értelmezését. Képzés–műveltség (a *Bildung* mindkettőt jelenti) és tolerancia alapvetően feltételezik egymást, hiszen műveltség nélkül nem lehetséges tolerancia, tolerancia nélkül pedig nem alakulhat ki a műveltséghez hozzátartozó szélesebb látókör, hiszen intoleráns nézőpontból, életszemléletről az új tapasztalatok, ismeretek megszerzésére irányuló nyitottság hiányzik.

Gadamer a *képzés* fogalmánál *Herder* meghatározásából indul ki: „képzés révén felemelkedni a humanitásig”. Érzékelhetően nem arról van szó, hogy csupán valamilyen szakképzettség értelmében teszünk szert valamilyen kép-

zetségre, hanem arról, hogy átfogó *műveltségre* tegyünk szert. A szó etimológiájának a teljes nyomon kísérése nélkül még azt emelném ki, hogy Gadamer számára a Herderé mellett *Humboldt* meghatározása a mérvadó, akinél a képés már nem egyszerűen a képességek vagy tehetségek kiképzését jelenti: „de amikor mi a mi nyelvünkön képzést mondunk, akkor valami magasabbra és ugyanakkor belsőbbre gondolunk, tudniillik arra az érzékre, mely a teljes szellemi és erkölcsi törekvés ismeretéből és érzéséből árad ki harmonikusan az érzésmódra és a jellemre” (Gadamer 1984: 31).

Gyakran éri az a vád a hermeneutikai megértéseméletet, hogy valamiféle parttalan relativizmushoz vezet a szövegek értelmezésében. Ezzel szemben arra hívnám fel a figyelmet, hogy amikor Gadamer az előzetes vélemények kiiktathatatlanságát hangsúlyozza az értelmezés folyamatában, akkor egyáltalán nem az interpretáló önkényéről beszél: „Aki megértésre törekszik, az nem bízhatja magát eleve saját előzetes véleményeinek az esetlegességére, hogy azután a szöveg véleményét a lehető legkövetkezetesebben és legmakacsabban figyelmen kívül hagyja. Ellenkezőleg: aki egy szöveget meg akar érteni, az kész engedni a szövegnek, hogy magától mondjon valamit. Ezért a hermeneutikailag iskolázott tudatnak eleve fogékonynak kell lennie a szöveg mássága iránt. Az ilyen fogékonyt az azonban nem előfeltétele sem a tárgyi »semlegesség«, sem önmagunk kikapcsolása, hanem magába foglalja saját előzetes véleményeink és előítéleteink vállalását, melyben megmutatkozik a mi másságunk. Tudatában kell lennünk saját elfogultságunknak, hogy maga a szöveg megmutatkozzék a maga másságában, s ezzel lehetővé váljék számára, hogy tárgyi igazságát kijátszhassa a mi előzetes véleményünkkel szemben” (i. m. 193).

Az előzetes vélemény, előzetes ítélet kifejezéseken keresztül juthatunk el az *előítélet* fogalmának gadameri elemzéséhez. Ő ugyanis nem csak az általában használatos negatív értelemben szerepelteti ezt a kategóriát, hanem azt hangsúlyozza, hogy pozitívan és negatívan egyaránt értékelhető. Az előítéletet, melyet az „összes tárgyilag meghatározó mozzanat végérvényes ellenőrzése előtt hozunk”, nem diszkreditálja eleve mint hamis ítéletet. Tehát nem egy mereven rögzült, makacs egyoldalúsággal felhasznált ítéletről van szó, hanem bizonyos előzetes ismereteken nyugvó, a használat során rugalmasan korrigálható „előzetes ítéletről”. Gadamer elsősorban a felvilágosodás absztrakt észak-kultuszában látja az előítéletet csak negatív előjellel kezelő felfogás eredetét. Úgy gondolom, jogos az a szellemesen hangzó, de egyúttal mély megfontolásokból származó megállapítás, hogy a felvilágosodásnak, amely oly vehemensen ostromozta az előítéletes gondolkodást, is van egy előítélete, amennyiben előítélettel viseltetik mindenféle előítélettel szemben.

Gadamer szerint vannak „*legitim előítéletek*” is, a kérdés az, hogy mi az alapjuk, illetve miként lehet őket megkülönböztetni az ún. „hamis előítéletek-

től”. A kiindulópont itt ismét annak az újkori racionalizmusnak, valamint a felvilágosodásnak a kritikája, amely az *észt* és az *autoritást* kizárólagos ellentétbe állította egymással. A tekintélyhit és a saját eszünk használata közötti ellentét kiélezését Gadamer egyáltalán nem tartja szerencsésnek: „Ha a tekintély érvénye saját ítéletünk helyét foglalja el, akkor az autoritás valóban előítéletek forrása. De ez nem zárja ki, hogy igazságok forrása is lehet” (i. m. 199). Ez persze csak akkor lehetséges, ha a *tekintély*hez fűződő viszonyban nem a másoknak való föltétlen alárendelődés a döntő mozzanat. Ugyan Gadamer fejtegetései közvetlenül a történeti megismerésre vonatkoznak, de elszórt utalásaiban maga is mintegy arra biztat bennünket, hogy más területeken is gondoljunk végig felfogását. Itt van mindjárt a *politikai tekintély* kérdése. Véleményem szerint az előbb idézetekből nem egy föltétlen tekintélyelvű társadalmi berendezkedés idealizálása következik, hanem az, hogy a közéletben legyenek olyan tekintélyes emberek, akik tekintélyüket valóban nagyobb áttekintőképességüknek, tudásuknak, szakértelmüknek köszönhetik. Egyébként is megfigyelhető, hogy a politikai viták esetében általában annak a személynek hiszünk, fogadjuk el az érvelését, akit előzetes ítéletünk alapján, értsd a korábbi belátásaink alapján hitelesebbnek, ezáltal tekintélyesebbnek tartunk. Másfelől a tekintélyvesztett politikusnak a véleményét gyakran még akkor sem fogadják el az emberek, ha okfejtésének sok igazságmozzanata van. A vázolt kép természetesen így kissé leegyszerűsített, hiszen a tömegkommunikáció korában a tekintély imázsát sok esetben külsődleges jegyeket hangsúlyozva, manipulatív módon teremtik meg. Ugyanakkor hadd emlékeztessenek arra mindenkit, hogy a politika világával szemben meglehetősen széles körben jelentkező morális elutasítás többek között a személyes tekintélyek értékállóságának a hiányából fakad.

Az előítéletek kapcsán egy dologra még nem válaszoltunk. Mi a *hamis előítélet*? Röviden szólva az, amelyik valamely egyoldalúan rögzített vélekedést takar, s így használója nem hajlandó szabad megvitatás tárgyává tenni. Ez a dolog lényegéből következően többnyire fel nem ismert előítélet, hiszen használója evidens igazságként kezeli. Gondolhatunk itt azokra a politikusokra is, akik racionálisan hangzó érvek állandó sulykolásával valójában saját „egydimenziójú”, fel nem ismert előítéleteken nyugvó gondolkodásukat igyekeznek elleplezni.

Még egy megjegyzés az *előítélet* szó használatához. Bármennyire is meggyőzőnek tűnik számomra Gadamer megkülönböztetése a pozitív és negatív előítélettel kapcsolatban, a mindennapi nyelvhasználatban annyira rögzült az előítélet negatív jellege, hogy szerencsésebb lenne a pozitív jelentésármalatra az *előzetes ítélet* kifejezést alkalmazni.

A termékeny dialógushoz persze saját előítéleteink elvi felfüggesztése szükségeltetik. Ennek viszont *kérdésstruktúrája* van, hangsúlyozza Gadamer. A következőkben azt vizsgáljuk meg, hogyan világítja meg ez a hermeneutikai

megközelítés *kérdés és válasz* logikáját. Témánk szempontjából ez azért különösen fontos, mert Gadamer elemzéseinek középpontjába a *beszélgetést*, az élő beszédet állítja. Még az írott szövegek értelmezésével kapcsolatban is a szöveggel való dialógikus viszonyról szól. Ebben a tekintetben az antik dialektika, főleg a platóni, hagyományához nyúl vissza.

„A *kérdés* lényege lehetőségek feltárása és nyitva tartása” (211) – írja. A valódi beszélgetés során, ahol nem egymás mellett elfutó monológokról van szó, kérdezni egyáltalán nem könnyebb, mint válaszolni. Kérdezni annak könnyebb, aki csak azért beszél, hogy igaza legyen, nem pedig azért, hogy *belátást* nyerjen egyes dolgokba. A beszéd során épp a kérdés az, amely mintegy „feltöri” a dolgot. Ugyanakkor a kérdés nyitottsága nem jelent irány nélküliséget. A kérdésnek irányértelme van, tehát körülhatárolódik a kérdéshorizont által. A látszólagos meghatározatlanság „így és így” meghatározottságba helyezhető. A körülhatárolás mindig megköveteli a *bizonyos* előfeltevések rögzítését, hiszen éppen ezáltal tűnik elő a kérdéses, a még nyitott. A *hamis kérdés*-nek ezzel szemben az a jellemzője, hogy „nem éri el azt, ami még nyitott, hanem hamis előfeltevések megőrzésével hamisan állítja be” (211). A politikai szócsaták világából erre az utóbbira is sok negatív példát hozhatnánk, amikor a kérdés feltevője már eleve megfogalmazott magában egy kész választ saját kérdésére, így azután nem is érdekelt abban, hogy a másik fél véleményét tekintetbe vegye. A hamis kérdéshez igen közel áll az ún. ferde kérdés. Ez csak látszólagosan vezet keresztül azon a nyitott ingadozáson, amelyben eldől, „nincs valódi irányértelme, s ezért nem lehet rá válaszolni” (uo.). Az állításokkal kapcsolatban ugyanígy beszélhetünk ferde állításról, amely nem egészen hamis, de nem is helyes, mondhatnánk *fél igazságnak* is. De vajon meg lehet-e tanulni kérdezni? Gadamer válasza erre a felvetésre az, hogy nem lehetséges mindenkor előhúzható módszertani szabályokat megfogalmazni, legfeljebb a dialógus lefolyásának mozzanatait járhatjuk körül. Egy kérdés felmerülése hasonló egy *ötlet* megszületéséhez. Az ötlet lényege sem az, hogy valamely rejtélyre eszünkbe jut a megoldás, hanem „eszünkbe jut a kérdés, mely előrehatol a nyitottba, s ezáltal lehetővé teszi a választ” (256). A kérdezés éppúgy lebegő lehetőségek láthatóvá tétele, mint az ötletek létrejötte.

Minden bizonnyal idealisztikus elvárás, hogy a politikai kommunikáció résztvevői a hermeneutikai szemlélet jegyében folytassanak dialógusokat, de talán számukra is tanulságos lehetne az, amit Gadamer a dialektika művészetéről ír: „A dialektika művészete nem annak a művészete, hogy mindenkivel szemben győzzünk a vitában. Ellenkezőleg: az is lehetséges, hogy az, aki a dialektika művészetét, tehát a kérdezés és az igazságkeresés művészetét gyakorolja, a hallgatóság előtt a rövidebbet húzza. (...) A kérdezés művészete a továbbkérdezés művészete, ez pedig azt jelenti, hogy a gondolkodás művészete. (...) A beszélgetés folytatásához arra van szükség, hogy a másikat ne le-

győzni akarjuk érveinkkel, hanem ellenkezőleg: valóban mérlegeljük véleményének tárgyi súlyát. Ezért a *próbára tétel művészete*” (257).

Gadamer egy másik gondolatmenete a történelmi szituációk feltárásáról és értelmezéséről szintén felvet jelenkori párhuzamokat. Jelentős személyiségeknek nagy történelmi eseményekben játszott szerepéről szólva arra hívja fel a figyelmet, hogy ilyen esetekben két különböző kérdést kell rekonstruálni: egy nagy esemény lejátszódásában rejlő értelem kérdését, és a lejátszódás tervszerűségének a kérdését: „A motivációk végtelen szövedéke, mely a történelmet alkotja, csak alkalmilag és rövid időre éri el a tervszerűség világosságát valamely egyes egyénben” (260). Az emberi értelem persze gyakran igyekszik ott is tervszerűséget látni, ahol pusztán esetleges összefüggésről van szó. Gyakorta olvashatunk vagy hallhatunk olyan politikai spekulációkat, amelyekben valóságos vagy annak vélt dolgok mozaikcserepeiből a szerző – ideológiai beállítottságának megfelelő – szigorúan megkomponált, logikusnak tetsző rendszert konstruál. Csupán azt nem akarja tudomásul venni az ilyen fikciók megfogalmazója, hogy a következő szituáció a politikai tevékenységre legalább annyira jellemző, mint hétköznapi cselekvéseinkre: „Aki mereven ragaszkodik terveihez, az éppen hogy saját eszének tehetetlenségét fogja érezni. Ritkák azok a pillanatok, amikor minden »magától megy«, amikor az események maguktól alkalmazkodnak terveinkhez és vágyainkhoz” (uo.).

Gadamer hermeneutikájában nagy figyelmet szentel a *tapasztalat* fogalmának is. Jogosan veti fel, hogy a tapasztalat addigi elmélete szinte teljesen a tudomány felé orientálódott, s így eltekintett a tapasztalatszerzés folyamatának vizsgálatától. A természettudományok célja, hogy a maga kísérleti módszerével objektiválja a tapasztalatot. A hermeneutikai megközelítés ezzel szemben a tapasztalatot mint *folyamatot* értelmezi. Ez utóbbi alapjában véve negatív, nem „típuszerű általánosságok töretlen kialakulása”. Amikor valamiről tapasztalatot „szerzünk”, akkor ez egyúttal hamis általánosításokat cáfol meg.

Gadamer érdekes szempontokat villant fel a *Te* tapasztalatának a sajátosságait jellemezve. Élesen világít rá, hogy az, amit emberismeretnek szokás nevezni, az gyakran nem más, mint embertársaink leegyszerűsített, Én-központú felfogása: „Mármost létezik a Te olyan tapasztalata, amely az embertársak viselkedésében kifürkészi a tipikust, s a tapasztalat alapján képes előre látni a másik viselkedését. Ezt emberismeretnek nevezzük. Értjük a másikat, mint ahogy értjük a tapasztalatunk körébe eső bármely más tipikus folyamatot, azaz számításba tudjuk venni. Viselkedése ugyanúgy céljaink eszközéül szolgál, mint bármely más eszköz. Morális szempontból a Te-hez való ilyen viszony szintiszta Én-központúság, és ellentmond az ember erkölcsi lényegének” (251). A másik ember kiszámítására törekvő emberismeret voltaképpen a mások feletti *uralom eszköze*. A másikat azért akarom már előre megérteni, hogy elhárítsam a másik igényét magamtól, hogy elérhetlenné váljak a számára.

Egyébként a hagyományhoz való viszonyt és az emberek közötti személyes viszonyt pasztikusán állítja párhuzamba Gadamer, amikor azt mondja, hogy a hagyomány is „valódi kommunikációs partner, mellyel ugyanúgy összetartozunk, mint az Én a Te-vel” (uo.).

A másik emberrel való kölcsönös viszonyban is az a cél, hogy valódi kommunikációs partnerek legyünk: „Ehhez nyitottságra van szükség. De ez a nyitottság végül is nemcsak annak az egyénnek a számára áll fenn, akivel mondatni akarunk magáról valamit, hanem aki egyáltalán hagy magának mondani valamit, az elvileg nyitott. Ha nincs ez a nyitottság egymás iránt, akkor nincs igazi emberi kapcsolat. Az egymáshoz tartozás egyúttal mindig azt jelenti, hogy hallgatni tudjuk egymást. Ha ketten értik egymást, ez nem azt jelenti, hogy az egyik »érti« a másikat, vagyis átlát rajta. S ugyanígy, a »valakit hallgatni« nem egyszerűen azt jelenti, hogy vakon tesszük, amit a másik akar. Aki ilyen, azt engedelmesnek nevezünk. A másik iránti nyitottság tehát annak az elismerését is magában foglalja, hogy önmagammal szemben is érvényesítenem kell magamban valamit, akkor is, ha nem lenne senki más, aki ezt érvényesítené velem szemben” (253).

A gadameri hermenutikának még egy mozzanatára szeretném felhívni a figyelmet. A megértés és értelmezés nála szoros kapcsolatban áll az *alkalmazással*. Interpretáció és alkalmazás elválaszthatatlansága különösen szembeötlő a jog vagy a teológia területén. A törvény tételes szövegét az egyedi ítélet konkrétságában kell alkalmazni, a Szentírást pedig például a prédikációban. A szöveget tehát némiképp sarkított megfogalmazással élve „minden konkrét szituációban újból és másképp kell érteni”, a megértés egyben mindig alkalmazás az említett területeken. Gondoljunk csak például a „gyűlöletre uszítást” büntető törvényre. A probléma az alkalmazásával mindig az, hogy mi meríti ki ennek a fogalmát? Fel lehet-e sorolni tételesen – helytől és időtől, történelmi szituációtól függetlenül – azokat az eseteket, illetve megfogalmazásokat, amelyek törvény által diszkriminálандók? Kell-e vajon és lehet-e egyenlőségjelet tenni az ún. verbális és tetteges agresszió között? Ilyen és ehhez hasonló kérdések merülnek fel a konkrét alkalmazás során. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a jogértelmezés és alkalmazás területén sem szabadíthatjuk meg magunkat az egyéni mérlegelés és döntés felelősségétől. Ez természetesen nem az egyéni önkényeskedés és ötletszerűség uralmához kell, hogy vezessen. A törvényakarat értelmezése nem az uralom, hanem a *szolgálat* egyik formája. Az értelmezés, illetve alkalmazás azt szolgálja, „aminek érvényesülnie kell”.

Előadásomat a megértés univerzális aspektusáról szóló Gadamer-idézettel indítottam. Térjünk most még egyszer vissza a nyelv hermeneutikai felfogásához. E gondolkodásmód vonzó aktualitása többek között éppen abban nyilvánul meg, hogy a nyelvet nem valamiféle „uralkodásismeret” közvetítő közegének tekinti, a világ nem válik a „*nyelv tárgyává*”: „Ellenkezőleg: ami a meg-

ismerés és a kijelentés tárgya, azt már eleve a nyelv világhorizontja fogja körül. Az emberi világtapasztalat nyelvisége nem foglalja magába a világ tárgyi-asítását” (312). Gadamer számára a nyelv *létezése* az igazán releváns tényező, tehát a *beszélgetés*, a *megértés*, illetve a *megértetés* végzése. Ez utóbbi nem pusztán technikai tevékenység, hanem *életfolyamat*: „A nyelvi megértetés azt, amiről folyik, úgy állítja a magukat megértetők közé, mint valami pertárgyat, amely oda van téve középre, a felek közé. A világ így az a közös terület, amelyre senki sem lép, s amelyet mindenki elismer, és amely mindazokat összekapcsolja, akik beszélnek egymással” (310).

Végül hadd válaszoljak röviden, vitára felhívóan a bevezetőmben megfogalmazott kérdéseimre. Politikai ellenfelek közötti termékeny dialógus csak akkor képzelhető el, ha a politika szereplői nem pusztán uralmi szempontokat követnek, hiszen csak ebben az esetben lehetséges a Gadamer által bemutatott valódi beszélgetés: „A beszélgetés a megértetés folyamata. Így minden igazi beszélgetéshez hozzátartozik, hogy elfogadjuk a másikat, valóban engedjük érvényesülni szempontjait, s annyiban bele is helyezkedünk, hogy ha nem őt magát mint konkrét individualitást akarjuk is megérteni, de mindenesetre azt akarjuk megérteni, amit mond. Véleményének tárgyi jogosságát kell felfognunk, hogy megegyezhessünk vele a dologban” (270). Politikai szövegek „adekvát” megértése alatt éppen ez utóbbit, mármint a tárgyi jogosságot értem. Elsősorban arra gondolok, hogy roppant egyoldalú dolog a szerző vélt szándékaira redukálni a szöveg értelmezését, hiszen ebben az esetben az illetőről kialakított többnyire leegyszerűsített kép nem engedi megszólalni magát a szöveget. Ami pedig *politika* és *igazság* viszonyát illeti, az egyetlen kizárólagos igazság diktatúrája és az igazságok mindenfajta tagadása közötti járható út felfogásom szerint a heideggeri értelmezés, amely az igazságot mint *eseményt* interpretálja.

Talán csak jámbor óhaj, mégis megkockáztatom azt az állítást, hogy a *politikának* mint a köz ügyeivel való *foglalkozásnak* a legfontosabb megnyilvánulási formája a széles értelemben vett beszélgetés, amikor is a partnerek „a sikeres beszélgetésben alávetődnek a dolog igazságának, mely új közösséggé kapcsolja össze őket. A beszélgetésben végbemenő megértés nem pusztán saját álláspontunk előadása és érvényesítése, hanem közösséggé változás, melyben nem maradunk az, ami voltunk” (264). Úgy vélem, ettől jelentékenyebb igazságra demokráciákban a politikai élet egyetlen szereplője sem tarthat igényt, amennyiben fontos számára a „szót értésnek” legalább a lehetősége.

### Hivatkozások

Gadamer 1991. *A nyelvek sokfélesége és a világ megértése*. Ford.: Egyedi András.

Athenaeum, I.

Gadamer 1984. *Igazság és módszer*. Ford.: Bonyhai Gábor. Gondolat, Bp. 31.



## News net – hírgyűjtési háló: Tuchman elmélete és a mai magyarországi gyakorlat<sup>38</sup>

### 1. A hírkutatás eddigi eredményei a szervezetszociológia oldaláról

A hírekről szóló anekdotikus természetű, egykori újságíróktól származó leírások után körülbelül az 1960–70-es évek fordulóján megjelentek a dokumentarista beszámolók. Ezen írások erénye, hogy elsőként mutatják be a hírgyűjtés, a szelekció és a hírprezentálás mikéntjét, foglalkoznak az újságírói rutin kérdésével. Majd az 1970-es évek végén már rendkívül alapos szociológiai vizsgálatát írják le a sajtóhíreknek. Ezek a hírgyártás különböző szervezeti szintjeiről és dimenzióiról készített alapos bemutatások és elemzések. Gans *Deciding what's news* (1979) című könyvében már megtalálható a tudományos alapossággal végzett terepmunka, a *newsroom* alapos megfigyelése, górcső alá veszi a hírértéket és a hírszerkesztési sorrendezést is. Gaye Tuchman a *Making News*-ban (1978) is érdekes, újszerű megközelítést ad, etnometodológiai szempontból végez elemzést. A szerkesztők és újságírók mindennapi rutinját úgy írja le, mint a valóság hírként való prezentálására szolgáló képességet. Úgy véli, a hírek nem a valóság képei, hanem a világról való társadalmi gondolkodás konstruált keretei. A hírek hitelességének garanciáit az intézményes keretek, a bürokratikus szervezet jelentik. A hitelesség illúzióját teremtik meg napról napra a hírszerkesztőségekben. Fontos megfigyelése, hogy az újságírók nem mindenhol és nem minden időben keresnek hírt, hanem általában a bevett, bejáratott forrásaiknál, s ott is bizonyos időközönként. Erre a megfigyelésére hozza létre a „news net” elnevezést.

Fishman a *Manufacturing the News* (1980) című könyvében a szervezeti előírásokra koncentrál, melyek megteremtik a szerkesztőségi munka kereteit, miközben verifikálási eljárássá alakulnak. Ennek a körnek a kutatásait terjesztette ki magyar környezetre például Tamás Pál, Kiss Zsolt Péter vagy legutóbb Jenei Ágnes Jenei 1999: 63–73), akik a magyar hírkészítést úgy vizsgálták, hogy a szervezetbe ágyazottságra koncentráltak, a szerkesztőségi munkára.

---

<sup>38</sup> Értékes információikért szeretnék köszönetet mondani Barták Péternek, Csikász Brigittának, Izbéki Gábornak és Ökrös Csabának.

## 2. A hírforrások, a hírgyűjtési háló

A nemzetközi szakirodalom két irányból próbálja megragadni a hírforrásokat. A szövegtani alapú megközelítések a narratívum típusa szerint, műfaj szerint csoportosítják a hírforrásokat.

Teun A. van Dijk (News as Discourse 1988 Hillsdale P.128.)	Allan Bell (The Language of News Media 1991 Blackwell P.: 57)
Nemzeti és nemzetközi hírügynökségek anyagai	Hírügynökségi anyagok
Sajtójelentések különféle szervezetektől, cégektől, intézményektől	Sajtójelentések
Sajtókonferenciák, sajtótájékoztatók + azok meghívói	Sajtókonferenciák
Jegyzékek törvényhozó testületektől, bizottságoktól	Szervezet által előállított dokumentum: riport, kutatás, levél, jegyzék stb.
Különbféle szervezetek által készített riportok	
Interjú egy szervezet sajtóképviselőjével	Interjú, személyesen (18%) vagy telefonon (37%)
Telefonbeszélgetés egy szervezet sajtóképviselőjével	
Jegyzetek, melyeket az újságíró készített az interjú alatt, sajtókonferencián stb.	Az újságíró jegyzetei
Szervezetek hivatalos levelei melyek dokumentációt is tartalmazhatnak, s gyakran más szervezetekre vonatkoznak.	
Hazai és külföldi lapok hírei	Hasonló témájú történetek a saját vagy más lapokban, médiában.
A saját lap dokumentációja.	A nyilvános beszéd, a közbeszéd.
Beszédek, találkozók, viták nyomtatott változata.	Írott változata különféle beszédeknek.

Az írott anyagokat Bell két csoportra osztotta aszerint, hogy már eleve hír formában vannak megírva (hírügynökségi anyagok, sajtójelentések, sajtótájékoztató anyagok egy része), illetve hogy nem hír formában vannak megírva (dokumentumok, kutatások, beszéd, statisztikák stb.). Hozzáteszi azt is, hogy az újságírók jobban szeretik a már eleve hír formában, műfajban megírt anyagokat. A saját vizsgálatában 20 százalékra teszi a sajtójelentések átírásából származó anyagok arányát, s további 20 százalékra a PR-anyagokét, tehát azokat, amelyek valamekkora hirdetési értékkel is bírnak.

A szervezetszociológiai vizsgálatok származási hely szerint igyekeznek csoportosítani a hírforrásokat, alapvetően a nyugati újságíró tankönyvek is a hírgyártó szervezeteket veszik sorra.

Nem lehet tökéletesen kimerítő felsorolást adni, de a nagy területek a következők: Parlament, törvényhozás, bizottságok, minisztériumok, pártok, pártszervezetek, alkotmánybíróság, bíróságok, ügyészség, rendőrség, közigazgatási intézmények, önkormányzatok, bankok, kulturális intézmények (színházak, kiadók, galériák), kórházak, tűzoltóság, sportintézmények, csapatok, civil szervezetek.

Adat szerint és címlista szempontjából hosszú a sor, mégis nem egyforma arányban és súllyal tudnak információkat eljuttatni ezek a szervezetek magukról, a tevékenységükről stb. S ennek oka nem az esemény vagy a szervezet fontosságában rejlik csupán. Hanem a sajtó működéséből, működési mechanizmusából is fakad.

Ennek ismeretében írta Walter Lippman, hogy viszonylag kevés helyen állítják elő a tudnivalókat, a történéseket. (Lippmann 1966: 142). S ebben az is benne van, hogy alapvetően nem az újságírók állítják elő, hanem az intézmények a maguk működése során.

„... normális körülmények között a sajtó csak azt képes regisztrálni, amit az intézmények működése már regisztrált számára (...) az újságírás nem a nyers anyagból való közvetlen riportot jelenti, hanem olyan riportot, amely már a meglévő anyagról annak stilizálása után készült (...) a szabványosított termékben idő és munka megtakarítás van, továbbá részleges garancia a kudarc ellen” (Lippmann 1922/1985: 11).

A mostani felmérésből mi mindent lehet leszűrni, mennyiben hasonló a helyzet, illetve mennyiben más?

Három magyarországi napilapot vizsgáltam meg ebből a szempontból, mindhárom alapvetően más-más jellegű. Az egyik egy megyei napilap, a Veszprém Megyei Napló, a másik egy ingyenes napilap, a Metro, a harmadik pedig egy internetes lap, az Index.

A hírforrások felsorolása tekintetében meglepő dologgal nem találkozunk, ami figyelemre méltó, az inkább a hírközlő és a forrás viszonya, valamint az egyes források szereplési aránya.

	<b>Napló</b>	<b>Metro</b>	<b>Index</b>
<b>Példányszám, letöltés</b>	53.000	200.000 Budapes- ten, 100.000 vidéken	1.500.000 oldal letöltés, 150.000 olvasó
<b>Hír/vélemény műfaj aránya</b>	85% hír 15% vélemény	95% hír 5% vélemény	75% hír 25% vélemény
<b>Hány újságíró dolgozik a szerkesztőségben?</b>	25	15	15
<b>Újságírók átlag-életkora a szerkesztőségben?</b>	45 év	25 év	25 év
<b>Nyelvtudás igénye a napi munkában?</b>	5%	20%	50%
<b>Szervezeti felépítésben spec.</b>	Központi szerkesztőség Veszprém- ben, ellátja a WAZ csoport többi napi- lapját is. Az első 2 oldal 80%-át adják	Központi szerkesztőség Londonban, ellátja a Metro cso- port többi tagját is, szabad átvétel. (A heti 500 hírből kb. 1-2.)	
<b>Szerkesztési elv</b>	Exkluzivitás	Reprezentálás	Exkluzivitás
<b>MTI-s híryanag aránya</b>	10% alatt	85%	Maximum 10%
<b>Ciklusosság</b>	Napi megjelenés, heti 6 nap	Napi megjelenés, heti 5 nap	Címlap frissítése 15 percnként, folyamatos munka reggel 6-tól más- nap hajnali 1-ig.

## 2.1. A forrás és a hírközlő viszonya

Az újságíró-tankönyvek azzal kezdik, hogy az újságíró feladata össze-  
gyűjteni, majd szelektálni a híreket, s aztán a kiválasztott anyagot a megfele-  
lő formában megírni. A mélyinterjúk során nyilvánvalóvá vált, hogy klasszi-  
kus értelemben hírgyűjtésről már nincs szó. Elő nem fordul, hogy nincs ele-  
gendő híryanag, s ezért valakire – legyen az személy vagy szervezet – rá kell  
telefonálni, érdeklődni kell, hogy történt-e valami említésre méltó. Egyetlen  
kivételként a Napló szerkesztője említette, hogyha kifejezetten vidéki, régiós  
híreket keresnek, akkor január–februárban néha előfordul még a klasszikus  
értelemben vett hírgyűjtés, de máskor ott sem. Vagyis az egyes médiumok  
remekül be vannak ágyazva a már működő hírpályákba, ahonnan ömlik az

információ, ráadásul elég jól szerkesztett formában, a hír műfajhoz közel álló nyelvi megfogalmazásban.

Mi következik ebből? Az újságírói szerepből, feladatból elmaradt a hírgyűjtés mozzanata, az első feladat, amit a hírkészítés során végez, az a szelekció. A szelekció fontosságának hangsúlyozása nem új keletű, hiszen ennek első komoly, sokat hivatkozott említése David M. White esettanulmánya 1950-ből, ahol bevezeti a kapuőr fogalmát. Változás itt az arányokban van, abban, hogy a hírgyűjtési feladat kikopott a hírközlési oldalról. Ezzel egy időben a másik, a hírforrások oldalán kialakult egy profi hírszolgáltatási csapat. S ők a sajtójelentésekben, sajtókonferenciákban, beszédek leírásában, eljuttatásában játszanak szerepet. A történet azonban nem ennyire szép és egyértelmű, ha megnézzük, hogy a hírgyűjtésben anno mi motiválhatta az újságírót, mit keresett, mi volt az attitűdje, illetve most a szervezeten belüli sajtóreferens miként dolgozik.

Újságíró: motiváltabb volt a szervezeten belüli visszasságok leleplezésében.

Sajtóreferens: a szervezet felé lojális, a normális üzemmenetről ad hírt, s mivel rendelkezik újságírói ismeretekkel képes úgy megformálni a hírt, hogy az bekerüljön a lapokba.

Rákérdeztem, hogy rendelkeznek-e olyan forrással, az újságírók az egyes szervezeteken belül, akik nem sajtóreferensek, hanem úgy mond „súgnak”, nem feltétlenül a hivatalos álláspontot képviselik. A válaszok területenként megoszlottak.

Az országos lapoknál arról számoltak be az újságírók, hogy nem rendelkeznek ilyen informátorokkal, szinte lehetetlen beférkőzni a szervezetekbe. Ha próbálkoznak azt a választ kapják, hogy „csak a sajtófőnök nyilatkozhat”. Vagyis a szervezetekben az elhárítási mechanizmus remekül működik. A sajtóreferens, sajtófőnök centrális pozícióban van a híradás tekintetében. Elmondták azt is, hogy minden olyan esetben, ami az elmúlt években, úgy mond, botrány lett Magyarországon, az információt mindig az ellenérdekelt fél (politikai, gazdasági tekintetben) adta ki. (Tehát nem az újságíró, hosszas nyomozás után jutott el a titkolt esetig. Nagyon ritka az ilyen történet.) Ebből persze nagyon látszik, hogy a figyelemirányítás szálai ma Magyarországon nem az újságírók kezében vannak, az intézmény munkatársa dönt arról, hogy potenciálisan miből lesz hír és miből nem.

Ugyanakkor a sajtóreferensi pozícióhoz komoly legitimitás fűződik, az ő anyagát, híret minden tekintetben hitelesnek ismerik el. Miért és hol lehet érdekes ez? A hitelesség azt jelenti, hogy vita esetén minden érintett fél megszólal. Igen ám, de a sajtófőnök a szervezeten belüli vitát nem mint vitát fogja prezentálni leírva, hogy pro és kontra mit gondoltak, hanem egyszerű-

en ismerteti az eredményt. Másfajta publicitást kap így az eset, s hogy milyen publicitást, azt nem az újságíró választja meg.

Egy helyütt találkoztam még azzal, hogy működnek nem hivatalos források is, s ez ismét a Naplónál, a Veszprém megyei lapnál történt. Bár az országos hatáskörű intézményekkel – minisztériumok stb. – ők sem boldogultak, de helyben, Veszprémben működik a dolog. A vezető szerkesztőt idézve: „Mindig akad valaki, aki lemásolja és eljuttatja az anyagot az újságnak”. Ennek én két okát látom: az egyik, hogy ezek az újságírók sokkal régebb óta működnek ugyanazon a területen, mint budapesti kollegáik, ki tudtak építeni megbízható személyes kapcsolatokat. Másik oldalról pedig az intézményekben a sajtómunkatárs még nem tudott olyan komoly centrális pozícióba kerülni a hírszolgáltatás tekintetében, mint a fővárosban.

A másik nagy strukturális változás a nemzetközi kutatásokhoz képest a hírügynökségek szerepének felértékelődése. Magyarországon méreténél, majd 130 éves múltjánál fogva az MTI vezető helyen szerepel, s igen átfogó képet ad egy napjáról az országnak, több száz hírrel és tudósítással. Neki van embere arra az igen költséges feladatra, hogy a parlamentbe, bizottságokba, önkormányzati ülésekre beültesse 1-1 tudósítót. Erre csak a nagy napilapok képesek és néhány vezető tévécsatorna és rádió. Tehát az MTI anyaga rendkívül bőséges. Mire használják ezt:

- a) Már a lap tervezésének fázisában használják (Index – napi terv)
- b) A nap folyamán további figyelemirányításra használják
- c) Kész anyagként is felhasználják minimum 10, maximum 85 százalékban.
- d) Abszolút hitelesnek tekintik, ha más forrás, más hírügynökség, média hoz egy anyagot, akkor megvárják hozzá az MTI jelentést, aminek hitelesítő funkciója is van.

Időzzünk még el itt a hitelesség, hitelesítés kérdésénél egy percre. A klasszikus tankönyvi szabály az, hogy egy hírt két független forrásból kell megerősíteni, akkor lesz hiteles. Ezt mondja a tankönyv, mit mond az élet?

Eleve egy csomó forrás olyan státusszal, legitimitással rendelkezik, hogy az általa adott hírt hitelesként kezelik. Ilyenek a már említett nagy hírügynökségi adatok, ahol az ügynökség rendelkezik azzal a presztízzsel, hogy hallgatólagosan benne van a rendszerben, hogy ő maga már megszerezte a két független forrást. De legtöbbször a két forráson sosem két szemtanút értenek, hanem már két egyéb médiumot, amely hozta a hírt. (Ha két érintettől van szó, azt jobb esetben megszólaltatják.)

Tehát az egyes hírközlő szervek, médiumok egymást használják fel a hitelesítési procedúrában.

Mi az, ami még nem rendelkezik a hitelesség komoly státusával. Általában ha csak egy lap, hírműsor hozta a hírt, akkor azt ellenőrzik, és/vagy

megvárják, amíg befut egy másik médium jelentése is. Itt lépéskényszerben az elektronikus média van, ott fontos, hogy negyedóra múlva címlapra lehessen tenni valamit az Indexen, illetve a rádióban, hogy mihamarabb be lehessen olvasni a hírt. A nyomtatott sajtó ráér kívánni, mert mire este eljön a lapzárta, addigra általában már eldőlt valamiről, hogy tényleg hír-e vagy kacska.

Mi az, ami még nem rendelkezik ezzel a hiteles státusszal? Ez az internet, az internetes lapok, hírügynökségek. A nyomtatott lapok munkatársai minden esetben elmondták, hogy az internetes hírt mindaddig nem vették készpénznek, amíg az MTI meg nem erősítette. A másik oldalon az Indexnél dolgozó szerkesztő ennek megfelelően azt mondta, hogy nem vették, nem veszik annyira komolyan a lapot.

## **2.2. Az újdonság: internetes források**

Ide sorolhatjuk az internetes újságokat, a nyomtatott újságok internetes változatait, elektronikus hírműsorok internetes változatait, interneten létező hírügynökségeket, internetes fórumokat.

A nyomtatott sajtónál dolgozók a következőképpen vélekedtek erről. Egy: az internetes sajtó sosem lesz képes átvenni a nyomtatott sajtó szerepét. Kettő: általában csak háttéranyagként használták az internetet, háttérinformációkat kerestek ott, sosem eredeti híreket. Néha előfordul, hogy figyelemirányításra használják, de csak az MTI-vel együtt. Nagyon voltak a kételyeik a hitelesség és az ellenőrizhetőség kérdésében is.

Az Index szerkesztője mit mondott a forrásaikról?

Az esetek többségében az MTI-s anyagot megpróbálták ellenőrizni és/vagy exkluzívabbá tenni az internet felől. Például: ha egy külföldi lap írt valamit Magyarországról, s az MTI hozta a kivonatát, akkor ők minden esetben megkeresték az eredeti írás elektronikus változatát, s újra lefordították, újra kivonatolták az olvasóiknak.

Az Indexnél egyébként a mindennapi munka menete igen közel áll a nyomtatott sajtóban megszokotthoz. Reggel 9 felé tartottak lapindító megbeszélést a napi tervről, s ugyanúgy jártak sajtótájékoztatókra, bemutatókra, vitákra, mint a nyomtatott sajtónál dolgozó kollegáik. Ennek egyik oka az is: „A magyar internet elég fejletlen, a magyar nyelvű tartalom szűk. Bár a jobb honlapokat figyeltük – Miniszterelnöki Hivatal, Állami Számvevőszék, ORFK –, a belpolitikai anyagok készítése hagyományos módon folyt, mert az itteni internetes anyagok nem frissek, késnek. Főleg telefonon folyt az információkérés.”

Sokkal bátrabban hagyatkoztak néha kizárólag az internetre, ha egy internetes lap, sajtóügynökség kijött egy hírrel, azt hitelesnek vették. Nem vártak további megerősítést például az MTI-től.

Nagy merítési lehetőséget jelentett számukra az Indexhez kapcsolódó beszélgetős fórumok köre, melyek tematikusan szerveződnek egy-két moderátor tartja rajta a szemét, s a lap felé egy fórum-összekötő jelzi a fontosabb híreket, hírre való utalásokat. Az Index napi híryanagának 10-15%-a innen származott, származik. A fórumon felvetett témák, hírek felvetői 60 százalékban névvel vállalták a hírt, s ennél a 60 százaléknál szinte teljesen valószínűnek bizonyult a téma.

A továbblépés véleményem szerint itt, az internetes hírforrásoknál néhány év múlva be fog következni. Ha eltelik némi idő, s az itteni források, hírügynökségek ugyanúgy meg fogják szerezni maguknak a legitimitást, a hitelesség biztosítékait, akkor ugyanolyan presztízst lesz képes elérni, mint most, mondjuk, az MTI.

### **2.3. Archívum**

További hírforrást jelenthet magának a lapnak az archívuma. Egy korábbi hír egy elemét keresik vagy egy személy korábbi kijelentését stb. Az általam vizsgált lapoknál a Napló esetében létezik egy saját archívum is, s csatlakoztak 1999-től az Observer Számítógépes Szolgáltatáshoz, ami annyit jelent, hogy több más lap anyagában tudnak keresni, nemcsak a sajátjukéban. Napi 3-4 téma esetében élnek a „rákeresés” lehetőségével. A Metrónál nem alkalmaznak ilyesmit. S technikailag egészen más a helyzet az Indexnél, ahol a lap terjedelmének nincs fizikai határa, s ahogy egyre hátrébb kerül egy anyag, úgy válik az archívum részévé.

### **2.4. Más médium mint eredeti forrás**

Közvetlen átvételre egy-egy hír esetében alig van példa. Ez nyilvánvalóan presztízskérdés. Ugyanakkor folyamatosan figyelik egymást. Mindenki megemlítette a Kossuth Krónikát, a televíziós hírműsorokat. Ám ezen forrásokkal úgy élnek, hogyha a konkurencia bedob egy új, váratlan hírt, akkor azt nem úgy közlik, hanem még szereznek hozzá 1-2 információt. Rendkívüli, nemzetközi esetben van átvétel a hírtelevízióktól. Mindenki megemlítette a szeptember 11-i terrortámadást, amikor a CNN-től vették át a híreket. De az ilyesmi igen ritka.

### **3. Zárszó**

Nagy utat tett meg a magyar újságírás a hírgyűjtési folyamatban. Hiszen a kezdetek kezdetén, a Magyar Hírmondóban Rát Mátyás 1780-ban azzal kezdte, hogy tudósítókat toborzott a lapjába, s amit ezek a jóakarók megírtak, az került a lapba, s néhány külföldi újságból átvett fordítás. Aztán érdekes volt az is, hogy amíg nem volt távíró, akkor úgy szereztek meg a hírlapírók Budapesten a legfrissebb bécsi híreket, hogy kimentek a pályaudvarra, s a bécsi vonat beérkező utasait faggatták az ottani eseményekről. Az új tech-



nikai eszközök mindig nagyban megkönnyítették a hírgyűjtést és mindig át is rendezték az erővonalakat. Ezért vélem úgy, hogy az internet esetében sem lesz ez másképp, idővel kivívja magának a megfelelő presztízst a hírforrások között.

### Hivatkozások

- Bell, Allan 1991. *The Language of News Media*. Blackwell Oxford – Cambridge.
- Fishman, Mark 1980. *Manufacturing the News*. Austin, University of Texas Press.
- Fishman, Mark 1982. News and Nonevents. Making the Visible Invisible. In: Ettema J. S. – Whitney, Ch. (ed.) *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint*. *Sage Annual Reviews of Communication Research*. 10, 219–240.
- Gans, Herbert 1979. *Deciding What's News*. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York, Pantheon.
- Jakab Zoltán 1985. „Mindenkinek lehet valahol egy keresztapja” *A hírforrás és a hivatalos közlő viszonya a magyar tömegkommunikációban*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont Budapest.
- Jenei Ágnes 1999. A tévéhíradók szervezetszociológiai vizsgálata. *JEL-KÉP* 4, 63–73.
- Lippmann, Walter 1922/1985. A közvélemény. Magyar fordítását közli *Jakab Zoltán*: „Mindenkinek lehet valahol egy keresztapja” *A hírforrás és a hivatalos közlő viszonya a magyar tömegkommunikációban*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont Budapest 1985.
- Lippmann, Walter. 1966. The Nature of News. In: Steinberg, Charles (ed.): *Mass Media and Communication*. Hastings House.
- Tuchman, Gaye 1972. Objectivity as a strategical ritual. An examination of newspapermen's notion of objectivity. In: *American Journal of Sociology*.
- Tuchman, Gaye 1973. Making news by doing work routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology* 4.
- Tuchman, Gaye 1978. *Making news: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- van Dijk, Teun A. 1988a. *News as Discourse*. Hillside, NJ.: Erlbaum.
- van Dijk, Teun A. 1988b. *News analysis: Case studies of international and national news in the press*. Hillside, NJ.: Erlbaum.

## A médium mint jelkép

Olyan kérdésre keresem a választ, amelyet ritkán teszünk föl, mégpedig azért, mert vizsgálódásom tárgyát a múlt idő szinte pillanatokon, de egy napon vagy héten belül jobbra elavulttá teszi. Merhetjük-e feltételezni azt, hogy egy-egy napi- vagy hetilap – esetleg rádióadás – a napok, évek és évtizedek, olykor évszázadok sodrában mintegy függetlenedik aktuális tartalmától, s jelképévé válik egy irányzatnak, értékrendnek, esetleg társadalmi modellnek? Az Egyesült Államokban élő John Lukacs, vagyis Lukács János így meséli el találkozását az amerikai követségi első titkárral, rövid néhány héttel a második világháború befejezése – vagy ha tetszik a felszabadulás után. Tudatosan használom mindkét kifejezést, mintegy alátámasztandó Bibó egykori megállapítását, amely szerint a magyar közvélemény a háború befejeződésének hazai eseménysorát nem egységesen ítélte meg, s ítéli meg mind a mai napig. A fiatal és angolul már akkor jól beszélő Lukács, miközben följánlotta szolgálatait az amerikai missziónak, a követségi első titkár dohányzóasztalán megpillantotta a Time és a Life magazinokat – ez utóbbi, természetesen hozzá, azóta már megszűnt. Kérésére a diplomata följánlja, válogasson kedvére a „pazar folyóiratokból.” Maga John Lukacs így emlékszik: „Úgy éreztem, hihetetlen akciót hajtok végre. Magamhoz öleltem egy csomó Life és Time magazint. Diadalmámorban tértem haza. Fűtetlen lakásunkban, ahol állt a por, és a szegénység lehangoló szaga terjengett, ezzel toppantam hervadt szépségű, angomán édesanyám elé: – Nézd, mit hoztam! – Felragyogott az arca. Nem akart hinni a szemének, hogy a fia ilyen szerencsével járt” (Lukacs 2001: 111). Azt hiszem, nem tévedek, ha úgy gondolom, hogy a Time és az azóta megszűnt Life magazin Lukács számára – függetlenül azoknak a számoknak a tartalmától – egy másik világ jelképeként ragyogott föl, a szabadságot és a prosperitást jelképezte a szellemileg is kiéhezett, a szenvedésektől és a nyilas propagandától megfáradt értelmiségi számára. Ebben az értelemben gondolom, hogy bizonyos újságok, s talán rádiók is, egy-egy értékrend, fölfogás, világfolyamat jelképévé válhatnak. Ezzel a föltevessel egyetért Németh G. Béla professzor, aki a magyar sajtótörténet hajnaláról szólván a Kossuth-féle Pesti Hírlapot egyfajta „szabadság- és parlament-jelképnek” nevezte. (Szóbeli közlés.) Az üzleti alapú sajtó csak jóval később, a kiegyezés után alakult ki, s ebben az időszakban legalább három-négy nagy lap verseng az olvasókért. Az első világháború előtt és alatt a Pesti Hírlap igazi értelmiségi lap volt. A második világháború küszöbén

megszületett Magyar Nemzetet „katolikus, a nagytőkétől is támogatót, erkölcsi kérdésekben inkább konzervatív” napilapként jellemezte Németh G. Béla. Azt gondolom, hogy a Magyar Nemzetnek ez az első korszaka is jelképes fontosságú és erejű, sőt talán legenda is, amit egy közelmúltbeli magyar film is táplál, egyszersmind érzékelteti azokat a nem mindig látható szálakat, amelyek a médiát és a művészetet, a Kosztolányi által a perc művészetének nevezett újságírást – adott esetben rádiózást, televíziózást – és a múlandósággal vívott harcban eleve nagyobb eséllyel induló művészetet összekötik. Huszadik századi történelmünk viharos korszakának egyik epizódját vitte filmre a Hamvadó cigarettavégben Bacsó Péter, a Tanú s még vagy két tucat film rendezője. Sajtótörténeti tény, hogy a Magyar Nemzet a maga sajátos módján kapcsolódni próbált és tudott azokhoz a magyar politikai erőfeszítésekhez, amelyek lazítani iparkodtak a német szövetségen, s az angolszász hatalmak felé próbáltak orientálódni.

„Olvasómán ember vagyok”, mondta magáról egy alkalommal Bacsó, aminek minden bizonnyal fontos szerepe volt abban, hogy a Hamvadó cigarettavég emléket állít a régi Magyar Nemzetnek, Pethő Sándor erkölcsiségben és szakmaiságban mindmáig példát mutató lapjának.

S most nézzük a filmet a lap szempontjából: a Magyar Nemzet kétszer is „szerepel” a Hamvadó cigarettavégben: a két jelenet közül az egyik önéletrajzi ihletésű, éppen azt ábrázolja, amint a friss harctéri hírekre kíváncsi, s persze a sorok között is eligazodó olvasók kapkodják a lapot. Mint Bacsó elbeszélte, kamaszként ő is gyakran álldogált estefelé az Aradi utcai Globus Nyomda bejáratában, várva a szinte még festékszagú újságot. A másik jelenet – a filmben ezt látjuk előbb – arra emlékeztet, hogy a maga eszközeivel a Magyar Nemzet részt vett a magyar nemzet történelmének alakításában. A szerkesztőségbe betoppan Balogh István szegedi plébános, a politikusi pályán már elindult ellenzéki kisgazda (őt Kállai Ferenc formálja meg); látjuk a háttérben az alapító-főszerkesztőt, Pethő Sándor portréját, az előtérben pedig Hegedüs Gyula felelős szerkesztőt – Sinkó László játssza –, aki 1943-ig jegyezte a lapot; ott a filmvásznon a régi szerkesztőség két karakteres tagja: Tombor Jenő (Ráday Mihály) és Frey András (Mag István, Bacsó asszisztense játssza). A nézők keveset vagy éppen semmit sem tudnak róluk, ezért annál fontosabb, hogy Bacsó emléket állít nekik. Hegedüs Gyula az alapító főszerkesztő, Pethő Sándor mellett kezdte nemzeti pályáját, s Pethő 1940-es lemondása után 1943-ig felelős szerkesztőként és felelős kiadóként egyedül jegyezte a lapot. Nemcsak rátermett szerkesztő, hanem sikeres kiadói menedzser is volt; följegyezték róla (Pethő 1989: 94–95), hogy a kéziratokat sohasem javította, változtatás nélkül leadta őket, ha megfelelték politikai ítéletének és ízlésének, ha viszont nem tetszett neki, akkor az egész kéziratot adta vissza a szerzőnek átdolgozásra. Hegedüsnek annyiban is köze van a

filmhez – Bacsó közlése –, hogy a fia szerezte a Hamvadó cigarettavég zenéjét, a jogdíjat is ő vette föl. Tombor Jenő, az egykori vezérkari tiszt és későbbi miniszter katonai szakíróként, ha kellett, a sorok között tudatta az olvasóval a németek katonai megtorpanásait; hírmagyarázataiban mindig a reális mérlegelésre intett, s különösen óvott a kezdeti német hadisikerek túlértékelésétől. A háború címmel közölt katonai kommentárja és harctéri információs anyaga (Vásárhelyi 1989: 40–41) szinte új műfajt teremtett, s a magyar sajtóban először ismerte föl, hogy a háború menetében fordulatot hozott a gigászi méretű kurszki csata. A sajátos tombori szóhasználatra jellemző, hogy a német visszavonulást általában így mondta el az olvasónak: „A német csapatok a mozgó hadviselésben rejlő előnyöket igyekeznek kihasználni” (Pethő 1989: 101). Tombort egyébként 1945 novemberében hadügyminiszterre nevezik ki, s miniszterként halt meg 1946-ban. Frey András, a kitűnő elemzéseket író külpolitikai rovatvezető a színpadok mögött részt vett a német szövetségtől elrugaszkodni próbáló diplomáciai puhatolózásokban, s Szent-Györgyi Alberttel együtt Isztambulban igyekezett fölmérni, milyen feltételeik lennének az angoloknak. Balogh Istvánt, a későbbi Balogh pátert ekkor még semmilyen intézményes kapcsolat nem fűzte az újsághoz, de tény, hogy Hegedüs felesége jó viszonyban volt a film főhősnőjével, Karády Katalinnal, s a Hegedüsné rendezte összejöveteleken az akkori náci-ellenes értelmiségi színe-java összefuthatott; például Békeffy László, a Pódium Kabaré igazgatója, az említett Balogh páter, vagy éppen G. Dénes György is, alias Zsüti, akinek anekdotázó kedvéből sokat merített a Hamvadó cigarettavég. Zsüti nagy mesélő volt, mindig hozzátett valamit a történeteikhez, de hogy ezek miként „esztergálódtak benne össze”, azt nem tudja, mondta Bacsó. De ez nem is baj, hiszen a film nem történelemkönyv, s nem is sajtótörténeti lecke felmondása; tényleg volt Hegedüsnél egy angol memorandum? Valóban Frey ajánlotta az új és veszélyes szerepre, tehát a kiugrás előkészítésére Újszászy tábornokot, az elhárítás vezetőjét? S a szerelmi szál összesodrásában, vagyis Újszászy és Karády Katalin „közelítésében” csakugyan Balogh páter tüsténkedett? Ha igen, ha nem, méltó anyagra tapadt a legenda, azt szötte át, ami megérdemelte: a régi Magyar Nemzet rászolgált erre. Azt szokták mondani, hogy nincs unalmasabb a tegnapi újságnál, de izgalmasabb sem a tegnapelőttinél: a Hamvadó cigarettavég a történelmi sarokpontokba kapaszkodva a lap régmúltjáról a szó szoros értelmében mesél. Mesél, mégpedig a szónak a gerbneri értelmében (Gerbner 2000: 11–12): ha igaz, hogy világunk az általunk hallott, látott és mesélt történetekből épül fel – amint George Gerbner feltételezi –, akkor Bacsó a magyar világ egy darabját, s benne a lap szerepét beszélte el a nézőnek, persze nem történelmi vagy sajtótörténeti elemzés formájában. A rendező talán éppen ezért nem nevezi meg az egykori szerkesztőség három tagját, akik a filmvászonon

csupán statisztálnak a főhős-párnak, Újszászynak és Karádynak, ám mégis részesei a nagy előadásnak.

Bacsó filmjének két jelenete megerősíti: a régi Magyar Nemzet jelképe egy erős erkölcsi érzékű, a személyes bátorságot is vállaló, élesen diktatúra-ellenes – ott és akkor: nyilasellenes – magatartásnak: olyan szerkesztőség, amelynek a lapját kapkodták. Ez az átsugárzás történelmi erejű, hiszen, ezt a szerepet a történelemkönyvek is följegyezték, így a jelképes erejű üzenet az évtizedek folyamán mintegy objektiválódott, önállósodva függetlenedett attól, ami azóta történt vagy történik a lappal, s attól, ami ott olvasható. John Lukacs sem a Time vagy a Life konkrét cikkeinek örült annak idején, hanem annak a szellemiségnek, amit e hetilapok neki jelképeztek. Egy másik példa a magyar sajtótörténetből az ilyen jelképes elkülönülésre és a tudatunkban immár visszavonhatatlanul elhelyezkedett médiaüzenetre: a Népszava 1941-es karácsonyi számában olyan kórus szólal meg, amelyben különféle baloldaliak és polgáriak, népiek és urbánusok együtt énekeltek. Ez is benne van a tankönyvekben, teljes joggal, de az már kevésbé, hogy ezzel együtt és ennek ellenére az ünnepi szám igen olvasmányos, a szó eredeti értelmében érdekesítő újság (Martin 2001). Alighanem azért, mert a szociáldemokrata párt központi lapjának felelős szerkesztője, Millok Sándor tudta, a mégoly tiszteltreméltó politikai mondandó is unalmas imamalommá silányul, ha a tartalom túlzottan megkötött, ha a cikkek egy töről fakadnak, ha nem színes a műfajok palettája. De a karácsonyi szám valóságos napilap, nagynevű szerzők hosszú sorával, élükön Móricz Zsigmonddal, Bajcsy-Zsilinszky Endrével, Szekfű Gyulával, Szabó Zoltánnal, Benedek Marcellel, Kéthly Annával, Darvas Józseffel, Kállai Gyulával, Markos Györggyel, Dési Huber Istvánnal, s aztán jótollú írókkal-hírlapírókkal, mint amilyen Erdődy János, Vészi Endre, a szerkesztő Millok Sándor s mások. Bacsó a jelzett beszélgetésben megalapozottan mondta erről a számról, hogy „az egy legenda”: valóban az. Az összefogás igaz legendája, amely mintegy külön életet él, s nem teljesen azonos a régi Népszaváról – megint csak megalapozottan – kialakult képpel, amely a lapot az 1873-as alapítástól elsősorban a szakszervezetekhez, a munkásmozgalomhoz kötötte.

Ha kitekintünk a nagyvilágba, azt tapasztaljuk, hogy a széles értelemben vett kultúra őrzi e jelképes erejű, s többnyire az adott ország szellemi-történelmi életébe mélyen beágyazott médiumokat. Véleményem szerint az Egyesült Államokban ilyen például a New York Times vagy a Washington Post, a hetilapok közül a Newsweek és a Time, Nagy-Britanniában a The Times és több más lap, a franciáknál a Le Monde és a Le Figaro, a németeknél a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a hetilap Der Spiegel és a Die Zeit, az olaszoknál a Corriere Della Sera, a spanyoloknál az El Pais. A lista bővíthető, s természetesen valamennyire szubjektív is, de aligha vitatható, hogy

létezik a médiumoknak egy köre, amely minőségileg más, mint a bennük található cikkek összessége. Ez még akkor is így van, ha ez a többlet olykor csak egy – nem is különösebben eredeti jelző – segítségével fejeződik ki. Az emigrációban élő Tollas Tibor 1989 januárjában elküldte a mind magányosabb és letargikusabb Márai Sándornak a Neue Zürcher Zeitung egyik számát, amely hosszú méltató írást közölt az azóta szinte világszerte befutott íróról. Megrendítő válaszában Márai így köszöni meg Tollasnak a figyelmességét: „A magamfajta hullajelölt számára érdekes idejében elolvasni a nekrológot. Nem tudom, mi készítette a tekintélyes svájci újság szerkesztőjét, hogy közzéadja ezt a gyászjelentést, nem ismerem a Hinweis íróját, de jólesett a biografikus és bibliografikus adatok lelkiismeretes mutatása” (2001: 134–135). Témánk szempontjából most csak a *tekintélyes* jelzőre utalok ebből a levélből, amely végül Márai utolsó írása lett: az író ezzel nyugtázza mindazt, ami az 1780-as alapítású zürichi napilapra az évszázadok folyamán tapadt. E jelző mintegy összefoglalja azt a tartalmat, amely leginkább a komoly, megfontolt, a tények – s nem a lehetőségek vagy szóbeszéddek – igen alaposan elemző hangvételével írható le. A jelképes erejű médiumok közül talán az első helyen kellett volna említenem a BBC-t, amely ezt a rangot alapvetően a második világháborúban vívta ki magának, abban az időszakban, amikor a náci birodalomból már kitessékelték az amerikai tudósítokat: „Maguk az európaiak pedig, akik minden másra inkább ki voltak éhezve, mint a goebbelsi propagandaminisztérium hazugságaira, a börtönt kockáztatták, ha pár szónyi igazságot nagy titokban mertek hallgatni a BBC adásaiból” (Keegan 2001: 10). Az angol rádiónak ez az időszaka ugyancsak időtlené vált szinte, történelmi ismereteink részét alkotva az igazságnak és a tényeknek, s persze a demokrácia értékrendjének elkötelezett újságírást fokozta jelképes erejűvé. S mit változtat ezen a jelképen, ha olykor esetleg elhangzottak gyengébb minőségű adások a BBC-nek a háború utáni történetében, ha – amint föltételezhető – a Neue Zürcher Zeitung hasábjain is akadhettek gyengébb minőségű írások? Befolyásolhatták persze az aktuális megítélést, de a történelemmé objektiválódott és jelképes erejű üzenetet aligha. Erre jó példa a Pesti Hírlap esete, amelyet az emlékezet ugyancsak és joggal emelt a jelképek közé, noha a lap 1849 januárjában – miután az újesztendő első napjaiban a császári seregek bevonultak a fővárosba, s Kossuthék Debrecenbe költöztek – heteken át bő terjedelemben közölt a császárnak fejet hajtó, olykor akár hajbókoló írásokat, amelyekben a különböző rendű és rangú előljárók „fiúi örömmel” várják Ferenc József magyar királlyá koronázását (Martin 2001: 89–90). Ami a már akkor nagymúltú lapnak sok volt, az kevésnek bizonyult az önkénynek és kiszolgálóinak: végül a lapot január 22-én csak betiltották. Alig három hét alatt a Pesti Hírlap múltjához méltatlan írások sora jelent meg a lapban, ám ez mára teljesen feledésbe merült:

nem a kisiklás, hanem a pálya egésze adja a zsinórmértéket a történelmi megítéléshez. A „fiui örömök” meg az örvendező híradások a frissen bevo-  
nult osztrákoknak a Budapest szépei számára rendezendő táncvigalmakról  
hosszú távon mit sem ártottak a médium jelképes erejének. S ha már itt tar-  
tunk, hadd említsem meg, hogy akadtak médiumok, amelyeknek egész pá-  
lyája kisiklás volt, ezek a lapok egy-egy diktatúra jelképévé alacsonyodtak  
le: ilyen volt a náci párt hivatalos lapja, a *Völkischer Beobachter* vagy a  
szovjet kommunista párt orgánuma, a *Pravda*. E lapok éppenséggel az ön-  
kényuralmi rendszerek jelképei, s mindkettőn eluralkodott az ideológia. Ese-  
tükben is érvényesül a kivételesség szabálya: vagyis a náci Németország  
gleichschaltolt világában a többi újság is a progandaszólamokat harsogta:  
William L. Shirer, a CBS tudósítója (Keegan 2001: 259, 261, 359) a *Völki-  
scher Beobachter* mellett ugyancsak sokszor idézte a *Der Montagot*, a *Börsen  
Zeitungot*, a *Deutsche Allgemeine Zeitungot* vagy a *12-Uhr Blattot*: Shirer  
tudósításaiból ítélve túl nagyok nem lehettek közöttük a különbségek, mégis  
a *Völkischer Beobachter* maradt – a negatív jelkép. Vagy a *Pravdat* említve:  
a peresztrojka idejében – ha a többi laphoz viszonyítva jórészt elkésetten is –  
írt ugyan az SZKP központi lapja reformbarát cikkeket, magvas elemzéseket,  
ám a ruhából, amelybe a diktatúra öltöztette, már nem tudott kibújni. Az  
emlékezet ezt az öltönyt őrzi meg, teljes joggal; a *Pravdának* a párt varrta a  
ruhát, s a lap addig viselte azt, amíg a rendszer tartott.

A diktatúra sajtójelképei azonban csak kitérők: pozitív értelemben pró-  
báltam elemezni a médiumok szellemi aurájának kisugárzását, azt a szimbo-  
likus erejű, értékek mellett elkötelezett tartalmat, amely az idők folyamán  
mintegy függetlenedik az aktuális cikkektől, esetleges mélypontoktól, válsá-  
goktól, másfajta pályáívektől. Nagy kérdés, hogy ezt miként tudjuk átadni a  
hallgatónak: ezen a ponton is érintkezik a sajtótörténet a történelmi ismeret-  
tekkal, ezen a ponton is követel(ne) nyelvi ismereteket, s ezen a ponton is  
szükség lenne az olvasás megrendült kultúrájának és presztízisének legalább  
részleges helyreállítására, ami pedig oly idegen a fölgyorsult kommunikáció  
korszakától, és amit Gerbner a *New York Timesra* hivatkozva (Gerbner  
2000: 19) új médiaörületnek nevezett. Minden fölgyorsult, a választási lehe-  
tőségek hihetetlen mértékben kibővültek – egy manhattani lakos 37 televízi-  
ós csatorna között válogathat –, de a választék és a változások korszakában  
mekkora hely jut az olvasásnak? Csak ha jut, akkor reménykedhetünk abban,  
hogy a diákokkal meg tudjuk ismertetni a médiumoknak, mint jelképeknek  
az üzenetét: egy lap vagy rádió, talán egyszer egyik-másik televízió, eseten-  
ként oly erősen kapcsolódhat egy-egy történelmi eseményhez, a lokális vi-  
lághoz és annak hagyományaihoz, hogy – ha a tudósítások és híradások nem  
is – a médium mint intézmény sok esetben mégis túlélheti, s túl is éli a perc  
múló, s gyorsan felejtető izgalmaikat.

## Hivatkozások

- Gerbner, George 2000. *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris Kiadó. 11–12.
- Keegan, John 2001. Bevezetés. In: Shirer, William L.: „*Itt Berlin*”. Budapest, Magvető. 10.
- Lukacs, John 2001. *Egy eredendő bűnös vallomásai*. Budapest, Európa Könyvkiadó.
- Martin József (szerk.) 1989. *Magyar Nemzet 50 év*. Emlékkönyv 1938–1988. Budapest, Pallas Lap- és Könyvkiadó Vállalat.
- Martin József 2000. *1848 március idusától az aradi Golgotáig*. Budapest, Hungarovox Kiadó. 89–90.
- Martin József 2001. A Népszava 60 éve. *Népszava*, december 23.
- Palackposta Márai Sándortól*. (Közzéteszi Szigeti Jenő) Miskolc, Bíbor Kiadó. 2001. 134–135.
- Pethő Tibor 1989. Hegedüs Gyula. In: Martin 1989: 94–95.
- Pethő Tibor 1989. Tombor Jenő. In: Martin 1989: 101.
- Vásárhelyi Miklós 1989. Fejezetek a Magyar Nemzet múltjából. In: Martin 1989: 40–41.



## Térképek a magyar sajtóban

*Mottó:* „... nekem a térkép a tökéletes realizmus. Minden rajta van, ami lényeges, és semmi, ami lényegtelen, esetleges. Feltétele a legteljesebb pontosság, szabatoság, félreérthetetlenek és félremagyarázhatatlannak kell lennie: a műfaj nem tűri meg a homályt, zavart, gőzös irracionizmust. A legelegánsabban szűkszavú közlés, bőven hagy a képzeletnek, erősen számít a fantáziára. Arányos, gazdaságos, kis helyre sokat sűrít, s noha szenvtelen és megvesztegethetetlenül tárgyilagos, szárazsága csupán formai, az élet lüktet tündöklő színeiben, a táj és benne az emberi mű. A legszilárdabb, kikezdhetetlen igazság, s mivel a változót, a mulandót rögzíti, nem fog rajta az idő. Azt szeretném – elérhetetlen cél – hogy amit írok, olyan legyen, mint a térkép.” (Karinthy Ferenc: A térkép dicsérete)

A sajtó fejlődése során nemcsak a sajtófotó fejlődött kiugróan az elmúlt évtizedek során, hanem más, a szöveget kísérő illusztrációk is. Ezek fejlődése persze nem oly látványos, és a sajtófotóval ellentétben az átlagembernek ezek jelenléte alig szembetűnő, a médiakutatók által pedig periferikusan vizsgált a terület. Jelen dolgozatomban a sajtó szövegét kísérő (olykor helyettesítő) illusztrációk közül a térképeket, illetve a térképszerű ábrázolásokat vizsgálom meg.

### Történeti kitekintés

A magyar sajtótérképek történeti áttekintése azt mutatja, hogy a nyomda-technika fejlődésével egyre nagyobb számban jelentek meg a térképek a sajtóban. Azt azonban kevesen gondolnák, hogy már a magyar sajtó megszületésének idején is találkozhatunk velük. Görög Demeter<sup>39</sup> újságíró és kartográfus a XVIII. század végén már újságok számára készített térképeket fő

---

<sup>39</sup> Görög Demeter: jogász, újságíró, kartográfus (1760. november 4., Hajdúdorog – 1833. Szeptember 5., Bécs) Tanítványaival sokat utazott, közben térképeket gyűjtött, helyszíni vázlatokat készített. Esterházy herceg szolgálatában valóságos térképészeti műhelyt rendezett be, rajzolókat, rézmetszőket foglalkoztatott. 1802-1811 között 60 megyei térkép készült el: a mű címe Magyar Atlas volt. Görög Demeter 1831-ben az MTA tagja lett. In: Magyar Utazók Lexikona (szerkesztette Balázs Dénes), Panoráma, Bp., 1993 p.142

segítőjével, Kerekes Sámuellel. Egyébként mindketten az 1789-ben indult bécsi Magyar Hírmondó szerkesztették és a magyar sajtótörténetben nagy valószínűséggel ők voltak az elsők, akik rézmetszők és betűmetszők segítségével az újság híreinek illusztrálása céljából metszeteket és térképeket készítettek és mellékeltek a laphoz (Kókay: é. n.: 38). Ezt a gyakorlatot folytatja Kultsár István, az 1806-ban indult Hazai Tudósítások címmel indított újság szerkesztője. (Az ő személye abból a szempontból különleges, hogy Kultsár volt az újságszerkesztők közül az első, aki tiszteletdíjat fizetett a költőknek.) Lapja jövedelmét könyvek kiadására, valamint – ami vizsgálódásunk szempontjából fontos – térképek készítésére használta fel, követve Görög Demeterék korábbi példáját (Kókay é. n. 50).

A több mint 200 évvel ezelőtt induló újságok tehát már használtak térképet. Igazán gyakorivá azonban csak a XX. század folyamán vált a cikkek térképekkel való illusztrálása. Az első szervezett rendszert, mely adatok és információk gyűjtésével és azok tematikus térképeken történő bemutatásával foglalkozott, egy emigráns magyar térképész-kartográfus hozta létre *Roszta* néven, ez 1920-tól 1922-ig működött Bécsben. A térképek, melyet az újság szerkesztőség létrehozott, elsősorban az államhatárok változásaira és ezeknek békeegyezményekre vonatkozó hatásaikra koncentráltak. Ennek az időszaknak a vizsgálata nem végezhető el azonban a nagy magyar térképész, Radó Sándor<sup>40</sup> neve nélkül. Az ő meggyőződése az volt, hogy a sajtó híreit nehéz megérteni és megjegyezni, ha az események helyszíneit nem tudjuk térben elhelyezni (Papp-Váry 1998: 229). Radó már 1927-ben, 28 éves korában megalapította a *Pressegeographie* (Sajtóföldrajz) sajtóügynökséget, majd később Svájcban a *Geopress* – avégett, hogy a legkülönfélébb lapok magyarázó térképekkel illusztrálhassák világpolitikai tárgyú írásait (D. Gy. 1999: 8). Ez a második világháború végéig működött.

A következő jelentős lépés a sajtótérképek fejlődésében Magyarországon az 1960-as évek közepén történt. Ekkor egy különleges kiadványt is alapítottak Budapesten (Kaszai-Gercsák 2000). A neve *Cartactual* volt, 1965-ben hozták létre, azzal, hogy friss térkép-információval támogassa a nemzetközi ügynökségeket. Kezdetben négy alkalommal jelent meg, főszerkesztője Radó professzor volt. A későbbiekben egy kéthavonta megjelenő periodiká-

---

<sup>40</sup> Radó Sándor (1899–1981) térképész, hírszerző, a *Dóra jelenti* című visszaemlékezés-kötet írója. Az Állami Földügyi és Térképészeti Hivatal főosztályvezetője volt, és oroszánrészre volt abban, hogy az akkori szocialista országok közül először Magyarországon jelent meg Nemzeti Atlasz, valamint hogy a világon elsőként Magyarország készített olyan egységes felépítésű, ábrázolásmódú és kivitelű regionális atlaszt, amelyik egyidejű statisztikai adatfelvételre támaszkodott. Az ő javaslata alapján és tevékeny közreműködésével készült el 1964 és 1976 között a világban a legelső részletes, 1:2500000 léptékű, méterrendszerű Föld-térkép.

vá vált és fokozatosan növekedett méretben és fejlődött megjelenésében (színek száma, megjelenési nyelvek, bibliográfiai információk kiegészítői). A Cartactual információkat gyűjtött az új térképi elemekről (autópályák, víztározók, vasutak, stb.) valamint a földrajzi változásokról (új nevek, új adminisztratív egységek, stb.) a világ minden tájáról. Ezek a térképek előfizetéses alapon kerültek a térképiadókhöz, könyvtárakhoz, egyetemi tanszékekhez, valamint érdeklődő emberekhez a világ minden táján egészen az 1990-es évek elejéig. A Cartactual utolsó éveiben (főszerkesztője Csáti Ernő volt) a Nemzetközi Kartográfiai Társulás (International Cartographic Association, ICA) támogatásával készült. A Cartactual különleges professzionális kiadvány volt a maga 25 éves megjelenése során.

A Cartactualon kívül létrehoztak egy szolgálatot is, mely cég már sokkal érdekesebb kutatásunk szempontjából, azaz a sajtó perspektívájából nézve. A céget, mely egy térképészeti ügynökség volt és a **Terra** nevet viselte, 1966-ban alapították azzal a céllal, hogy rövid határidővel földrajzi és politikai térképeket készítsen a magyarországi napi sajtó számára, ill. többszínű „insert” térképekkel lássa el a fejlődő tévéműsorokat. Suara Róbert és stábjja térképek százait készítette el évente, segítve a változó világ megértését (Kaszai–Gercsák 2000:2). Ezzel szemben, más forrás szerint 1957. február 26-án alapították meg a Terra országos térképszolgálatát, amely a legfrissebb híreket közölte térkép formájában. A kezdeményezés régióinkban egyedülálló volt (Csáti-Suara 1998: 199–200). Az első évben a *Nemzetközi Szemle* és a *Világesemények dióhéjban* c. újságok, valamint néhány napilap fekete-fehérben közölte a térképszolgálat anyagait, főként a politikai világesemények illusztrálására. Az 1957-es évben összesen 150 térképet publikált a Terra, valamennyit személyesen Radó professzor és munkatársai készítettek – túlórában. 1958-ban már az összes budapesti napilap igényelte a szolgáltatást, a 19 megyei lap pedig heti rendszerességgel fizetett elő. Ez általában féloldalmi magyarázatot és nyomdakész térképet jelentett. 1963 körül elkészültek az első export-térképek az akkori NDK havilapjainak, 1964-ben pedig színes térképsorozatok magyarországi kirándulóhelyekről szlovák nyelven egy pozsonyi hetilap számára. Egyébként az összes Terra-térkép teljes mértékben manuális módszerrel készült tisztázati rajzként. A rajzolóknak közül kiemelendő Száva Nándor neve, aki bármikor, még hétvégeken is vállalta, hogy a budapesti napilapok számára akár órák alatt is elkészítse a sürgős tisztázati rajzokat. Évente 300-350 darab térkép készült, kb. 50 hasonló tartalmú térképet osztottak szét a megyei lapoknak. 1957 és 1965 között több mint 3000 térképet készítettek. 1966-tól a Terra Szolgálat tovább fejlődött. Külön csoport szerkesztette a térképeket a televízió számára. Ez technikai, módszertani problémákat vetett fel, például ki kellett küszöbölni a képernyő ún. párnahatását. 1974-től 1978-ig – fokozódó gazdasági nehézségek köze-

pette – Gárdonyi Péter volt a Terra-csoport vezetője. A napilapoktól egyre kevesebb megrendelés érkezett, 1980-tól pedig ezeket a térképeket – csökkenő anyagi lehetőségeik miatt – a napilapok szerkesztőségei már maguk állították elő. 1988. január elsejével a heti Terra-szolgáltatást is leállították (Csáti-Suara 1998:200).

Az 1980-as évek végi, 1990-es évek eleji politikai és gazdasági változásai tehát a sajtókartográfia területén is jelentős változásokat, átalakulásokat hoztak. Finanszírozási okok miatt megszűnt a Terra és a Cartactual, az addigi állami tulajdonú sajtótermékeket privatizálták. Továbbra is jelentek meg térképek a napisajtóban, azonban a színvonal jelentős mértékben visszaesett.

Hogy mennyire, részben ez is tárgya vizsgálatomnak, de ezen kívül még számos kérdésre keresem a választ. Mennyi és milyen térkép jelenik meg a magyar sajtóban (napilapok, hetilapok, tévéműsorok, internet), melyik lap hányszor közöl havonta szöveges cikkeit kiegészítő térképet? A lapokban megjelenő ábrák, diagramok hány százaléka térkép? Kiterjedne a vizsgálat a lapokban közölt térképek minőségére és pontosságára is, valamint az itt használt speciális jelek használatára is (Pl. a koszovói bombázásokkor a repülőgép jelével ábrázolták a bombázások helyeit, ellentétben a „normál” térképekkel, ahol ez 99%-ban repülőteret jelent) használatára is. A vizsgálat során választ keresnék arra is, hogy a lapokban közölt térképek mennyire egészítik ki és mennyire segítik a szöveges részt, egyáltalán, hogy térkép nélkül meg tudnánk-e érteni az adott írást, vagy esetleg egy térkép közlése hosszú-hosszú mondatok leírásától és magyarázatától mentesítené az írást. Vizsgálom azt is, hogy milyen esetekben milyen térképeket közöl a lap, azt, hogy csak jeleket vagy csak névanyagot használ e a térkép. Vizsgálom a térképeket kommunikációs szempontokból is: egy általánosan művelt (földrajzot tanult, érettségizett) újságolvasó mennyi földrajzi nevet ismer(het) a térképen közöltekből (ez lemérhető a gimnáziumi atlasz esetleg az általános földrajzi világtalaszban szereplő névanyaggal való összehasonlítással). Vizsgálom azt is, hogy milyen témák mellé milyen gyakran kerül térkép a tömegkommunikációban, több-e a háborús konfliktusok területeit bemutató térkép? Sőt azt is, hogy mely területeket mutatja be térképen leggyakrabban a média a vizsgált időszakban (Barna 1999)?

### **A mai sajtóban megjelenő térképek vizsgálata**

Az alábbiakban egy rövid elemzést szeretnék adni a magyar sajtóban 2001. május 28-tól június 9-ig terjedő két hétben megjelent térképekről. Azért hangsúlyozom ezt a konkrét dátumot, mert mindenképpen szeretném világossá tenni, hogy az alábbiakban nem egy szisztematikus kutatás summázatát kívánom közölni, céloom pusztán az, hogy pillanatképet adjak az

aktuális sajtótérkép-helyzetről. Természetesen nem állítom, hogy egy ilyen „pillanatfelvétel” tükrözi a totális képet, hiszen egy adott pillanatban számos esetleges momentum is szerephez juthat. Mindamelllett úgy érzem, jó néhány itt elemzett motívum tendenciózusnak s mindenképpen tanulságosnak tekinthető.

A vizsgálatban négy országos napilap (Népszabadság, Magyar Nemzet, Blikk, Metro), egy megyei lap (Heves Megyei Hírlap, Eger), és két hetilap (HVG, Heti Válasz) szerepelt.

**Általános körkép:** Az első benyomás csalóka; a vizsgálat első napján csak egy napilap közölt térképet, ami azt az előfeltevést látszott igazolni, hogy a magyar sajtótermékekben nagyon ritkán jelenik meg ilyen jellegű ábrázolás. Később ez persze módosult, a vizsgált lapokban két hét alatt összesen 26 térkép látott napvilágot. Ebbe nem vettem bele a minden nap megjelenő, az időjárás-jelentést illusztráló ábrákat, bár egy rövid elemzést előljáróban az is megér.

**Időjárás térképek:** Az öt napilap közül időjárás térkép kivétel nélkül mind az ötben minden nap megjelenik.

A *Népszabadság* időjárás-jelentése tartalmaz egy Európa- és egy Magyarország-térképet. Az Európa-térkép bejelöli az országhatárokat, de névrajzot<sup>41</sup> nem tartalmaz, csak az időjárás frontok vonalát, illetve a napsütéses és felhős helyeket. Az alatta elhelyezkedő Magyarország térképen ezzel szemben már hat helyen a várható hőmérsékletet mutató számokat is feltüntették, más névrajz ezen sem szerepel. Be van jelölve viszont a Rába, a Duna, a Tisza, a Körösök, a Maros folyó és a Balaton.

A *Népszabadság* kettőjével szemben a *Magyar Nemzet* már csak egy időjárás térképet közöl: a Kárpát-medencéjét. Ezen a térképen már névrajz is szerepel. A következő városok láthatók a térképen: Budapest, Pozsony, Zágráb, Pécs, Újvidék, Belgrád, Debrecen, Kolozsvár, Brassó és Temesvár. A térkép nem önálló alkotás, egy iskolai atlasz Közép-Európát ábrázoló részét kifotózták és átdolgozták. Így fordulhatott elő a sok és csonka névrajz (zárójelben a lemaradt részek), melyre néhány példa: (Salz)burg, (Trie)sz, Ha(vasal)föld, Felvid(ék), Kisa(lföld), stb. A térkép kilenc helyen jelöli a borulás mértékét (napocska jel előtt kisebb vagy nagyobb felhő) és hat helyen a hőmérsékleti adatokat.

A *Blikk* bulvárlaphoz méltóan mindössze 2x4 centiméteres Magyarország-„térképet” közöl, vastag kék Duna- és Tisza-vonallal, három nap-felhő jellel és három hőmérsékleti adattal. Igaz, a kiadásnak megfelelően Kelet-

---

<sup>41</sup> Névrajzot a térképen szereplő összes írás (név, szám és magyarázó szöveg) együttesen alkotja.(vö. Unger 1992:111)

Magyarországot még egyszer kinagyítja, s ezen már közli Budapest, Miskolc, Nyíregyháza, Szeged és Kecskemét városok helyét is, igen pontatlanul.

A *Metro* szintén hoz Európa-térképet, sokkal kisebbet, mint a Népszabadság, országhatárok sincsenek rajta, helyette azonban légnyomásadatokat, illetve a ciklonok (Alacsony, Magas) milyenségét is jelzi. A Magyarországot mutató időjárási térképén pedig Győr, Miskolc, Békéscsaba, Budapest és Pécs városok szerepelnek. Egyébként összességében jellemző ez a következtetlenség a magyar sajtótérképekre: ha Miskolc és Pécs szerepel, Debrecen és Szeged miért nem, illetve ha Békéscsaba igen, akkor a többi megyei jogú város (pl. Szolnok, Kecskemét, Eger vagy Salgótarján) miért nem?

A *Heves Megyei Hírlap* természetesen Heves megye körvonalát adja időjárási térképének keretétül, benne a hat város (Hatvan, Heves, Füzesabony, Gyöngyös, Pétervására és Eger) nagyon pontatlan helyével.

Végezetül egy adalék: Edmond Halley (1656–1742) angol matematikus és csillagász 1686-ban a passzátszelekről a *Philosophical Transactions*-ban, a londoni Royal Society folyóiratában megjelentetett cikke mellékleteként közölte a világ első, nyomtatott meteorológiai térképét (Klinghammer-Török 1995:150).

**1. térkép:** A vizsgált időszak első térképe a Népszabadság (2001. május 28.) második oldalának Külpolitika rovatában látott napvilágot, s a Két polgép Jeruzsálemben című írást egészíti ki. A kisebb, áttekintő térkép Izrael és Ciszjordánia, illetve Tel-Aviv és Jeruzsálem elhelyezkedését mutatja. A nagyobb (9x5 centiméteres) térkép pedig Jeruzsálem úthálózatát a két robbantás helyszínével. Ezenkívül csak az 1949 áprilisa és 1967 júniusa közötti tűzszüneti vonalt illetve az Óvárost tünteti fel, semmi más zavaró információt. A a Reuters hírügynökség készítette térkép tartalmaz méretarányt.

**2. térkép:** Május 29-én a Magyar Nemzet térképszerű ábrázolást közöl Budapest közlekedési övezeteinek szabályozásáról, a Fővárosi Közgyűlés üléséről szóló cikkének illusztrálásaként. A térkép Budapest közigazgatási körvonalán kívül csak a különböző közlekedési övezetek elhelyezkedését mutatja, mindenféle névrajz nélkül.

**3.** Ugyanezen a napon a Népszabadság az angliai ázsiaiak-fehérek összecsapásokról szóló cikke mellé helyezett el térképeket: egy kisebb térkép Manchester városának elhelyezkedését mutatja Nagy-Britannián belül, a Manchester térképen pedig csak az összecsapások helyszínét mutatja egy láng-jellel. A térképet a Reuters készítette.

**4.** Május 30-án a Népszabadság még a Külpolitika rovatokban is ritkán szereplő országról, a Közép-afrikai Köztársaság fővárosáról, Banguiról írt. Először egy minitérképen mutatja az ország elhelyezkedését Afrikán belül, a második minitérképen a főváros elhelyezkedését az országon belül. A főtérkép Bangui utcahálózatát ábrázolja, ezen belül csak a repülőtér (szokványos

repülőtér-jellel), a Kongó folyó, az elnöki palota és az elnöki rezidencia van feltüntetve. A térkép nagyban segíti a cikk megértését, hiszen sokkal jobban el tudjuk helyezni az eseményeket. („A lázadó katonák ellenőrzik a főváros déli részét, míg a kormányhű erők az északit”). A térképet a Reuters készítette.

5. A Népszabadság ezen száma tartalmaz egy másik térképet is. A rep-terfejlesztési tervekről szóló nagyobb íráshoz egy Magyarország-térképet mellékelnek. A megyehatárokat is mutató alaptérképre csak az összeállításban szereplő repülőterek (Szombathely, Pécs-Pogány, Szentkirályszabadja, Börgönd, Debrecen) kerültek fel. A Népszabadság-grafikaként jelzett térképre díszítésül egy repülőgép rajzát közli.

6. Május 30-án még egy érdekes, s talán egyre gyakoribb térképvázlatra bukkanhatott az újságolvasó: a Metro című lap egész kolumnás hirdetésének részeként Debrecen egy utcaterkép-részlete látható (minden út neve feltüntetve!). A térkép a Plus Élelmiszer Diszkont helyét mutatja.

7. A május 31-i napon egyetlen vizsgált lapban sem jelent meg térkép, június 1-jén, pénteken viszont három is: mindhárom a Népszabadságban. A napilap címlapján az eddigi legjobb és legrészletesebben kidolgozott térképpel indít, mely a magyar turisták számára vízummal látogatható európai országokat ábrázolja. Népszabadság-grafika.

8. Az újság második oldalán is egy térkép segíti a világ dolgaiban eligazodni akaró újságolvasót: az Indonéziához tartozó Jáva szigetén két városban (Pasuran, Situbondo) a rendőrök tüzet nyitottak a tüntetőkre. E két várost (illetve a fővároshoz, Jakartához való viszonyukat mutatja a Reuters méretarányal is rendelkező térképe. Összevetés: a két város megtalálható a Földrajzi Világatlasz lapjain is.

9. A Világtükör rovatban egy ma már történelmi atlaszokba illő térképet közöl a lap az Afganisztán a vászonfal mögött című cikkhez: ez a francia Le Monde-ből átvett térkép Afganisztánt és azon belül a tálib ellenőrzés alatt álló területeket tünteti fel, illetve négy afgán várost: Kandahárt, Kabult, Kunduzt és Mazári Sharifet. A térkép nem feltétlenül segíti a cikk olvasását, következetlenül nem tünteti fel pl. Herat városát és a cikkben is szereplő (a Buddha-szobrok lerombolásáról elhíresült) Bamijan városát.

10. Június 2-án három napilap is közöl egy-egy térképet. A Blikk ötödik oldalán egy autópályáról készült fotó közepébe helyeztek el egy, az M7-es autópályáról és annak eltereléseiről, csomópontjairól készült térképet, mely sok-sok szöveg megírásától mentesítette a lapot. Gyorsan áttekinthető, s ami a legfontosabb: megdölni látszik az az előfeltevés, miszerint csak az elemző hetilapok közölnek térképeket, az ún. bulvárlapok, mint a Blikk pedig nem.

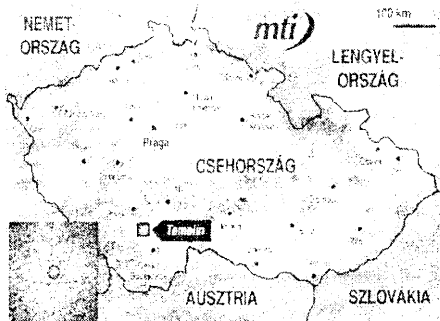
11. Ugyanezen a napon a Magyar Nemzet nyolcadik oldalán egy igen részletes Csehország-térképet közöl a temelíni atomerőmű-baleset kapcsán. Az MTI-től átvett, méretarányal is rendelkező térkép Temelínen kívül (talán főlegesen) 22 cseh város helyét is bejelöli, valamint folyókat is, s ami a legérdekesebb, erősszürke árnyékolással a hegyek körvonalait berajzolja. Valószínűsíthető, hogy az újságokban megjelenőkhöz képest jó színvonalú térkép eredetileg nem erre a célra készült!

## Atomerőmű-baleset Temelínben

Változásokra várnak a cseh közszolgálati televízióban ...

© Csokonai Kiadó Kiadó

Ez a térkép a baleset után a Temelíni Atomerőművel kapcsolatban a cseh közszolgálati televízióban közölt hírek alapján készült. A térkép a baleset helyét és az erőművet jelöli, valamint a környező városokat és a folyókat is. A hegyek körvonalait erősszürke árnyékolással berajzolja.



A térkép a baleset után a Temelíni Atomerőművel kapcsolatban a cseh közszolgálati televízióban közölt hírek alapján készült.

12. Június 2-án a Népszabadság a Fülöp-szigeteket ábrázoló Reuters-térképpel segíti olvasóit, hogy a túszedráma helyszíneit (Palawan-sziget és Basilan-sziget) azonosítani tudják. A méretarányos térkép feltünteti még ezenkívül a fővárost, Manilát, illetve Luzon és Mindanao szigeteket, valamint a Sulu- és a Celebesz-tengert.

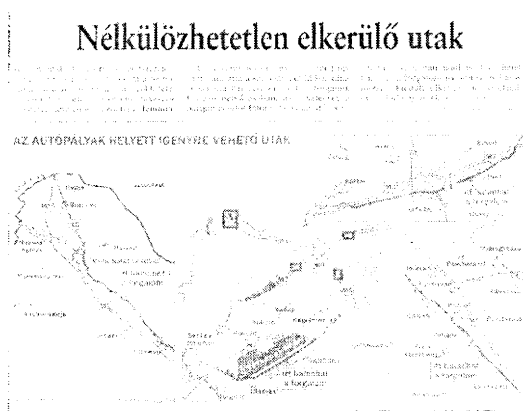
13. Az első vizsgált héten a hetilapok is közöltek térképet: a HVG három Magyarország-térképet hoz, mely a kistérségek fejlettségét mutatja 1999-ben. Ez a statisztikai térkép a kék öt színárnyalatával osztályozza a kistérségeket (névrajz nélkül, feltételezve, hogy egy átlag HVG-olvasó, ha ilyen térképet lát, be tudja azonosítani a keresett kistérséget).

14. A Heti Válasz című lap két térképet közöl: az egyiket a Vajdaságról szóló elemző cikke mellett hoz: igazából csak díszíti a cikket, mert a szöveghez annyira nem kapcsolódik. Az MTI-től átvett térképen nincsenek városnevek, a folyók nevei sincsenek feltüntetve, csak vonaluk. A térkép összességében a Bánát, a Szerémség és Bácska egymáshoz való viszonyát mutatja az olvasónak.



15. A másik Heti Válasz-os térkép a rendszerváltás óta átcsatolt és átcsatolást kezdeményező községeket mutatja be egy Magyarország megyéit tartalmazó alaptérképen.

16. Június 4-én, pünkösdhétfőn nem jelentek meg lapok, 5-én, kedden pedig nem jelentek meg térképek a lapokban. Június hatodikán azonban a Népszabadság rekordot döntött: egy lapszámában négy (!) cikküket is térképekkel illusztrálták. A címlapon egy főtérkép Magyarország autópályáit mutatta, 4 részlettérkép pedig az autópályák egy-egy szakaszát: Mosonmagyaróvár, Székesfehérvár, Hatvan és Dabas környékének útviszonyait, és a környékbeli falvakat is.



17. A lap második oldalán a Corriere della Serától átvett Izrael-térképpel próbál eligazítást nyújtani a Gázai övezet, Ciszjordánia és a Golán-fennsík egymáshoz való térbeli viszonyára kíváncsi újságolvasóknak.

18. Az újság a közel-keleti térkép után a harmadik oldalon újra hazai térképet hoz: a magyar és szlovák kormánybizottság tárgyalásait egy Bős és környéke (Szigetköz, Csallóköz) térképpel illusztrálták.

19. A Világtükörben a Végzetes véradás Kínában című írást illusztrálták térképpel, illetve térképszerű grafikonnal: a Le Monde-ből átvett világtérkép-grafikonba az AIDS-es betegek számát írták bele kontinensenként.

20. Érdekes és jó ötlet a Blikk június 6-i számában megjelent térkép: ez Budapest belvárosát ábrázolja (mindenféle copyright-megjelölés nélkül egy Budapest-térképről készült!). Négy útvonal van berajzolva rá a Ferenciek teréről a Budai várba. Azt a cikket illusztrálja, melyet a lap munkatársai magukat turistának álcázva útbaigazítást kértek helybeliektől, és a javasolt utakat találjuk rajta. Azon térképek közé tartozik, amelyik leginkább összhangban van a szöveggel, és természetesen funkciója is van, nem pusztán díszítőelem.

21. Június 7-én a Népszabadság egy nagyobb angliai riportjának helyszínét (Daventryt) mutatja be egy minitérképen.

22. A következő nap szintén a Népszabadság közöl két térképet: az egyik egy Magyarország térkép, amely a megyehatárokat és a megye nevét is tartalmazza, ezenkívül pedig kétféle települést: körrel jelöli a várossá nyilvánított településeket, háromszöggel pedig az elutasítottakat.

23. A hetedik oldalon egy Ciprusról szóló elemzéshez mellékeltek egy Ciprus-térképet, melyen mindössze a főváros Nicosia, az országot kettéválasztó zöld vonal és a brit támaszpontok szerepelnek.

24. Westel-ZöldZóna, Heves Megyei Hírlap

25. Június 9-én, szombaton a Blikk a külföldi munkavállalókról szóló cikkét egy Magyarország-térképpel tette igényesebbé, melyen bemutatta a külföldi munkavállalók területi megoszlását (tényleges térképfunckció) és az országban munkavállalási engedéllyel tartózkodók számát és állampolgárságát (grafikonfunckció).

26. Az utolsó vizsgált napon A magyarországi kínai kolónia zsákutcája című cikkét egy irreálisan nagyméretű (15x14 cm-es), ezzel párhuzamosan információszegény Kína-térképpel illusztrálta a Népszabadság. A térkép Csöcsiang és Fucsien tartományt, a magyarországi kínai kolónia kivándorlásának két fő gócpontját mutatta be.

27. A második héten a HVG két igen jó minőségű térképet közöl: az egyik a Szántód–Zamárdi-határvitát illusztrálja. Kisméretű, de precíz és pontos térkép.

28. A másikat az oroszországi árvizeket elemző írásuk mellé tették: ez is színes és jó minőségű. Ami leginkább értékes azonban benne: az ötlet. A sok-sok folyó miatt e híradókat figyelve még a földrajzban járatos ember sem tudta követni az események helyszíneit, de egy átlagértelmiségnek is a „valahol Oroszországban” jutott csak az eszébe.

**Összefoglaló:** A két, hirdetésben megjelenő térképet nem számítva tehát 26 térkép jelent meg két hét (11 nap) alatt a véletlenszerűen kiválasztott napi- és hetilapokban. A legtöbb, összesen 15 térkép a Népszabadságban látott napvilágot, elmondható tehát hogy ez a lap átlagosan naponta (!) közöl legalább egy térképet. Érdekesen alakult a második hely: egy konzervatív napilap (a Magyar Nemzet) és egy bulvárlap (a Blikk) holtversenyben három-három térképet hozott a vizsgált időszakban. Az ingyenes terjesztésű Metro és a megyei napilap, a Heves Megyei Hírlap egyáltalán nem közölt ilyen jellegű ábrázolást.

A közölt térképek kontinensenkénti megoszlása az ábrázolt terület szerint: Európa 66%, Ázsia 31%, Afrika 3%.

A közölt térképek megoszlása az ábrázolt terület nagysága szerint a következő: a térképek közel egynegyedét (23%) a várostérképek (2 Budapest,

Jeruzsálem, Manchester, Bangui, Szántód) teszik ki. A már nagyobb területet, tájegységet vagy régiót bemutató térképek 19%-ban voltak jelen a vizsgált időszakban (Bős környéke, Vajdaság, Oroszország-részlet, M7-es környéke, autópályák körzete). Az újságok által közzétett térképek fele országtérkép, két hét alatt 13 jelent meg a vizsgált lapokban (ezek közül 5 Magyarország, a többi: Indonézia, Afganisztán, Csehország, Fülöp-szigetek, Izrael, Nagy-Britannia, Ciprus, Kína). A 26-ból mindössze 1 volt Európa-térkép és egy világtérképet közöltek a lapok, ez ésszerű, hiszen az ilyen térképeket inkább nagyobb régiók különböző folyamatait, világjelenségeket elemző nagyobb cikkek mellé érdemes illeszteni, míg egy országtérkép bármely aktuális külpolitikai hírhez, tudósításhoz társítható.

A 26 térképből 20 fekete-fehér, és mindössze 6 színes kivitelezésű. A színes térképekből egy napilapban (Blikk) jelent meg, a többi pedig a hetilapokban. Azt kell azonban mondani, hogy a színes térképek nem használják ki a színek adta lehetőséget, a színeknek nincs funkciójuk, talán csak egy térképnél (HVG, Magyarország). Ez utóbbi egyébként legszebb példája annak, hogy a magyar sajtóban nemcsak általános térképeknek van helyük, hanem ún. tematikus térképeknek is. A tematikus (szak-) térképek egyrészt bizonyos tárgyak jellegzetes tulajdonságait, szerkezetét, funkcióit mutatják be, másrészt a legkülönbözőbb tudományágak adatai alapján a Föld felszínén közvetlenül nem észlelhető tárgyak, jelenségek elterjedését ábrázolják<sup>42</sup>. Az említett HVG-térkép a magyarországi kistérségek fejlettségét ábrázolja 1999-ben, ez tehát a tematikus térképek osztályozása szerint statikus (vagy más néven állapot-)térkép, mert egy adott időpontra vonatkozó állapotfelvétel eredménye.

Jelen dolgozatom a magyar sajtó térképeit volt hivatott röviden, egy pillanatfelvétel erejéig elemezni. Nem célom az újságokban megjelentek minősítése, de el kell mondani: egyfelől öröndetes szám 26 térkép két hét alatt néhány napilapban. A gond a térképek minőségével van: pontatlanok, hevenyészettek, és például a fotóval ellentétben mostohagyerekként kezelik őket: ha a sajtófotókat ilyen minőségben jelentetnék meg a lapok, mint ahogy azt sokszor a térképekkel teszik, nem lenne fotós, aki nevét adná a képhez. Másrészt a lapok egyébként minden bizonnyal művészileg magasan képzett, ám gyengébb térképészeti, földrajzi műveltséggel rendelkező grafikusai végzik sokszor ezt a munkát. Sok a probléma azzal is, hogy az innen-onnan átvett térképek sokszor nem a cikkhez készültek (lásd pl. Csehország térkép), és akadnak hibák a földrajzi nevek egyeztetésében is. A szövegben magyar helyesírás szerint szereplő nevek a térképen angol, német helyesírással nemegyszer felismerhetetlenségig torzulnak, nem beszélve a keleti nyelvek

---

<sup>42</sup> Unger J.: A tematikus térképészet. In: Bevezetés a térképészetbe, 1992 p. 116

átírásának problematikájáról. Összegezve: tehát egyrészt örülni kell, hogy a magyar lapok egyáltalán közölnek térképeket, másrészt a sajtótérképnek mint műfajnak van mit fejlődnie.

### Hivatkozások

- Barna Béla 1999. *Kommunikáció a térképpel*. Témafelvető esszé (Kézirat)
- Csáti Ernő – Suara Róbert 1998. A Terra térképszolgálat. In: *Földrajzi Közlemények* CXXII. (XLVI.) kötet, 3-4. szám.
- D. Gy. 1999. Radó: egy nagy magyar térképész. *Népszabadság* (Magyar Tükör), november 5.
- Karinthy Ferenc 1981. A térkép dicsérete. In: *Túl az Óperencián*. Bp. 247–248.
- Kaszai Pál és Gercsák Gábor 2000. *Sajtótérképek Magyarországon* (Nemzeti Jelentés, html változat: Zentai László) A jelentés interneten való elérhetősége (2000. 04. 05-i állapot): <http://lazarus.elte.hu/hun/hunkarta/sajto/jelentes.htm>.
- Klinghammer István – Török Zsolt 1995. A tematikus kartográfia fejlődése. In: *Kartográfiai történet*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Eötvös Kiadó, Bp.
- Kókay György é. n. A magyar sajtó története a kezdetektől 1849-ig. In: *A magyar sajtó története*.
- Papp-Váry Árpád 1998. Radó Sándor. *Földrajzi Közlemények* 3-4. szám.
- Unger János 1999: *Bevezetés a térképészetbe*. JATE Press.

## Szólhatunk-e a szeretet nyelvén...?

„Erdélyből jöttünk a barátaimmal. Mikor meghallottuk, hogy mi történt, el sem akartuk hinni, hogy elveszítettük őt. Sokan az állomáson éjszakáztak közülünk, nem volt pénzünk szállodában aludni. Minden vágyam az volt, hogy lefotózhassam a koporsót vivő fekete hintót. Ez a kép örök emlék marad.” A Blikk 2001. január 21-i számában olvastam egy körkérdés válaszai között a vallomásnak is beillő feleletet. Nem tartozom a bulvárlap olvasói táborába. „hivatalból” azonban olykor elkerülhetetlen, hogy beleolvassak. Egy különösnek nem mondható, ám mondanivalóm alátámasztására igen-csak alkalmas jelenség bemutatására azonban ki is jegyeztem néhány sort, íme:

„Itt lakom az utcában, így napjában többször is elmentem, és beálltam a sorba. Külön csokrot csináltattam azokból a virágokból, amelyeket szeretett. Nagyon hiányzik, de tudom, hogy ha felteszem valamelyik albumát, újra itt van velem. A Nézz le rám, Istenem! a világ legcsodálatosabb dala.” (Mónos Lászlóné)

„Nem tudok róla beszélni... Mindig elsírom magam, ha eszembe jut. Először nem is mertem bemenni a templomba, féltem, hogy rosszul leszek a megrendüléstől...” (Lobényi Lászlóné)

„Nyolcvannégy éves vagyok már, és nagyon fájnak a lábaim, de el akartam jönni...(elsírja magát). Nagyon szerettem ot, a kedvencem a Sírj a vállamon c. dala volt. Nem értem, hogy tehetett ilyet, hogy itt hagyott minket ?!” (Bérczy Mihályné)

„...a feleségem nem is kért mást a születésnapjára, csak azt, hogy jöjjünk Pestre a szertartásra. Munkanélküliek vagyunk mind a ketten, így nem kis anyagi áldozat volt felutazni ide Miskolcra. De úgy éreztük, meg kell tennünk, ezzel tartozunk neki!” (Horváth Géza)

Talán kitalálták már az elhangzottakból, hogy a gyász szavait Zámbo Imre temetésén jegyezte fel az újságíró. Pontosabban: Zámbo Jimmy temetésén, hiszen rajongói számára ő JIMMY volt. Jimmy és ugyanakkor a KIRÁLY.

2001. január 19-én szombaton a bulvárlapokban térképek és forgatókönyvek tájékoztatták az érdeklődőket a végső búcsú részleteiről. A popsztárt már pénteken felravatalozták a csepeli görög katolikus templomban. A kereskedelmi televíziók élő közvetítésben kísérték nyomon a temetési szer-

tartást. A koporsó körül a rendre kopaszra nyírt testőrök tucatjai felügyeltek, és Csepel kertvárosának utcáin, végig a négy kilométeres úton nagy létszámú rendőrség vigyázott a mintegy hétezres tömeg biztonságára. Bár a – nem csekély üzleti érzékkel megáldott – szervezők hatvan-hetvenezres tömegre számítottak. A kereskedők nemkülönben... A mozgóárusok a rántott húsos szendvicset 180, a szalámisat 100 Ft-ért adták. Egy dobozos kóláért 150, a Sport csokiért 100 Ft-ot kértek. A fehér és sárga rózsa szálja 400 Ft, a vöröse (ezt Jimmy nem kedvelte különösebben) csak 100 Ft volt.

A hajnali hidegben ezrek álltak sorfalat a templomtól a temetőig: meghalt a király.

A Magyarország egyik legnépszerűbb énekesének tartott Zámbó Jimmy több arany-, platina- és gyémántlemez tulajdonosa, január 2-án lett fegyverbaleset áldozata, és a sajnálatos tragédia az amúgy is ismert zenészt egyből az érdeklődés középpontjába emelte. A tragikus halál ténye elfedte a kételyt: véletlen baleset történt vagy öngyilkos lett a sztár – aki egyébként vallásosnak mondta magát?

A sajtóban csak elvétve került szóba, vajon hívő művészek gyakorta tartanak-e önvédelmi fegyvert? Amiként azt sem igen firtatták, mennyit ivott az újév második napján is mulatozó, örök-virtuskodó, amúgy aranyszívű Jimmy? Özvegyéről csak halkán suttozták, hogy a Király nemegyszer megverte, ámde azért nagyon szerette őt. S ha néha elhagyta is, az csak átmeneti, szenvedélyes, s ezért egy családapa számára is megbocsátható szerelem volt.

Társadalomkutatók szerint Jimmy rajongóinak többsége a rendszerváltás vesztesei közül került ki, akik közül megvalósult álmokként emelkedett fel a művészneven Jimmynek becézett énekes, egyfajta elégtételként, a lehetőség zálogaként, amely lehetőséget jól szimbolizálta Zámbó sok millióba kerülő Harley Davidson motorkerékpárja. A vallásosnak tartott énekes életvitelét éppen úgy kritika nélkül fogadta el rajongóinak tábora, mint dalait. Értékrendi, erkölcsi fenntartások aligha foglalkoztatják annak a kisembernek, annak a rétegnek a lelkivilágát, amely oly szívesen nézi a nem létező álmvilágot idéző szappanoperákat a televízióban. S akik közül legtöbben a maguk módján vallásosnak mondják magukat...

A magyar slágerpiac „nagyiparosának” halála hetekig a média érdeklődésének középpontjában állt. Napi- és hetilapok tucatjainak címlapjáról nézett ránk melankolikus pillantásával. A Csepeli Plazában kiállításon tisztelegtek emléke előtt. Jimmy bekerült a közszolgálati médiumok műsoraiba, sőt előkelő hírblokkjaiba is, közéleti eseménnyé avatva tragikus halálát. A televíziókban egymást követték az emlékműsorok és emlékkoncertek, intenzív programváltoztatások árán is megragadva az ügy extremitásában rejülő lehetőségeket. Az egyik kereskedelmi tévé – remek ritmusérzékkel – azonnal saját halottjának tekintette őt. Az egyik bulvárlapban a kényes ízlésű közönség azt

olvashatta, hogy – bár kizárólagos joguk volt a templomi gyászmise és a temetői események közvetítésére – kegyeleti okokból (a család kérésére) a *közvetlen földbehelyezést* nem filmezték, noha a kamerák ott voltak a közelben... Nos, ez komoly önmérsékletéről tanúskodik, csakugyan. Ezek szerint – ha a család nem kéri – a kriptába is beengedik a kamerát. Elgondolom, hogy egyik-másik műsorvezető még a koporsóba is befeküdne Jimmy mellé! (bocsánat!) magával cipelve a tévénezőt: az ízlésében kiszolgált, s ez által, sajnos, emberségében naponta megsértett tömeget. A fogyasztót, akinek kiszolgálása csak eszköz a kereskedelmi média tulajdonosai számára fő céljuk eléréséhez: hogy tehetőس vásárlóközönséget szállítsanak a hirdetőknak.

A magyar slágerpiac nagyiparosának halála kapcsán szinte a szemünk előtt zajlott a társadalmi-lélektani folyamat: egy legenda születése! Emlékezhetünk az Elvis Presley 1977-es halálát követő időkre is: miként vált kultusszá az addigi imádat, hogyan adható el a piacon a mítosz, a legendárium.

A tragikus véget ért utószilveszterezés után lezajlott a „királyi temetés”. A születő mítosz előjátékának tekinthetjük a hanglemezboltok és könyvüzletek megnövekedett forgalmában is megmutatkozó „ereklyegyűjtő” buzgalmat. A rajongók mélyebb jelentést adtak a még a sztár életében közölt s első közléskor játékosnak szánt – ám a tragédia nyomán egészen más megvilágítást nyert – fényképnek, amelyen a fegyverbolond Jimmy egy pisztolyt szegez a homlokának.

Tudjuk, hogy a megszállott rajongás majdnem mindenütt ugyanarra a srófra jár. „Nem más ez, mint a kora középkorban gyökerező szent- és ereklyekultusz modern tömegkulturális változata” – állítja erről a jelenségről Abraham Moles „A giccs, avagy a boldogság művészete” c. könyv szerzője a popkultúrát és a hagyományos kultuszokat összehasonlító tanulmányában. Feltehetően ezt aknázzák ki – legalábbis a pótszerekkel is megelégedő többség számára – a valódi ereklyék helyett megvásárolható csecsebecsékekkel, szobrocskákkal, kitűzőkkel, hangszer- és ruhautánzatokkal piacra lépő „valláscsinálók”. Több szociológus szerint egyébként a különböző pop-, rockmúzeumok vagy a rock’n roll halhatatlanjainak csarnoka néven jegyzett intézmények ugyancsak az imént idézett szakralitás utáni vágyat elégítik ki.

***Mert hatalmas azoknak az embereknek a tábora, akik semmiféle kapcsolatot nem tartanak az egyházzal, mégis, öntudatlanul is, lelki táplálékot keresnek.***

Akkor is, ha tudjuk, hogy ugyanazok az emberek zokogtak személyes veszteséget érezve vigasztalanul Diana hercegnő temetésén, akik még életében a bulvárlapok hűséges olvasóiként falták a hercegnő és a királyi család életéről szóló pletykákat, álhíreket, hálószoatitkokat. Megnyerhetők, megszólíthatók vajon? Ők, a tömegkultúra fogyasztói, a globalizálódó világ kis-

emberei, akik a tömegtájékoztató és a reklámok befolyása alatt élve keresik a szépet, a kapaszkodót. Akik a média hatására alakítják viselkedésüket, normáikat, akik a televíziók diktálta sémák szerint döntenek el: mi a jó, ki a szép, ki a sikeres, miért érdemes küzdeni, mitől és kitől kell félni, és egyáltalán, mi értelme van az életünknek itt a földön? A televízió mint a szellemi befolyásolás nagyhatalma uralja az emberek mindennapjait. Sztárokat avat, politikusokat emel föl és ejt el – legtöbbször a tömegek előtt rejtett érdekek szerint.

A televízió háborúkat közvetít és magas nézettségű show-t alakít a halál-osztásból, divatrevüt az emberi drámákból. De nemcsak a tévé általában. Ismeretes, hogy „a média világában jelentős mértékű tökekoncentráció zajlott le az elmúlt években. A főbb tévécsatornákat, rádiókat, lapokat néhány nagy tőkés csoport birtokolja, és nem csak a közvetítő eszközök, hanem a tartalomszolgáltatás (például a filmgyártás) is ugyanazon csoportok kezében van. „Némi túlzással azt mondhatjuk tehát: ezek a cégek olyan mesterséges valóságot teremtenek fogyasztóik köré, amelyet akarnak, amilyen üzleti érdekeiknek megfelel” (Bethlenfalvy Gábor: *Értékelvű újságírás*. 2001).

A médiaóriások terjeszkedésének ideológiája a nyitott világ, amelyben az eszmék és a kulturális tapasztalatok versenye folyik. Vajon milyen eséllyel jelenhetnek meg az Evangélium tanításai ebben a közegben?

Egy serdülő Magyarországon ma átlagosan 4-5 órát tévézik vagy internetezik. „Az ún. vezetőkes drog újfajta függési szenvedéllyé, sőt betegséggé nőtte ki magát, nélküle a dependens, függő fiatal nyugtalanává válik, és impulzuskontroll-zavarok, indulatkezelési tünetek alakulhatnak ki nála (Bagdy Emőke: *Fogyasztói mentalitás és média*. Confessio 2001. 2. sz.)

Benjamin Spock, a jeles amerikai gyermekgyógyász már a hatvanas években azt állította, hogy egy átlagifjú az USA-ban 18 éves koráig minimálisan 18 ezer brutális tévéműsort vagy agressziótartalmú videós sztorit lát. A gyilkosság már nem is kelt figyelmet önmagában, csak ha deviáns szexualitással vagy szadisztikus brutalitással túlingerlő halállátvány. Ma már hazánkban is érvényes az a megállapítás, hogy a brutalitások szemtanúja maga is brutalizálódik. Jól ismerjük a magyar nyelvű tévécsatornákon játszott filmek választékát. Túlnyomó többségük amerikai film, és az amerikai filmek 80%-ának az agresszió áll a középpontjában.

Nemrégiben olvastam egy rövid összeállítást gondokkal küzdő serdülők megoldási kísérleteiről. A fiatalok háromnegyede vallott arról, hogy komolyabb nehézségekkel kellett megküzdenie. Leginkább iskolai, családi és szerelmi konfliktusok kezelésében maradtak egyedül. Többségük a barátoktól, haveroktól, barátnőktől kapott valamiféle tanácsot, kisebb részük a szülők, rokonoktól, elenyésző hányaduk a tanáraiktól, s egészen kis töredékük valamilyen civil közösséget jelöl meg a segítség forrásaként. De senki nem emlí-



tett papot, lelki gondozót, egyházi személyt, mint olyasvalakit, akihez bizalommal fordulhat a bajbajutott fiatal!

A Medián Kutatóintézet 2000 szeptemberében végzett felmérése szerint az intézmények iránti bizalom százfokú skáláján az egyházak 42%-t kapnak az állampolgártól. Csak a kormány, a pártok és a szakszervezetek állnak például a kétezer éves katolikus egyház mögött. Megelőzik viszont az egyházakat a köztársasági elnök, az Alkotmánybíróság, a helyi önkormányzatok, a bíróságok, a rendőrség, a Parlament és a hadsereg. A felmérések szerint tehát 11-ből a 8. helyen szerénykedhetnek az egyházak, és ez sokféle következtetésre adhat alkalmat. Témánk szempontjából azonban most mégis csak egyet emelünk ki, akárcsak az imént idézett példák nyomán elindulva is: rendkívül nehéz azok dolga, akik az egyházi sajtó munkatársaként próbálják hirdetni az Evangéliumot. Rendkívül nehéz azok dolga, akik a Mesterről akarnak tanúskodni, akik olyan nyelven akarnak szólni Róla, amit mindenki megért. Tanult és tanulatlan. Nő és férfi. Fiatal és öreg. Talán nem is mindig szavakkal, hanem a **Szeretet nyelvén**. S ez a legnehezebb. Elmondani vagy inkább megmutatni az embereknek, hogy az Egyház olyan közösség, amelyben mindenkinek küldetése van.

Csakhogyan eszményt adni a fiataloknak: ehhez kevés a jó szándék. Kevés a küldetéstudat. Hitet tenni a hűség mellett – óriási feladat. Megpróbálni a család Istentől rendelt méltóságát visszaadni a politikai jelszavak és játszmák útvesztőjében: embert próbáló, hosszú és kitartó munkát kíván. No, és az újságíró hivatás elmélyült ismeretét. Tehetséget, fortélyt, munkabírást, humort, találékonyt. És ihletet, a lelkünk legmélyéről irányítottat.

Az avatott és sikeres munkálkodáshoz nemcsak orgánumok és lelkes, felkészült munkatársak kellene, hanem pénz is, egyre több. És kellene olyan értékes és egészséges vallási közösségek is – főiskoláinkon, egyetemünkön már elindult a képzésük –, amelyekben felnevelődhetnek az egyházi médiumok leendő munkatársai. Közösségek, amelyek élő bizonyítékát adják mindannak, amit a tanúságtevők elmondani akarnak. Az embert emberségében megtartó közösségek nélkülözhetetlenek az új evangelizációs folyamatban. Nélkülük nem bizonyítható, hogy „csakis a keresztyény közösségben formálódik meg a közös felelősségen alapuló küldetés egyéni vállalása, az egymást erősítő egységkeresés, az áldozatkészség és a méltányosság.” (Keresztesné Várhelyi Ilona: Debreceni Katolikus Figyelő 2001.)

Szólhatunk-e a szeretet nyelvén? „Becslések szerint a Föld hatmilliárd lakosának kétharmada semmilyen formában nem hallott Jézusról, és sokan ősi keresztyény gyökerekkel rendelkező országokban élnek, ahol megkereszteltek egész csoportjai veszítették el az élő hitet, vagy nem tartják magukat az Egyház tagjának, és olyan életet élnek, amely távol van az Úrtól és az Evangéliumtól” – írja II. János Pál 2001. január 24-én Szalézi Szent Ferenc em-

léknapiján, a tömegtájékoztatás világnapjára fogalmazott üzenetében (május 27). „A keresztyén kommunikációs szakembereknek próféta feladatuk, hivatásuk, hogy az emberekhez eljussanak az emberi méltóságot támogató és tápláló igazságok és értékek. Emlékezzünk Jézus első tanítványaihoz intézett szavaira: »amit sötétben mondok nektek, mondjátok el világosságban, és amit fülbe súgva hallotok, hirdessétek a háztetőkről« (Máté 10, 27). A szívünk mélyén meghallottuk János igazságát, ezt az igazságot most a háztetőkről kell hirdetnünk.»

Jó tudni, hogy a Szentatya nemegyszer személyesen is bátorította Egyházunk vezetőit a médiumok merész és sokoldalú használatára. Habár a II. vatikáni zsinat több fontos dokumentuma rögzíti az Egyház álláspontját, mégis örömmel emlékezünk a magyar püspökök 2001 első napjaiban Rómában tett ad limina látogatására, amelyen a Szentatya örömmel köszöntötte az első *Magyar Katolikus Rádió – Eger* regionális adásait. Csaknem másfél éve sugározza értékközpontú műsorát napi huszonnégy órában a tehetséges és elkötelezett fiatalokból szervezett rádió, amely – az egyik miskolci levélíró fogalmazott így – humánus és katolikus lelkiségű műsoraival „imasátrat borít” Észak-Magyarország fölé. A Magyar Katolikus Püspöki Konferencia elhatározott szándéka, hogy országos sugárzású rádióvá fejlessze a kísérleti céllal, első fecskéként megszervezett egri rádióadást. A Magyar Rádió Petőfi adójának egykori középhullámú frekvenciáján szeretnénk megjelenni, kiegészítve ezt a műholdas közvetítés lehetőségeivel és a helyi rádióadókkal kötetendő együttműködési megállapodásokkal. Elgondolásaink szerint 2003 tavaszától – a szomszédos országok magyar nyelvű hallgatóihoz is eljutva – sugározhatjuk az Evangéliumot hirdető, a közszolgálati műsorszórás követelményeit színvonalasan teljesítő műsorainkat. Bízunk abban, hogy az ORTT kedvezően bírálja el pályázatunkat, hiszen ezt a frekvenciát egyszer már meghirdették, s nem akadt rá jelentkező.

A rádiózásban rejlő evangelizációs lehetőségeken túl természetesen sokféle eszközt szeretnénk mozgósítani azzal a nem titkolt szándékkal, hogy Egyházunknak ki kell lépnie a templomok falai közül, és meg kell próbálnia az elmúlt évtizedekben róla kialakított torz és hamis képet a realishoz közelíteni. Ennek érdekében nyúlunk a piaci marketing eszköztárhoz is. Az „Ezer éve velünk és értünk”, illetve a „Jót tenni jó” üzeneteink megfogalmazásával azokat szeretnénk volna megszólítani, akik az utakon, az óriásplakátok, a tévé- és rádióreklámok közegében könnyebben találkozhatnak velünk, mint a templomok, egyházi iskolák vagy éppen egészségügyi, karitatív szolgáltatásokat nyújtó „hagyományosan katolikus” intézményekben. PR, vagyis nyilvánosságunk munkánk partnereiként tekintünk az egyházmegyék püspökei mellett munkálkodó egyházmegyei kommunikációs felelősökre – nagyobb

hányaduk „civil” –, s szeretnénk teljessé tenni az egyházközségekben dolgozó referensek hálózatát is.

Sajtómunkánk néhány mozzanatát bemutatva talán sikerült érzékeltetnem, miként formálódik a Magyar Katolikus Egyház kommunikációja a rendszerváltozás éveiben, s azt is, milyen szellemi közegben kell az új evangelizáció lehetőségeit megtalálnunk és alkalmaznunk.

Mindig örömmel számolok be arról, hogy Európában először a mi Egyházunk készítette el honlapját, hogy a legmodernebb kommunikációs eszközt az elsők között kezdtük alkalmazni, felismerve, hogy „Az internet az evangelizáció kiváló lehetősége, ha kompetensen, erősségeit és gyengéit tisztán látva használják” – írta II. János Pál pápa a kommunikáció 36. világnapjára szóló üzenetében 2002. május 12-én. „Az internet mindenekelőtt az informáló és az érdeklődést felkeltő képessége által teszi lehetővé – különösen a fiatalok számára – a keresztény üzenettel való első találkozást, akik a számítógépes virtuális világhoz, mint egy az egész világra nyíló ablakhoz közelednek.” A számítógépek virtuális világából a keresztény közösségek valódi világába vezető utat megmutatni, valóban feladat, sőt, küldetés a papság és keresztény kommunikációs szakemberek számára egyaránt. Akik egy percre sem feledkezhetnek el az evangélium hirdetésének valódi céljáról és értelméről, arról, hogy láthatóvá tegyék a világ számára „Krisztus arcának isteni fényét”. II. János Pál üzenete szerint: csakis „ez az, ami az internetet valóban emberhez méltó területté teszi, hiszen ahol nincs hely Krisztus számára, ott nincs hely az ember számára sem”.

## A Magyar Katolikus Rádió története

*A Magyar Katolikus Rádió – Eger* (továbbiakban: MKR) szervezeti felépítése, működési és műsorszolgáltatási gyakorlata, hír- és műsorszolgáltatási elvei mellett áttekintem az adó alapításától napjainkig terjedő időszakát. Bemutatom, melyek azok a változások a rádió életében, amelyek hatással voltak a technikára, a műsorstruktúrára és a személyi összetételre. Szó esik a műsorszolgáltatási tevékenység azon főbb ismérveiről, melyek meghatározzák egy regionális közszolgálati médium életét, így a politikai függetlenség elveiről annak biztosítékairól, tehát a pártatlanságról.

### 1.1. A Magyar Katolikus Rádió — Eger története alapításától napjainkig

Az MKR az ország első katolikus, regionális közműsor-szolgáltató rádiójaként kezdte meg működését 2000. október 20-án, napi 24 órás sugárzásban az Egri Főegyházmegeye területén. A műsorokat elsősorban az északkelet-magyarországi térség (tehát Heves, Borsod, Jász-Nagykun-Szolnok és Hajdú-Bihar megye) mintegy 600 ezer katolikus hallgatója érezheti magáénak. De törekvése, hogy a régióban élő csaknem egymillió emberhez is szóljon, hiszen mint közműsor-szolgáltatónak kötelessége, hogy a mindennapi életben eligazítást nyújtson különböző műsoraival. (Egyébként a rádió Egerben és környékén a 91,8 MHz-es frekvencián, Miskolcon és környékén a 95,1 MHz-es URH frekvencián hallható.)

Seregély István egri érsek alapítóként tette le névjegyét a médium mellett, és mind a mai napig egyik fő életcéljának és hivatásának tekinti az adó működési feltételeinek biztosítását. Az érsek atya szerint rádióink célja azonos az egyház küldetésével: ez pedig mindenki lelki üdvösségének szolgálata. Ezen evangelizációs alapelv jegyében az MKR minden hétköznap reggel élőben sugároz szentmisét az egri bazilikából, és természetesen közvetíti a vasárnapi és az ünnepnap szentmiséket is. A rádió úgy szeretné betölteni hivatását, hogy – a hitélet bemutatásán túl – folyamatosan hírt ad a térség lakóinak életéről. Mindezt emberi megközelítéssel, odafigyeléssel teszi, értékadó és értékteremtő műsorokkal. Teszi ezt oly módon, hogy az aktuális és a közéleti események hangzós feldolgozásán túl folytatásos regényeket, hangjátékokat is kínál, gondolatébresztő előadásokat és kerekasztal-beszélgetéseket, valamint színvonalas komoly és könnyűzenét közvetít.

## 1.2. A rádió munkatársai

A pályázati felhívás (1. számú melléklet) 1999 szeptemberében jelent meg a megyei napilapokban. A pályázók mintegy 90-en voltak, közülük választottak ki 10-15 főt, akik 2000 tavaszától részt vettek egyházi ideológiai, ezen túl rádiós, műsorvezetői-szerkesztési, számítástechnikai és műszaki berendezésekkel kapcsolatos továbbképzéseken. A kiválasztás legfontosabb szempontja az egyházi szemlélet vállalása volt. Előnyt jelentett a hitéletben való jártasság, pl. a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen vagy az Eszterházy Károly Főiskolán folytatott teológiai, hittanári tanulmányok. Plébánosi ajánlólevél minden esetben feltételül volt szabva a személyes meghallgatásnak. A jelenlegi állomány műsorvezető-szerkesztői csapatában mindenki diplomás (ez 15-20 fő), illetve valamely felsőfokú oktatási intézménynek végzős hallgatója.

A munkatársak továbbképzésének idejében megkezdődött az egri érseki palota Érsekudvar felőli szárnyának átalakítása rádiós célokra. Így a leválasztás után kialakították az élő adás lebonyolításához szükséges helyiségeket: stúdió, vezérlő, hírszerkesztői és produkciós szoba, vágóterem stb. 2000. augusztus 20-án – Szent István napján – az akkori főszerkesztő vezetésével került sor a próbaadásra, melynek fő célja a figyelem felkeltése az induló új médium iránt. A sikeres próbaadás után október 20-án szólalt meg másodszor az MKR az északkelet-magyarországi régióban, de ekkor már reggel 6-tól éjjelig kitöltött műsoridővel. Az októberi adáskezdesre rádióink főszerkesztő nélkül maradt (2. számú melléklet).

A pozíciót az igazgató, Juhász Ferenc atya látta el. Szakmai segítséget Juhász Judit – volt kormányzóvivő és a Kossuth Rádió volt alelnöke – adott a lelkes, de többségében gyakorlatlan munkatársaknak. Ő szervezte meg a december 31-ig tartó – az élő adás szerkesztése és vezetése mellett történő – szakmai továbbképzést is, melynek lényege, hogy a Kossuth Rádió munkatársai napi 24 órában felügyelték a műsorokat, és közös volt a műsorvezetés is. A továbbképzés ilyen módja kiterjedt a zenei szerkesztőkre, a hírszerkesztőkre és a technikusokra is.

Én magam – többéves rádiós gyakorlat után – októberben, az első adást követően lettem a Magyar Katolikus Rádió főállású alkalmazottja. Nehéz, ugyanakkor tartalmas időszakot tudhattunk magunk mögött a három hónap elteltével. Az októbertől decemberig tartó időszak műsorszerkesztését a következők jellemezték: egy napot két műsorvezető-szerkesztő vállalt, és reggel 6-tól éjjelig ők töltötték meg a műsoridőt. Erről a struktúráról nagyon hamar kiderült, hogy változtatásra szorul, hiszen az a hallgató, aki nem szívesen hallgatja egyik vagy másik műsorvezető hangját, azon a napon be sem kapcsolja a rádiót.

2001. január 1-től újabb változás történt a szakmai vezetésben. Juhász Judit a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia szóvivője lett, míg rádióink élén két főszerkesztő-helyettes osztotta fel egymás között a tanácsadói teendőket (3. számú melléklet). Az irányításuk időszakában márciustól áttértünk a szerkesztőségi rovatrendszerre, mely nemcsak szervezeti, hanem műsorrendváltozást is eredményezett. A napi adásidőt felosztották a rovatok között, így sokkal színesebb és változatosabb lett a tartalmi kínálat. Az adás fél hatkor kezdődött az aktuális rovat *Napkezdő* c. műsorával. 2001. január 1-től 2002. december 31-ig ez a műsorrend és struktúra volt érvényben.

Újabb szervezeti változásra 2002. január 1-től került sor, mikortól a két főszerkesztő-helyettes helyébe egy új főszerkesztő kapott megbízást *Lázár Ádám* személyében (4. számú melléklet). Az itt tartózkodásának csaknem négy hónapja alatt kidolgozott egy új műsorrendet, melynek bevezetése néhány hónap után megtörtént. Ennek legfőbb jellemzői: az interaktivitás (hallgatók bevonása a műsorfolyamba, játékok, betelefonálások, hozzászólások), a különféle pályázatok által támogatott műsorok indítása (a környezetvédelmi, nevelési, ifjúsági műsorok, nyelvleckék stb.), de az aktuális események kapcsán a műsorvezető-szerkesztők figyelmét ki kellett terjeszteni a külpolitikai és belpolitikai eseményekre is. Mindezt a munkatársak oly módon tették, hogy igyekeztek megtartani, és tükrözni a keresztény szemléletet.

### 1.3. A rovatok feladata

**Aktuális rovat:** feladata riportok, tudósítások készítése az országos és a regionális eseményekről. (Fontos része a reggeli adásidőnek a Vatikáni Rádió és a BBC adásainak, továbbá a reggeli szentmise közvetítése is. A figyelmes szeretet jegyében a napi evangéliumot szlovák és roma nyelven is közzétesszük. Katona István püspök úr minden nap gondoskodik arról, hogy hallgatóink megismerhessék a nap szentjét.) Az aktuális rovat munkatársaihoz tartoznak szervezetileg a hírszerkesztők is, az ő feladatuk, hogy felhívják a műsorvezető-szerkesztők figyelmét egy-egy témára.

**Közélet rovat:** A közműsor-szolgáltatás ennek a rovatnak a munkájában ölt igazán testet. Az általuk megtöltött műsoridőben a munkatársaink arra törekednek, hogy egy-egy választott témát jól körüljárva, több oldalról megvilágítva (gyakori a kerekasztal-beszélgetés 3-4 riportalannyal) tegyék ismertté hallgatóink számára az adott körülményeket, eseményeket.

**Irodalmi rovat:** A rádió hullámhosszán a hét minden napján hallható esti mese, hétköznapiokon kiegészítve fiataloknak szóló regékkel, mondákkal. Minden hétfőn egy órában folytatásos regényt, szerdánként népszerű, könnyed műfajú irodalmat sugároznak. A felolvasók országosan ismert színészek, akik szívesen fogadják az egri MKR ilyen irányú felkérését. Minden hónap harmadik szombatján este 8 órától színházi közvetítést hallhatnak az

egri egyházmegye rádiójának hallgatói. Az előadások egy részét az egri Gárdonyi Géza Színházban, más részét pedig fővárosi, illetve egyéb teátrumokban (pl. Szeged, Pécs) rögzítik. Lehetnek ezek felolvasóestek, monodrámák, stúdiószínházra írt darabok stb. Az előadást a *Társalgó* című műsorban hosszabb beszélgetés követi a darabban fellépő színészekkel vagy a rendezővel. Az irodalmi rovat munkatársai felelősek a *Nyújtsd a kezed* című sorozat levezetéséért és a szombati *Kávéház* ismert személyiségek stúdióbeszélgetése-  
iért.

**Egyházi rovat:** A mindennapokhoz tartozó egyházi történések, elmélkedések, evangéliumok (magyar, szlovák és roma nyelvű) feldolgozása, felnőtt-, gyermek-, ifjúsági hittan című műsorok felvételeinek lebonyolítása, az *Ökumené* – azaz a testvéregyházak félórása – című műsor vendégeinek meghívása, a beszélgetés felvétele, a *Templomok és történetek* című műsor adásidejének megtöltése. Az egyházi év nagyobb ünnepei idején – így pl. nagyhét, húsvét, pünkösd, karácsony, Nagyboldogasszony napján – az egyházi rovat munkatársai veszik át a műsorszerkesztés legnagyobb részét. Ez azt is jelenti, hogy az egyébként megszokott műsorrend akár napokon keresztül is (pl. nagyhéten) megváltozik, és az ún. ünnepi műsorrendre térünk át, ahol az egyházi műsorokra helyeződik a hangsúly.

**Zenei rovat:** A zenei szerkesztők feladata, hogy az adásfolyamot megfelelő, hangulatilag odaillő zeneszámokkal töltsék meg. Ennek feltétele, hogy időben értesüljenek a riportok, az adás témájáról, hogy legyen módjuk előkeresni a CD-tárból, illetve a számítógépes hanganyagtárból az éppen szükséges melódiát. Minden délután egy órától feladatuk a *Csendes pihenő* zenei kitöltése, illetve minden hónap negyedik szombatján este 8 órától a zenei rovat munkatársai kötik le hallgatóink figyelmét aktuális zenei koncertekről készült felvételekkel, riportokkal, hírekkel. A vasárnap este 10 órakor kezdődő *Lemezlovas* című műsor kommentárokkal segíti hallgatóinkat egy-egy zeneszerző, illetve együttes munkásságának teljesebb megismerésében. A zenei szerkesztők felelősek ugyanakkor az éjszaka hallható zenei lista feltöltéséért is.

A **műszaki munkatársakról** is kell szólnom: ők a nap 24 órájában állnak munkatársaink rendelkezésére, legyen szó telefonos interjú, helyszíni színházközvetítés rögzítéséről, archiválásról vagy akár a számítógépek üzemen tartásáról.

#### 1.4. Az MKR műsorszolgáltatási szabályzata

Az MKR a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény betartásával körzeti közműsor-szolgáltatást végez. Adásainak teljes műsorideje napi 24 óra, átlagosan havi 720 óra, ebből közszolgáltatási műsor közlésére szánt havi átlagos műsoridő mintegy 650 óra, tehát a teljes műsoridő 90%-a

(benne helyi hírszolgálat a műsoridő 8,3%-a, nemzeti, etnikai és egyéb kisebbségekkel foglalkozó műsorszámok a műsoridő 1,4%-a).

*A politikai függetlenség elvei és biztosítékai a katolikus rádiónál:*

1. A Magyar Katolikus Rádió – Eger tevékenységét pártoktól és politikai mozgalmaktól függetlenül folytatja, a véleménynyilvánítás és a sajtó szabadságára vonatkozó garanciák alapján. Sem országgyűlési, sem helyhatósági választásokon nem állít és nem támogat képviselőjelölteket.

2. Politikai szervezeteket nem támogathat, tőlük támogatást nem fogadhat el, és – választási kampányidőszak kivételével – politikai hirdetéseket nem közölhet. Itt teszem hozzá, hogy a választási időszakban sem adunk le politikai hirdetést.

3. A pártok és politikai mozgalmak nézeteiről, tevékenységük alapelveiről tárgyyszerű és pártatlan tájékoztatást ad. Nem vállalja, hogy a különböző pártoknak és politikai mozgalmaknak – jelentőségüktől függetlenül – azonos műsoridőt biztosítson, ha ez a kiegyensúlyozottság feltétlen érvényesülését nem érinti. Politikai műsoraiban az egyenlő távolságtartás és a különböző nézetek bemutatásának elvét követi.

4. Politikai pártok és mozgalmak, országgyűlési és önkormányzati képviselők politikai kommentárjai, hírmagyarázatai vagy jegyzetei nem kapnak helyet a katolikus rádió műsorában. E személyek egyéb politikai jellegű megszólalásakor pártállásukat, illetve az általuk képviselt politikai mozgalom megnevezését a hallgatók tudomására kell hozni.

5. Az MKR sem politikai párttól vagy politikai mozgalomtól, sem központi vagy helyi államhatalmi vagy államigazgatási szervtől, sem pedig azok tisztségviselőitől nem fogadhat el olyan kérést, amely valamely műsorszám tartalmára, időtartamára, műsorkörnyezetére vagy a szerkesztés egyéb elemeire irányul.

*A hírműsorokra és közéleti, politikai műsorszámokra a következő szabályok vonatkoznak:*

1. A hírműsorokban elsősorban a vételkörzetünkben történő helyi eseményekről kell beszámolni. Itt kell megjegyezni, hogy 2002. január 1-től az említett új főszerkesztő egyre erőteljesebb igénye, hogy a műsorvezető-szerkesztők igyekezzenek megfelelni egy országos hallgatottságú rádióval kapcsolatos nagyobb hallgatói elvárásnak. Ez azt jelenti, hogy témaválasztásban ne álljunk meg a regionális történéseknél, hanem elsődlegesen belpolitikai és külpolitikai irányban is mozduljunk el. A híreket tárgyyszerűen, kommentár és saját vélemény elkülönítésével, jelentőségüknek megfelelő arányossággal kell közölni. Az arra hatáskörrel rendelkező állami szerv által elrendelt hírzárlatot tiszteletben tartjuk, de a hírzárlat tényét hallgatóink tudomására hozzuk.



2. A helyi közéletben felmerülő vitás kérdéseket a különböző álláspontok tárgyilagos, elfogulatlan bemutásával közvetítjük, tekintet nélkül az érdekeltek társadalmi státusára. Nem zárkózunk el az ún. kényes kérdések megfelelően udvarias feltevésétől sem.

3. Az esetlegesen felmerülő helyreigazítási igények teljesítéséről a főszerkesztő dönt. Eljárása során különleges figyelemmel köteles a vitatott műsorszámban foglaltak valóságtartalmát sokoldalúan ellenőrizni, a kért – és jogos – helyreigazítást, az esetleges kiegyensúlyozatlanság korrigálásá megvalósító műsorszámot az eredeti közléssel azonos műsoridőben, a lehető legrövidebb időn belül közzétenni. A személyiségi jogokat érintő jogos észrevételek nyomán szükségessé váló helyreigazítás határideje az igény kézhezvételétől számított 8 nap.

4. A rádió törekszik arra, hogy a hírekben, illetve a politikai műsorszámokban, a helyi közéletet meghatározó társadalmi csoportok véleménye is helyet kapjon. Gondosan ügyel arra, hogy a szerkesztés során a műsorba kerülő vélemény egyező maradjon a megkérdezett álláspontjával.

5. A műsorban elhangzó vélemények megfogalmazásukban nem lehetnek durvák, nem sérthetik mások becsületét, jó hírnevét vagy egyéb személyiségi jogait. Az ilyen megfogalmazásokat a szerkesztés eszközeivel, a mondandó lényegének megtartása mellett korrigálni kell. Ha mindez élő adásban történik, és nem valósítható meg, akkor fel kell hívni a hallgató figyelmét arra, hogy az MKR nem azonosul az elhangzottakkal.

### **1.5. A rádió jövője**

Az Egri Főegyházmegye területét lefedő katolikus rádió bejelentette igényét a Hírközlési Felügyeletnél a Petőfi adó által nem használt középhullámú hálózatra. Amennyiben az MKR megnyeri az országos frekvenciára kiírt pályázatot, újabb közszolgálati rádióval bővülne a jelenlegi kínálat. Az MKR munkatársai azon fáradoznak, hogy felkészültségükkel és hozzáértésükkel tovább színesítsék az elektronikus médiumoknál, dolgozók palettáját. Ebben segítik őket azok az alapelvek, melyek összefoglalása az 5. számú mellékletben olvasható. A munkájuk akkor igazán sikeres, ha az ebben leírtakat a hallgatók nem csak észreveszik, hanem folyamatos érdeklődésükkel tüntetik ki a Magyar Katolikus Rádiót.

## MELLÉKLETEK

3  
1. sz. melléklet

### Pályázati felhívás!

Regionális katolikus rádió indul Észak-Magyarországon miskolci és egri központtal. Olyan médium megteremtését tervezi az egyház, amely keresztény választ ad korunk kérdéseire. Ehhez újszerű műsorstruktúra, egyházi szemlélet, korszerű gondolkodásmód szükséges. Ezért olyan külső és belső munkatársakat keresünk, akik vállalják a rádió alapításával járó örömeket és gondokat, kreatív gondolkodásúak, hívők, s vonzza őket ez a hivatás. A belső munkatársak esetében kívánatos a felsőfokú végzettség, előnyt jelent a szakmai gyakorlat, illetve a nyelvtudás. A külső munkatársak ezeket az ismereteket munka közben is elsajátíthatják.

Az alábbi műsorok szerkesztésére várunk jelentkezőket:

Információs – világnézeti – társadalmi – politikai – emberközpon-  
tú – művészeti és média – humán tudományos – reál tudományos  
– dramatikusan (irodalmi) – szórakoztató műsorok – könnyű- és komoly zenei műsorok.

Az érdeklődők vázolják elképzeléseiket, hogy egy katolikus rádió ezeket a közszolgálati témákat milyen módon dolgozza föl, milyen szerkesztői és riporterai alapelveket alkalmazzon. A jelentkezésben szívesen látnánk a műsorstruktúrára vonatkozó elképzeléseiket is.

A jelentkezéseket 2000. október 15-ig várjuk az Egri Katolikus Rádió Alapítvány címére:

3300 Eger, Foglár u. 1.

Telefon: 36/310-572, munkanapokon de. 10-12-ig.

## **A Magyar Katolikus Rádió – Eger szervezeti felépítése**

*2. sz. melléklet*

**2000. október 1. – december 31.**

Felügyelő bizottság: dr. Berkes László, dr. Kovács Endre, dr. Veres András

Magyar Katolikus Rádió Alapítvány

Alapító dr. Seregély István érsek

Kuratórium: Juhász Ferenc elnök, Kalotai Géza kurátor, Mándy Zoltán kurátor

Igazgató Juhász Ferenc

**Igazgató-főszerkesztő: Juhász Ferenc**

Műsorkészítés	Adminisztráció	Műszaki osztály
Műsorvezető-szerkesztők (budapesti betanítók, helyi alkalmazottak)	Irodavezető: dr. Gábor László	Műszaki vezető: Szederkényi Tamás
Hírszerkesztők (budapesti betanítók, helyi alkalmazottak)	Gazdasági vezető: Hamar Dénes	Adáslebonylító
Bemondók	Könyvelő	Hálózati karbantartás
Zenei szerkesztők	Dokumentáció	Technikusok
Technikusok	Adminisztráció	
	Gondnok	

*3. sz. melléklet*

**2001. január 1. – december 31.**

Felügyelő bizottság: dr. Berkes László, dr. Kovács Endre, dr. Veres András

Magyar Katolikus Rádió Alapítvány

Alapító dr. Seregély István érsek

Kuratórium: Juhász Ferenc elnök, Kalotai Géza kurátor, Mándy Zoltán kurátor

**Igazgató-főszerkesztő: Juhász Ferenc**

Műsorkészítés	Adminisztráció	Műszaki osztály
Főszerkesztő-helyettesek. Czakó Balázs, ifj. Tóth György	Irodavezető: dr. Gábor László	Műszaki vezető: Szederkényi Tamás
<b>Rovatok:</b>	Gazdasági vezető: Hamar Dénes	Adáslebonylító
Egyházi: Balázs Zsuzsa	Könyvelő	Hálózati karbantartás
Irodalom: E. Román Kata	Dokumentáció	Technikusok
Zenei: Jászai Patrícia	Adminisztráció	
Aktuális: Herzog Csilla	Gondnok	
műsorvezető szerkesztők, tudósítók, bemondók, hírszerkesztők		

**2002. január 1-től**

Felügyelő bizottság: dr. Berkes László, dr. Kovács Endre, dr. Veres András  
Magyar Katolikus Rádió Alapítvány

Alapító dr. Seregély István érsek

Kuratórium: Juhász Ferenc elnök, Kalotai Géza kurátor, Mándy Zoltán kurátor  
Igazgató Juhász Ferenc

**Igazgató: Juhász Ferenc**

Műsorkészítés	Adminisztráció	Műszaki osztály
Főszerkesztő: Lázár Ádám	Irodavezető: dr. Gábor László	Műszaki vezető: Szederkényi Tamás
<b>Rovatok:</b>	Gazdasági vezető: Hamar Dénes	Adásleboncoló
Egyházi: Balázs Zsuzsa	Könyvelő	Hálózati karbantartás
Irodalom: E. Román Kata	Dokumentáció	Technikusok
Zenei: Jászai Patrícia	Adminisztráció	
Aktuális: Zlinszky Ferenc	Projekt felelős, marke- ting, értékesítés	
Tudósítók: Zlinszky Ferenc		
közélet: Papp Péter		

5. számú melléklet

**Hogyan közelítsünk másokhoz – egyházi rádió munkatársaként?**

1. Készülj a témára – mert az egyház felkészült
2. Ne késs le a megbeszélte időpontról – az egyház soha nem számíthat későjövőnek (ez alacsonyrangúság)
3. Légy udvarias – mert az egyházban ez íratlan szabály
4. Mutass személyes érdeklődést is – mert az egyház mindenki felé nyitott
5. Adj és ne kérj esélyt – mert az egyház mindig nagylelkű
6. Ne mutass többet a partnernél – mert az egyház súlya úgy is nyomasztó lehet számára
7. Tudd hogy mit akarsz – mert az egyházzal mindenki él egy kép, talán javul
8. Kerüld a túlzásokat – mert az egyház holnap is akar mondani valamit
9. Dicséredj őszintén – mert az egyház véleménye mértékadó
10. Ne tartsd magadnak az utolsó szó jogát – az egyháznak van ideje szólni még
11. Mai interjú alanyoddal holnap más is szívesen beszélgetne. Hagyd meg az esélyt mindkettőjüknek!

(Abelard nyomán)

## **A Kölcssey Stúdió története**

### **1. A kommunikáció szak indítása**

A magyar kormány 1992 júliusában határozott arról, hogy a Kölcssey Ferenc Tanítóképző Főiskola a Tiszántúli Református Egyházkerület fenntartásába kerül. Az Egyház a főiskola továbbfejlesztési programjában határozta el, hogy beindítja a négyéves tanító-kommunikáció szakot. A szak bevezetésével az egyházkerület az ökumenikus jellegű újságíró és tömegkommunikációs ismeretekkel szakemberszükségletét kívánta megoldani. A tanító-kommunikáció szakon végzettek a speciális ismereteiket részben a tanítói alaptervekenységükben hasznosítanák. Bekapcsolódnak a helyi közösség-szervezési feladatok ellátásába, felekezeti igény szerint a helyi művelődésben és információközvetítésben is részt vállalnak. Másrészt az újságíró szakterületén elhelyezkedő végzett szakemberek a tanítói alapképzettségnek köszönhető nyitottságot, közoktatási beállítottságot, problémaérzékenységet hasznosítanák. Az elképzelés szerint a KFRTKF regionális vonzásköre, valamint a Tiszántúli Református Egyházkerület országos sajtóhálózattal kiépült kapcsolata kellő alapot nyújt a kommunikációs szakemberek képzéséhez.

#### **1.1. Általános célkitűzések**

- Biztosítsa az újságíráshoz szükséges elméleti és gyakorlati alapismeretek elsajátítását a nyomtatott és az elektronikus sajtó területén egyaránt.
- Ismertesse meg a hallgatókat az újságíráshoz szükséges korszerű társadalomtudományi ismeretekkel és műveltséggel.
- Fejlessze a társadalom iránti felelősségérzetüket és a társadalmi problémák iránti fogékonyságukat és kommunikációs képességüket.
- Ismertesse meg a hallgatókat a tömegkommunikáció és az információközvetítés korszerű technológiájával és modern eszközével, valamint ezek társadalmi hatásaival. Rendelkezzenek médiajogi ismeretekkel.

A kommunikáció szak képesítési követelményei 1992-ben készültek el a nappali tagozatra, a tudományegyetemekre előírt képzési időt (8 félév) és a teljes óraszámot (1200), valamint kötelező stúdiumokat alapul véve úgy, hogy a főiskolai szintű képzésnek ennek 80%-ban kell megfelelnie. Mivel a

szakindítás ezen feltételek alapján volt lehetséges, a képzési követelményeknek alapjában véve megfelelő.

### **1.2. A szakindítás személyi feltételei**

Az előkészítő munka során (1992) tisztázódott, hogy a főiskola akkori oktatótestülete a kommunikáció képzés tantárgyainak 40%-nál vállalja a tantárgyi program kidolgozását, előadások megtartását és a szemináriumi foglalkozások vezetését.

Az érintett tanszékek: Közművelődési, Társadalomtudományi, Anyanyelvi és Irodalmi, Neveléstudományi, Technika, Informatikai szakcsoport

Az újságírók oktatása és a specializáció miatt az intézmény nem volt képes a képzést teljes egészében főiskolai státuszban lévő oktatói állománnyal megoldani, ezért az újságírói gyakorlatban dolgozó szakemberek külső óraadói munkájára is igényt tartott és tart hosszú távon az intézmény.

### **1.3. A szakindítás tárgyi feltételei 1992-ben**

- Egy szakterem, amely a könyvtár szakosokkal közösen használható.
- Két számítógép, CD-lejátszóval, monitorral.
- Videokamera, kameraállvány, 24 diktafon, színes tv, videolejátszóval, 19 írógép. Az infrastruktúra részben a növekvő hallgatói létszám, részben a szak technikaiigényes volta miatt fejlesztésre szorul. Ezért a közeljövőben további számítógépek, szkennerek, videokamerák vásárlása szükséges. A kommunikáció szakos hallgatók rendszeresen használják a társadalomtudományi tanszék könyvtárát és a számítástechnika-terem eszközparkját. A szak 1992-es tárgyi feltételei csupán a minimális igényeknek felelnek meg.
- Várható, hogy költségigényes szak lesz a nagyszámú külső óraadó (jelenleg 9 fő) és az eszközpark miatt. A tervek között szerepel egy stúdió kialakítása pályázati forrásokból. A szakmai gyakorlatokhoz a legfontosabb terepet és technikai hátteret a Hajdú-Bihar Megyei Napló, a városi tévé, az MTV Regionális Stúdiója és a Magyar Rádió körzeti stúdiói nyújtják. A legfontosabb távlati cél a szak önállósítása.

Iskolán kívüli, szerkesztőségekben eltöltött szakmai gyakorlatok minősítése:

- IV. félév után 2 hetes nyári szakmai gyakorlat,
- V-VI. félévben heti 2-2 óra ún. szakmai specializáció,
- VIII. félévben 4 hetes szakmai gyakorlat.

A szakmai gyakorlatok a célnak megfelelnek, a gyakorlatvezetők és hallgatók visszajelzései alapján. Egyre nagyobb gond volt azonban a növekvő hallgatói létszámok alapján a gyakorlat megszervezése, a megfelelő gyakorlatvezetők, hallgatókat fogadó szerkesztőségek felkutatása.

## **2. „Zöld jelzés” a szaktárcától**

„A művelődési és közoktatási miniszter az oktatásról szóló 1985. évi I. törvény végrehajtására kiadott, többször módosított 41/1985/X.5/ MT. Rendelet 8.§ 2. bekezdésének foglalt jogkörében 1993. szeptember 1-jei hatállyal engedélyezte a kommunikáció szak főiskolai szintű indítását az intézményben. A szakot a főiskolai képzésre felvételt nyert hallgatók vehetik fel a tanító szakkal párosítva. A két szakos képzés ideje 8 félév.” (Részlet Biszterszky Elemér helyettes államtitkár leveléből.)

## **3. A Kölcsény Stúdió strukturális kapcsolódása a szakhoz**

A szak 2000-től a főiskolai intézményi struktúrában a Társadalomtudományi Tanszékhez kapcsolódik, a szakot választó hallgatók az „Ember és társadalom” műveltségterületet veszik fel, s a szakhoz kapcsolódó általános elméleti tárgyak oktatásában, nagyobb arányban ennek a tanszéknek az oktatói vesznek részt. A kimondottan szakmai tárgyak zömét külső óraadók tartják, továbbá a szakmai gyakorlatokat is külső óraadók vezetik. Az óraadók a régióban elismert szakemberek, ami a képzés megfelelő színvonalának egyik biztosítója. A tanszék vezetése azt is felismeri: fontos feladat az óraadókkal való szorosabb kapcsolattartás, bevonásuk a jövőre vonatkozó tervek kidolgozásába, szakmai észrevételeik hasznosítása, valamint a gyakorlólhelyekkel, főként a helyi szerkesztőséggel való naprakész együttműködés. Ennek eredménye, hogy 2000-ben együttműködési megállapodást köt a KFRTKF két regionális szerkesztőséggel, a Cívis Rádióval és az MTV Debreceni Körzeti Stúdiójával. A megállapodást a két közszolgálati intézmény budapesti központja is jóváhagyja. Amikor a Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola Társadalomtudományi Tanszékén először felmerült a saját, önálló tévé- és rádióstúdiójának a gondolata, senki sem gondolta, hogy az ötlet megvalósítása ennyire elhúzódhat. A 2000/2001-es tanévben az Oktatási Minisztérium és a Tiszántúli Református Egyházkerület összesen 28 millió forinttal támogatta a Kölcsény Stúdió létrehozását.

## **4. A Kölcsény Stúdió bemutatása**

### **4.1.1. Környezetelemzés az indulástól**

A kommunikációs képzéssel foglalkozó szakemberek közül sokan szembesülnek azzal a ténnyel, hogy mennyire megnehezíti a rádiós és a televíziós újságírás oktatását a megfelelő stúdió, technika hiánya. Így volt ez a Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola esetében is. Sokszor került kiszolgáltatott helyzetbe a főiskola, amikor néhány médium vagy pénzt kért a technikai szolgáltatásért cserébe, vagy lehetetlen feltételeket támasztott. Pedig a megfelelő színvonalú utánpótlásnevelés a szerkesztőségek alapvető érdeke. Sajnos azonban bármennyire hihetetlen, volt olyan szerkesztőség,

amely másképpen gondolta. Szintén gyakran ütközött akadályba a végzős hallgatók vizsgariportjának leforgatása, amely „kutyafuttában” készült el a szerkesztőségek mindennapos leterheltsége miatt. Olyan is előfordult, hogy a nyersanyag ugyan már dobozban volt, de idő hiányában már nem tudták megvágni. Többek között ezért is volt jogszerű az a bírálathelyi eljárás a hallgatók részéről, amely egyfajta „virtuális” oktatásnak minősítette a kurzust a megfelelő gyakorlati háttér hiánya miatt.

#### **4.1.2. Hogyan épül fel, és mire képes technikailag a stúdió?**

Az *első és legnagyobb tér* egy többfunkciós terem, ahol lehetőség nyílik kényelmes körülmények között 20-22 fő oktatására, technikai eszközök bevonásával szemináriumok, előadások megtartására. A helyiség ugyanakkor alkalmas egy nagyobb stúdiótér berendezésére is, ahol stúdióbeszélgetéseket, helyzetgyakorlatokat lehet rögzíteni három kamera (három plánból) segítségével.

Alkalmazható a terem az intézményt érintő bejelentések vagy beszélgetések, fórumok, előadások közvetítésére. A stúdiótérből a kép és hang a főiskola zárt rendszerébe kerül. A digitális technikának köszönhetően adott a lehetőség a közvetítés kiszélesítésére, a jelek továbbíthatók az intranetre és az internetre is.

A *második hely* az ún. blue-box stúdió, amely rádiós szemszögből a süketszoba szerepét tölti be. Itt stúdiószerű körülmények között hangot lehet rögzíteni, illetve az egyszereplős műsorvezetői szövegeket lehet felvenni képpel-hanggal és elektronikusan kulcsolt háttérrel. Fontos szerepet tölt be ez a stúdiórész a Kölcsey Híradó, vagyis a főiskolai hírműsor elkészítésekor. A *harmadik hely* a stúdió „lelke”: ez az ún. vezérlő. Innen irányítják a kinti helyiségekben lévő technikai eszközök működését, és itt rögzítik a felvételt. Az utómunkára – a számítógépes hangra vágásra (rádiónál) és adáskész montírozásra (tévén) is itt van lehetőség. Vizuális kapcsolat van (üvegfal) a vezérlő és az oktatóterem között. Ez elsősorban oktatási célok miatt hasznos, de megkönnyíti a stúdióbeszélgetések rögzítését is.

#### **4.2. Feladatok a televíziós újságírás oktatásának területén**

4.2.1. Nem kívánok rangsort állítani a zsurnalisztika ágazatai között, de egy biztos: a televízió világa a hallgatók körében mindig is a legvonzóbb, legdivatosabb volt. Ebből a szempontból ez a szakma a tanszék húzó ágazatának tűnik! Ab ovo: ennek meg is kell felelni! Három alappillérrre támaszkodik a televíziós újságírás. Az egyik a szakmai alapok elméleti és gyakorlati elsajátítása. A másik az egyházi televíziós műsorok megismerése, készítése. A harmadik az Európai Unió újságírói szemmel való megismerése.

4.2.2. A televíziós alapismeretek oktatása tanterv és tanmenet szerint.



Természetesen minden óraadó tanár így oktat, viszont a tanmenetek nincsenek összefésülve. Ezért többször is előfordul, hogy egy nagyobb létszámú csoporton belül a tanulóegységek mást tanulnak. Ennek megváltoztatása kötelező a megközelítően hasonló tudásanyag átadása miatt.

4.2.3. A református egyház, a református hitélet közelebb vitele a hallgatókhoz

A célkitűzés megvalósításához speciális riporttémákat kell megfogalmazni: például pályakezdő lelkész mindennapja egy kis faluban, felújításra váró református templomaink, hogyan segít a hit a kábítószer leküzdésében, a Kollégium nagykönyvtárának elfeledett iratai, kincsei, a főiskola egykori híres diákjai. A témákban a hallgatók ötletekkel, szinopszissal és a jól elkészített riportokkal pályázhatnak egyházi televíziós műsorokba.

4.2.4. A Kölcese Stúdió működésének rendszere

Az *elsőéves hallgatók* még csak minimális mértékben kapcsolódnak be a stúdió munkájába. A szakma elméleti megalapozása nélkül ugyanis nem sok értelme volna a gyakorlatnak. Az ismerkedésen túl több időt tehát nem szükséges eltölteni a stúdióban, mert akkor úgy éreznék magukat, mintha egy jól felszerelt műszaki áruház kirakata előtt állnának. A *másodéves hallgatók* televíziós és rádiós alapismeretek oktatásában tevékeny részt vállalhat a stúdió. Lehetőség nyílik a hír, tudósítás, riportkészítés gyakorlására, valamint az operatőri, a montírozói, a világosítási szakma alapfortélyainak megismerésére. Az év végére pedig mindenki elkészítheti a megfelelő terepszemle, szinopszis elfogadása után az első önálló riportját, részt vehet annak vágásában. Az ilyen „szárnypróbálgatás” már a negyedévi vizsgariport komolyságát is erősítheti, mivel addigra el kell érni azt, hogy nem élete első riportja lesz a vizsgariport, hanem a sokadik! Megkezdődhet a leendő újságírók számára nélkülözhetetlen internetes alapismeretek gyakorlata is. Hogyan tájékozódjanak a Net útvesztőiben, a keresőprogramok használata, az információgyűjtés etikája stb. A *harmadéves hallgatók* a televíziós és rádiós alapismeretének további elmélyítésén túl elkezdődhet a specializálódás, az elektronikus újságírás különböző szekcióival, rovataival a megismerkedés (híradó, magazin, dokumentumfilm stb.). Fontos szempont az önálló műhelymunka feltételeinek megteremtése a harmadéves hallgatók aktív bevonásával. Ennek egyik alapeleme az önálló főiskolai hírműsor készítése. A Kölcese Híradó egyelőre havi rendszerességgel jelentkezik. A másik szempont az internetes alapismeretek keretében felkészíteni a webújságírára az érdeklődő hallgatókat. Tervezik a főiskola lapjának, a Főnix internetes változatának elkészítését. Az ADSL technika térnyerését követően pedig el lehet majd kezdeni az internetes újságírás „csúcának” az oktatását, gyakorlását, amikor a főiskolai híradót és egyéb műsorokat beszerkesztve készítenének a hallgatók egy webtvét. A *negyedéves hallgatók* az első félévben befejeznék a

televíziós szakma alapfortélyainak elsajátítását, és rotációs rendszerben lehetne önálló riportok megforgatását, montírozását és annak közös elemzését elvégezni. A második félévben, pedig elkezdődhetne a vizsgariportra a felkészülés.

#### 4.2.5. Értékelés oktatási-marketing szempontok szerint

A Kölcssey Stúdió új dimenziókat nyithat meg. Rendkívül fontos oktatási-marketing szempont, hogy a stúdióháttér tovább javíthatja a kommunikációs képzés színvonalát, erősítheti a szak pozitív hírét az egész országban! Ez pedig a jelenlegi fejkvótarendszerben nem elhanyagolható körülmény. Emellett a közelgő akkreditációra is jótékonyan hat. A stúdió modern, a jövőbe mutató, kis ráfordításokkal folyamatosan fejleszhető technikája az oktatók és a hallgatók kreativitásával ötvözve, új dimenziókat nyithat meg, és tovább növelheti az intézmény rangját és elismertségét.

### 5. Összefoglalás

A 20. század vége a tömegmédiáé volt. Azt, hogy a 21. század derekán milyen lesz a média, nehéz elképzelni. Az a sokk, amelyet majd akkor élünk át, ha meglátjuk, hogy a ma hétköznapi médiája a múlt relikviájává válik, újból elemi kérdéseket vet majd fel. Mennyire tesznek bennünket sebezhetővé a kommunikációs környezetünkben beálló változások? Hogyan élünk majd, hogyan viszonyulunk egymáshoz, hogyan érintkezünk egymással akkor, amikor az elektronikus hálózatokon végzett interakciók napi tevékenységünk szerves részévé válnak? Többféle forgatókönyv lehetséges; közülük nem egy ijesztőnek tűnik. Meggyőződésem, hogy a Kölcssey Ferenc Református Tanítóképző Főiskolán a kommunikáció szak jó irányba halad a maga által kijelölt fejlődésének útján. Az, hogy az előbb említett forgatókönyvek egyike átalakítja-e a képzés struktúráját, nem tudom. Bízom benne, hogy amíg többségünk családi életét a jövőben is egy fix pont köré szervezi, addig a kommunikáció szak intézménye is ezt a társadalmi mintát követi. Mindenesetre a technológiai invenciót követniük kell azoknak a társadalmi invencióknak, amelyek nélkül az új technológia nem működhetne hatékonyan a mindennapokban. Az újság, a film és a rádió ma – a televízió és az internet térhódítása ellenére – is része életünknek, noha formája és tartalma valamelyest változott. Sőt, azt is tudjuk, hogy az összes tömegmédiium együttesen sem vette át a személyközi és szóbeli kommunikáció szerepét. A rokonokkal, barátokkal, szomszédokkal és kollégákkal való spontán kommunikáció és az emberi közelség iránti igény a jövőben is gondoskodik arról, hogy a központi, egzisztenciális jelentőségű és meghatározó kommunikációs forma a beszélgetés legyen. Az új kommunikációs technológia nem számolta fel a kulturális és tényleges közelséget, mint a társadalmi létezés kulcstényezőjét. Még akkor is, ha technikailag lehetőségünk nyílik az egész világ megszólítá-

sára, változatlanul a családdal és a helyi közösséggel azonosulunk. Ennek ellenére a kommunikációs feszültségek minden szinten nőni fognak. Már most többet tudunk távoli helyekről és emberekről, mint a saját szomszédságunkról – még akkor is, ha e tudás másodkézből származik. Az utazás és a kommunikáció képessé tett minket arra, hogy külföldön is kapcsolatokat építsünk ki, és a nagy földrajzi távolság ellenére fenn is tartsuk őket. A jövőben a határok és a képzeletbeli, egyszerre regionális autonóm és transznacionális közösségek határainak újjászerveződése várható. Ez a jelenség pedig nem csupán a Kölcsey Ferenc Református Tanítóképző Főiskola kommunikáció szakának jelent újabb kihívást, hanem hazánk kommunikációval foglalkozó összes oktatójának is.

## A 2002-es választások újságíró-etikai problémái

Az elmúlt tíz évben a magyar újságírókkal az történt, hogy sokan, talán a többség, elveszítette hitét a szakmájában. A 2002-es választások, a korábbiakhoz mérten is mélyebb médiaetikai problémákat mutattak fel, s az alagút vége mintha nem közelebb, de távolabb került volna. Egyszerűen ezt úgy mondanám, médiaetikailag rosszabb helyzetbe csúszott az ország, mint akár a médiaháború időszakában volt.

### Társadalmi háttér

Állításom igazolásaként előzőleg nem kerülhető meg egy szociológiai, a társadalom egészére történő vázlatos modell felrajzolása. Hogyan is strukturalódott Magyarország a választások ideje alatt? Egyfelől érdemes utalni a civil társadalom szakirodalmára, másfelől a politikai pártokra, ezen belül is a Fidesz és az MSZP, s esetleg az SZDSZ választási kampányaira, végezetül pedig a két szféra között ezt közvetítő médiára. Nyilván, itt és most, minket a média viselkedése érdekel a legjobban, de ahhoz, hogy eldönthessük, a média generál vagy közvetít, valamilyen álláspontra kell jutnunk a másik két szféra tekintetében is.

Véleményem szerint a politikai piárharcok igen aktívak, s mindkét oldalról olykor ellenségeskedők, lejáratók, kirekesztők voltak, még sem lépték át a professzionalitás határait. Például az Orbán Viktornak kezét csókoló idős néni SZDSZ plakátja lejárató szándékához kétség sem férhet, míg a Fidesz másik oldal nemzetietlenként való beállítása szintén nem tekinthető pozitívnak. Mindazonáltal ezek a megnyilvánulások – s politológusok sorolhatnák a többit –, azért nem lépték át a professzionalitás határát, mert a két nagyobb tömb nem elvakultan mondta a magáét, nem veszítette el a fejét, folyamatosan figyelemmel kísérte a társadalom visszajelzéseit, s könnyen változtatott a stratégiáin. A történeteket utólagosan elemzőnek könnyebb dolga van, mint az aktualitásokra reflektáló médiának, hiszen látható módon egyik oldal sem fanatizált a tetlegességig, s a vesztes fél elismerve a vereséget nem ragaszkodott foggal-körömmel a hatalomhoz, a demokrácia egy pillanatra sem volt veszélyben. A politikusok tehát próbálkoztak, de jól felfogott érdekükben, abban a pillanatban megkezdődtek a kiegyezések, amikor a választások a végéhez értek.

A másik szociológiai csoport a civil társadalom, amelynek igazi atomizáltsága csak a szocializmus jellemzője volt, s különösen a rendszerváltás

óta folyamatos burjánzásba kezdett. Még mindig nem tartozik egy magyar állampolgár annyi csoportba, mint nyugati társa, de a szervezetek, piaci kapcsolatok és baráti szálak (szabadidős tevékenységek) megannyi intézményes és intézményesíttetlen hálózatba helyez ma már majdnem mindannyiunkat.

S most arra kérem a tisztelt hallgatóságot, egy rövid kísérletben legyen a partnerem. Legyenek szívesek visszagondolni az elmúlt hetek időszakára, környezetükben hány kapcsolatot láttak szétesni azért, mert az egyik fél a jobb, a másik fél pedig a baloldallal szimpatizált? Vagy számba vehetjük azt is, nekünk hány kapcsolatunk ment emiatt tönkre? – Bizonyára tudnak ilyeneket mondani, de azt gondolom nem túl sokat. S mivel zömében a középkorú és az idősebb generáció van jelen, azt is megkérdezhetem, hogy 1990-ben, a rendszerváltás idején hány kapcsolat szakadt szét, s lettek emberek egymás ellenségei? –

Nos, ha a mérleg serpenyőjébe az egyik időszakot, a másikba pedig az elmúlt választások időszakát tesszük, véleményem szerint nem lehet kétséges a válasz. Akkor szétszakadt a civil társadalom, ma viszont nem. Ami akkor, ketté kellett, hogy váljon, ketté is vált, az elmúlt tíz évben viszont ezeket a politikai megosztottságokat behálózták-befonták az egyéb civil kapcsolatok, s ma nem hiszem, hogy egyetlen piaci viszony, vagy egyetlen szerelem is megszakadt volna azért, mert az egyik fél az egyik, a másik meg a másik politikai tömörülést választotta volna. Ha mégis történt ilyesmi, az nem volt igazi piaci kapcsolat, nem volt igazi barátság, vagy szerelem.

Az ország választóinak mobilizálását maximálisan igyekezett kihasználni Orbán Viktor, nem vonom kétségbe, hogy ideig-óráig ez sikerülhetett is, de ahogy kultúrált környezetben egy sportesemény szurkolótábora nem akarja likvidálni a másik szurkoló táborát – jól lehet a stadionban szimbolikus módon a legkülönbözőbb ellenséges jeleket küldik egymás felé –, ugyanúgy Magyarországon sem volt 2002-ben egy pillanatra sem polgárháborús veszély. Sem a civil társadalomnak sem pedig a politikának nem fűződött ehhez hajlama, érdeke.

S most nézzük meg a médiát. A médiából, s különösen az írott sajtóból egy polgárháború előtt álló ország képe rajzolódott ki. Bár nem hiszek az erős médiahatás elméletekben, melyeket a tudós körök talán jeletősebb mértékben is képviselnek, el kell ismerni, hogy bizonyos körülmények között a hatás felerősödhet. Az egyik ilyen körülmény a befogadó atomizáltságától függ. Vagyis minél inkább híján volt valaki a társadalmi kapcsolatoknak s minél többet fogyasztotta valaki a médiatermékeket, annál inkább hihette azt, hogy az ország kettészakadt állapota tragikus.

Egy másik média hatását felértékelő dolog, ha a vitázó felek nem bírnak megegyezni miként is kell értelmezni egy esetet, egy megnyilatkozást, egy helyzetet stb. Ha a vitázók itt holtpontra jutnak, s nem beszélhetünk köztes

megoldásról, akkor is felértékelődik a média befolyása. (Ilyen volt Kövér László „felakasztásos” kijelentése, melynek értelmezésébe a médiának óriási szerep jutott.)

Egy harmadik média hatását felértékelő dolog, ha információhiányos állapot vagyunk, de ez nem következett be, mert hozzá juthattunk az információkhoz, csupán nem használhattunk egyetlen forrást. Vagyis a magyar média kiegyensúlyozott volt, csak éppen pártosan kiegyensúlyozott.

A továbbiakban már csupán néhány kérdésre kell megkeresni a választ. Az egyik ilyen, hogy mi okozta a közvélemény azon vélekedését, hogy a végletekig megosztott, ha egyszer személyes interakcióik ezt nem igazolták, a másik pedig, hogy milyen folyamatok vezettek ahhoz, hogy a választási időszakra újságíróink jelentős számban feladják szakmai normáikat, s természetesen amellet is szükséges lesz még érvelni, hogy a tömegkommunikációk valóban lecsúszott a pártosság szintjére.

### **A pártújságírás kiterjedése**

Az első kérdésre a válasz szerintem kézenfekvő. A közvélemény azért hitte, hogy az ország menthetetlenül két részre szakadt, mert a médiában ezt közölték velük, mely közléshez természetesen hozzá tartozott a felelős, a Fidesz néven nevezése is. (Vagyis nem azt állítom, hogy a Fidesz nem próbálta meg kettéosztani a magyar társadalmat. Mint ahogy arról korábban szó volt, próbálta, de egyrészt messze nem úgy, ahogy azt a Miép tette volna, nem úgy, hogy ne tudta volna visszafordítani a folyamatokat, s nem úgy, hogy – akár szándékai ellenére is - azzal szét tudta volna verni a társadalom civil szöveteit.)

Ezzel szemben viszont azt állítom, hogy az újságíró társadalom valóban szét volt, szét van, s valószínűleg még sokáig szét is lesz szakadva. Vagyis nem a magyar társadalom, hanem az újságíró társadalom ellenségességéről, „polgárháborús” állapotairól beszélhetünk, s saját világuk ilyen módon való megélését vetítették ki, (projiciálták) a társadalom egészére. Ez természetesen csupán egy pszichológiai jellegű magyarázat, de van néhány strukturális jelenség, amellyel ennek az állapotnak a meglétére joggal következtethetünk. Előbb azonban szeretnék még néhány szót szólni a kampányban folytatott sajtóviselkedésről, annak igazolására, hogy a kettészakadás milyen újságírói etikai vétségek felé terelték a médiát.

Már egy nem is rendkívül alapos, de a bizonyításhoz épp elégséges tartomelemzés a következő eredményeket hozza<sup>43</sup>: a konzervatív sajtóban a

---

<sup>43</sup> Több tartalomelemzést végeztem már magam is, s vezettem ilyen munkát diákság körében is. Minden bizonnyal a közeljövőben lesznek olyan hallgatóim, akiket e témában is lehet majd aktivitásra serkenteni.

másik oldal idegenként jelent meg (lásd az egyik cikk címét: „Miért szúr a kokárda?”) Vagyis fel sem merül se a Magyar Nemzetnél, se a közszolgálati csatornáknál, hogy a Fidesz-akcióiban felismerjék a kettészakítás szándékát. A konzervatív sajtóban a másik oldal alattomos kommunikációs technikákat használ, melyeket többnyire kommunista eredetűnek neveznek, s fel sem merül, hogy a Fidesz is alkalmaz „kommunikációs technikákat”, a szó negatív értelmében, vagy hogy a másik oldal „technikái” is lehetnek legitimek.

A konzervatív politikai vádakot a konzervatív sajtó tovább erősíti, mint például a baloldali populista ígéretésének vádját, vagy a nagyfőként kiszolgáló elvtelenség vádját (Pl. a Vörösmarty téri baloldali tüntetés a „MOL kiszervezők gyülekezete” volt.).

A konzervatív sajtó sokat foglalkozott a baloldali sajtó hangulatkeltésével, például azzal, hogy félelmet gerjesztenek, miépes, sőt fasiszta Magyarországot vizionálnak, vagy a külföldi sajtóvisszhang válogatásaikkal milyen lejárató kampányt folytatnak. A konzervatív sajtó felvállalja azt is, amit még a konzervatív politika sem élez ki. Ilyen az MSZP rasszistaként való kikiáltása, s indoklásul szerepel a státusz törvényből való kilábalásuk, és a külföldi lehetséges munkavállalókkal szembeni előítélet szítása, ilyen a baloldali szavazók „vízfejű lumpenprolik” elnevezése stb. A konzervatív sajtó hibájaként kell még megemlíteni a közszolgálati elektronikus csatornák és a Duna Tv teljes kontroll nélküli, a Fidesz kampányát támogató magatartását.<sup>44</sup> (Lásd például Orbán Viktor beszédeinek egyes közvetítését.)

A baloldali sajtó hibájaként ugyanúgy meg kell említeni a másik szavazótáborral szembeni lekicsinylő megnyilvánulásokat, például a Kossuth téri összefüggéssel kapcsolatban, amely nagyságánál fogva eddig kiemelkedőnek számít, s a megmozgatott társadalmi réteg elsősorban a középosztály, mégis a baloldali lapokban volt ahol „tömegbanzáj” elnevezést kapott.

Aztán egy másik észrevétel, a külföldi lapokból való válogatás tendenciózusossága. A baloldali lapokban lámpással keresve sem könnyű olyan külföldi sajtó-megnyilvánulásra lelnünk, melyben az Orbán kormány elfogadható, s pláne kedvelt partner lenne a nyugat számára, míg a Magyar Nemzetben természetesen ezek találhatóak meg. (Azaz a mindent olvasó számára kiderülhet, hogy körülbelül mi is a nyugat hozzáállása, feltéve, ha tényleg mindent olvas.)

Megdöbbenő a hírekkel való manipulációs visszaélés is. (Egy alaposabb kutatás több ilyen is kimutathat, én csak egy példát említek.) Megmutatom Önöknek a Magyar Nemzet április 19-ei számának címlapját, és a Népszá-

---

<sup>44</sup> Az eredeti előadásban ezt nem említettem, mert egyértelműnek gondoltam, de Székfű András vitához való hozzászólásában mondottaival egyetértve az írott változatot kiegészítettem.

badságnak ugyanezen napi számát. Előbbiben látható egy fénykép is, mely a két forduló közti, a Duna két partján felvonuló, Fidesz mellet tüntetőket ábrázolja. Az esti fáklyás felvonulás a kép tanúsága szerint a folyó két partján hosszan kígyózva, tömegeket mozgató meg. A Népszabadságban viszont nem hogy kép, de még hírként sincs róla említés. Azaz, ha valaki csak egy orgánomot olvasott nálunk Magyarországon, nem ugyanazt az országot látta, nem ugyanazok az események zajlottak a számára, hogy természetesen az értelmezések sokszínűségét már ne is kérjük számon.

Utalnom kell még a Népszabadság egy április 11-ei vezércikkére is, melynek megjelenése kicsit a szerkesztőség álláspontját is tükrözi. Ebben a cikk írója a Kussuth téri tüntetés előtti félelmeit, aggodalmait fogalmazza meg, a várható provokációra, a köztársasági elnök antidemokratikus viselkedésére, a várható robbantásokra, a provokációk szocialistákra kenésére, az egyházak elvtelen kiállítására fogadva. Ezzel kapcsolatban csak két kérdés tehető fel. Vajon az újságíró ennyire félreértette a magyar társadalom lélektanát, szervezeteinek és politikai elitjének (ez esetben a Fidesznek) a szándékait, vagy nem értette félre, de az események előzetes lejárításában akart szerepet vállalni, abban, hogy kétszer is gondolja meg valaki, családi túráként a Kossuth teret választja-e? Itt már azt sem lehet megmondani, melyik a rosszabb.

Manipulációs lehetőségek adódnak az olvasói levelek tendenciózusos válogatásával is. Így például a Népszabadságban olvastam olyan olvasói levelet, melynek írója elkeseredettségének adott hangot, amiért az utóbbi időben kénytelen pártos lapot olvasni, s arra hívja fel a szerkesztők figyelmét, hogy a lapot nem csupán a baloldaliak olvasták eddig szívesen. (Ennek a levélnek a beválogatása akár kiemelkedő pozitív példaként is említhető, s nem valószínű, hogy ellenpárját a másik oldalon megtaláljuk.)

Az olvasói levelek fontossága függetlenül azok közlésétől mediaszociológiai szempontból kardinális. Az újságírók számára – az ilyen keveseket érdeklő konferenciákon kívül – ez az igazi visszajelzés, s egy ország médiája nem független civil lakosságának elvárásaitól, visszajelzési hajlandóságaitól.



## A helyzet oka

Befejező gondolatmenetem a helyzet okát kutatja.<sup>45</sup> A pártos újságírási hajlam okai sokrétűek, s nem is értem igazán, miért nem tudunk kilábalni ebből. A politikai felelősség mellett alighanem ugyanilyen hangsúllyal az újságírók felelősségét is szóvá kell tenni, mivel a szakirodalomban gyakran olvashatjuk, hogy a politika a médiát „asszimilálni” igyekszik, következésképp demokratikus berendezkedések mellett már a média önszerveződésétől, ellenállásától várható a jobb jövő, s nem a politika megváltozásától, amely csak erre az önszerveződésre fog demokratikusabb stratégiákat kidolgozni.

Ha az okok túlságosan is sokrétűek, a jelenség, hogy a választások idejére a média hajlamos lesz pártmédiává süllyedni, strukturálisan megteremtődtek. A közszolgálati struktúrák ellehetetlenülésével együtt három ilyen példát említenék, melyekből – így utólag mondom persze –, látni lehetett volna, hogy a média nem lesz képes a korrekt tájékoztatásra.

A közszolgálat helyzete után – mellyel itt most nincs lehetőségem foglalkozni – egy második helyen vizsgálható strukturális jelenség, hogy az újságírói béke mögött valójában a válás, s nem pedig a közös értékek, a médiaetikai konszenzusok megléte húzódik.<sup>46</sup> A médiaháború idején még voltak veszekedések, az újságírók leültek közös asztalhoz, és igyekeztek meggyőzni egymást. Ma ezek a harcok kimerültek, kifulladás, senki sem akarja már meggyőzni a másikat, nem látunk olyan sajtóklubot, ahol az egyik publicista tud vitatkozni a másikkal. Ma valószínűleg nem ültethetők le ezek az emberek egymással. Ehelyett ATV-ben, és másutt, olyan vitákat – álvitákat – láthatunk, melyek ugyan érdekesek, de méginkább érdekesek maguknak a szereplőknek, akik saját vélekedésüket erősítik meg.<sup>47</sup> A nemzet érdekeit egy

---

<sup>45</sup> A vitában Bajomi-Lázár Péternek volt egy olyan hozzászólása, mely szerint tartalomelemzéssel érdemes volna összevetni a korábbi választási időszak médiaviselkedését a mostanival, melyből kiderülhetne, hogy tételelem, mely szerint mélypontra kerültünk nem feltétlenül tartható. Azt gondolom a hozzászólónak igaza van abban, hogy a tartalomelemzés itt nem mutatna ki rosszabb helyzetet, mint tíz éve. Azon túl azonban, hogy tíz évtől mégiscsak joggal várhatnánk valamit, hiszen demokratikus környezetben, piacilag egyre stabilabban, politikától nem kiszolgáltatott újságírókkal (is) számolhatunk, azt is mondanám a felvetésre, hogy a rosszabb helyzet igazolását tartalomelemzéssel nem lehet kimutatni, hanem épp azzal, ami itt az alábbiakban következik.

<sup>46</sup> Martin József kiegészítő hozzászólása itt rendkívül fontosnak és reményt keltőnek tartom. Véleménye szerint jó úton halad egy egész szakma által elfogadott közös etikai kódex kidolgozása.

<sup>47</sup> Györfly Miklós kritikájára válaszként mondanám, ebben a gondolatban nem arról van szó, hogy a két ATV-s Sajtóklub közé egyenlőséget tennék. Nem mennék egy ilyen érzelmet mozgósító csapdába bele, mely rossz irányba vinné a gondolat-

ilyen sajtóstruktúra meggyökeresedése nem szolgálja, s az ebből való kilábalás a szerkesztők felelőssége.

A harmadik struktúrát megjelenítő példa a politológusok szerepeltetése. Ha már abban a szégyenletes helyzetben van a politológia szakma, hogy vannak jobb és baloldali politológusok – meg ide és oda sorolt közvéleménykutatók –, mindaddig, amíg nekik nem sikerül ebből a helyzetből kilábalniuk, a tömegkommunikációnak természetesen strukturálisan kell biztosítani a kiegyensúlyozottságot. Ám az Ágh Attila, Kéri László, Fritz Tamás, és az ehhez hasonló megoszlások nem kiegyensúlyozottak. Ha esetenként ehhez még hozzá vesszük azt is – s ez tartalomelemzéssel igen könnyen igazolható –, hogy maga az újságírók gyakran baloldali érzelműek voltak, akkor a felállítás már nem is 2:1, hanem három az egyhez, ami kommunikációs szempontból a kisebbségben lévő védekezésre kényszeríti.

Egyfelől ennek semmi köze a kiegyensúlyozottsághoz, s még csak a látzatához sem, azaz jó lenne, ha ilyesmi miatt maguk a szerkesztők is föl-szisszennének, a közönség is, s persze Fritz Tamásnak és másnak sem kell az ilyen helyzetekben szereplést vállalni, az egyenlő esélyekhez mindenkinek joga van. Továbbá egy ilyen helyzetben azt látni, hogy a média embere beszáll a másik kettő mellett a vitába, még a választási küzdelmek idején – s egyébként pláne akkor – a szakmai alkalmatlanság bizonyítéka.

### **Összefoglalás**

A kívánatos épp az, hogy magas presztízsű, sokakat elérő médiatermékek feszültebb légkörben nyugtatóak, ne pedig provokatívak legyenek. Médiaetikai szempontból a sajtónak nem az a dolga, hogy egyik a kormányt, a másik az ellenzékot kontrollálja, minden újságírónak a hatalmat kell kontrollálnia, legyen az kormány vagy ellenzéki, legyen az gazdasági, vagy kulturális eredetű.

Közhelyeket mondok, de a felvázolt valóság miatt ezeket újra és újra el kell ismétlni. Nem az a baj, hogy vannak olyan médiumok, amelyek kiszolgálják egy szűkebb közösségi igényt, a baj az, hogy nincs olyan, s a rendszerváltás óta eltelt évtized után mintha még messzebb kerültünk volna attól, hogy legyen olyan médiumunk, amelyről tudhatjuk, hogy információkat fognak szolgáltatni, véleményeket fognak bemutatni, s nem manipulálni akarnak bennünket. A pártújságírás megléte persze nem tragédia, Nyugat-Európában 150-200 évig domináns volt, nem hiszem azonban, hogy nekünk volna ennyi időnk.

---

menetet. Ami pedig Bolgár személyét illeti, ő az egyik olyan újságíró a kevesek közül, aki a legtovább harcolt az ilyen struktúrák kiépülése ellen, jelen pillanatban mégis személyével épp ezt erősíti.

## A választási plakátok kommunikációja a 2002-es országgyűlési választásokon

Mindannyian tapasztaltuk, hogy a választási harc, a választók kegyeiért vívott küzdelem több harctéren folyt a 2002. évi országgyűlési választások előtt. Hagyományosnak mondható módszerek, csatornák – mint tévéreklám, szórólapok, nagygyűlések – mellett megjelent az SMS- és e-maile-kampány is. De mindezen újdonságok ellenére érdemes az utcán, közterületeken elhelyezett plakátokat, képeket is megfigyelni.

Érdekes, hogyan, mi módon különböztetünk meg annyi képet magunk körül. Mi a különbség a sok kép, portré között? Honnan tudjuk a plakátokon szereplő arcokat elkülöníteni? A válasz egyszerűnek tűnhet: rá van írva. De mi is van ráírva? Mit szeretnének a képviselőjelöltek választás előtt elmondani magukról? Milyen értékeket hangsúlyoznak szavakkal, képekkel, tagadással? Milyen szimbolikus jelentésűek egyes elemek? És ha ezek az elemek keverednek?

Tekintsük át a 2002-es magyarországi választásokban a három parlamenti tényszerű (Fidesz-MPP, MSZP, SZDSZ) óriásplakátjait!

Elsőként a kiabáló kisfiú plakátjával jelentkezett a FIDESZ. A kép üzenete elsősorban a fiataloknak szólt: a fiatal családoknak és a családot tervezni kívánó fiataloknak. A plakát szövege a sokat emlegetett jövőről szól. Az 1998-



as választási kampányok értéküzeneteinek feldolgozásánál megállapították, hogy a *jövő* mint érték az 5. leggyakrabban használt érték volt, melyet csak a *család*, *tisztesség* és az *együtt* fogalma előzött meg. A jövő említése a 2002-es kampányban is erősödött. Folyamatos fejlődés mutatkozott a család szerepének felértékelődésében is. A gyerek és a jövőkép összefonódott.



A képet egymást kiegészítő színek: a narancs és kék uralja. Egy kicsit talán „oda-biggyeszte” szerepel az MDF logója, nem igazán illik oda, és valljuk be, nem is igazán tűnik fel a képen.

Vannak, akik úgy értelmezik, hogy a kiabáló fiúcska felcseperedett, és most ránk

mosolyog az égből a FIDESZ következő óriásplakátjáról. Talán így is értelmezhető. Mindenesetre a színvilág azonos a kiabáló kisfiúéval, viszont a háttér itt az ég felhőkkel és onnan néz le ránk egy szelídnek beállított mosollyal az ország miniszterelnöke.

Kigombolt kék inge közvetlenséget jelöl, a fiatalos lendületű, dinamikus „Viktort” jeleníti meg, arcán a halvány smink, a kicsit narancssárgított száj és a meghagyott ráncok mind az „emberi” voltát igyekszik bizonyítani a plakáton égi magasságba emelkedett szereplőnek. Mint a nap korongja tűnik fel a FIDESZ logója – hasonlóan az előző képhez – és ugyanott szerepel az MDF logója is.

Külön elemzést és előadást megérne a két választási forduló közötti kampánystratégia megváltozása, most csak néhány apró részletre szeretnék kitérni.



A három párt közül egyedül a FIDESZ-nek változott meg teljes egészében az óriásplakátja, a többi párt megoldotta úgy, hogy nagyobb egységes részeket hagyván az eredeti felületen, köszönő, ismételt felhívó üzenetet helyeztek el. Nem így tett a FIDESZ. A kommunikációjuk radikális

változása képi szinten azt jelentette, hogy valamely nagygyűlésről származó tömegkép elé került Orbán Viktor, mint a tömeg vezetője.

Arckifejezése határozottan megváltozott: sokkal szelídebbé, ernyedtebbé vált mosolya, szeme a meghatottság könnyeivel teli, jóságos, szeretetteljes beállítást feltételez. A háttérben a tömegben a nemzeti zászló tűnik fel, mely a két forduló között minden nagyobb megmozduláson szép számmal volt felfedezhető. Az öltözet szinte teljesen ugyanaz, hacsak nem teljesen az: kigombolt kék ing. A tömeg „elkékítése” és a narancs betűk használata egységessé, fegyelmezetté teszik az arculatot.

Szeretetet és összefogást hirdetnek, mely értékek az 1994-es kampányban szerepeltek először, rögtön az egyik leggyakrabban használt értékek között. '98-ban ez a tendencia nem erősödött, viszont most a 2002-es kampányban az ellentétes fogalom párok: *szeretet–gyűlölet, összefogás–szétszakadás* mindenképpen „dobogós” helyen szerepeltek az emlegetett érték kategóriák között – bármely párt retorikáját vizsgálva is.

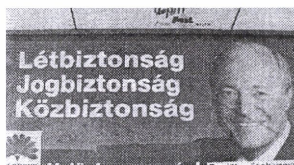
Szöveges üzenetet adott át az MSZP először: két felkiáltó mondat formájában. A kék szín uralkodó, csak a logó piros színe tér el tőle.

Érdekes megfigyelni, hogy milyen információkat közvetít még a reklámhordozó: elárulja a párt webcímét és egy népszavazásra



emlékeztető *Igen*-keresztet helyeztek el a jobb alsó sarokban.

Elemzők számára ez a kép – finoman fogalmazva sem egy kincsésbánya. Általában is elmondható, hogy az MSZP-plakátok nem a hihetetlenül burjánzó kreatív kategóriába tartoznak. Valljuk be őszintén, egy ilyen plakát unalmas.



A következő képen azonban már feltűnik egy arc: Medgyessy Péteré. Őszülő haj, finom ráncok. Szimpatikus mosolygós ember néz ránk – a beállítás nagyon hasonlít az Orbán Viktor-féle plakáthoz. Míg Orbán Vikornak nem látszott ki a fogsora, Medgyessy „fogsorral” mosolyog. Egyes felmérések szerint a magyar ember nem szereti, ha fogpasztareklám-szerű mosollyal próbálnak valamit neki eladni vagy meggyőzni valamiről. Hogy ennél a képnél a fogsor megjelenése ront-e valamit a megítélésen, nem hiszem. De van még egy következménye a kilátzó fogsornak: fogorvosok tudják és tudatják velünk esténként a reklámokban: Magyarországon a fogszuvasodás népbetegség. Ha nem is a valóságban, mindenesetre a plakátron-gálás természetesnek mondható folyamatában – mint azt később látni fogjuk – az ilyen fogak könnyen áldozatul esnek.

A szöveg már megváltozott: mindhárom szóban szerepel a *biztonság*. A biztonság mint érték a '94-es és '98-as választásokban is az első 10-ben szerepelt. A két forduló között a hordozó nem sokat változott: a jobb alsó sarokba került az *együtt* érték, ami mindegyik kampányban vezető helyen szerepelt.

Talán mindenki egyetért abban, hogy a legkreatívabb, legfigyelemfelkeltőbb plakátokkal az SZDSZ látott el bennünket. Azonban rögtön észreveszszük, hogy a színvilága ennek a képnek sem új, váratlan: kék és sárga. Egyébként az SZDSZ egyik alapszíne a kék, úgyhogy ebben sincs semmi meglepő. Szinte ugyanazokkal az árnyalatokkal dolgoznak, mint a FIDESZ.



Az óriásplakátjukon a békés nagypapi ül az ülőgarnitúrán, mellette a picit. A legkezdőbb reklámszakember is tudja – szinte közhelyes – hogy édes gyermekek szerepeltetése fél siker. Főleg úgy, hogy a tévéreklám is erősíti ezt a plakátot. Két mondat olvasható: *Tegyük rendbe a dolgokat!* és *Váltsunk kormányt!* Míg a FIDESZ-plakáton állító mondat, illetve hitvallás szerepel, addig a két párt: MSZP-SZDSZ szövegekben a felszólító mód dominál, cselekvésre ösztönöznek, felrázóak.

Az SZDSZ a például Geszti Péter által kitalált szóviccel, látványos elemekkel kommunikál, aminek több magyarázata is felvethető: kevesebb pén-

ze jutott a kampányra, ezért a viszonylag kevesebb plakáttal kellett többet mondjon: ezért van, hogy süket, vak és néma embereket, orvosi táskákat vagy épp legatyásodott embereket mutat plakátjain.



A '98-as FIDESZ sikeres kampányában egy egész csapat volt látható: a FIDESZ, mint egy kisebb társaság. Hasonló volt egyébként az SZDSZ *Hogy tartsuk a jó irányt* című plakátja is (három magas ember: Demszky, Kuncze és Magyar Bálint beszélgetve haladtak az utcán).

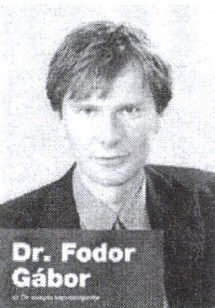
A képeken megfigyelhető, hogy most a pártoknak nagyobb a centralizált jellege – már ahogy a plakátok magukért beszélnek – és egyszemélyes marketinggel foglalkoztak a kampánystábok. Ugyanakkor a csapatmunka jelenik meg a kisebb szórólapokon, kopogatatócédula-kérő lapokon.



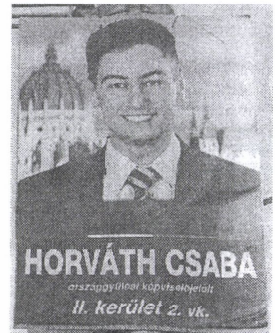
De nemcsak a kampány volt jellemző erre az időszakra, hanem az ellenkampány is. Minden választásra jellemző, hogy a negatív értékek is előkerülnek, így volt már '98-ban is a lopás, rablás negatív érték megjelenésekor.

Minden pártnál megfigyelhető, így a FIDESZ-nél is, hogy egységes a keret, nem újdonság ez sem, hiszen az eddigiekben is így volt. Az összes plakátot a kék és narancs uralja, és mindig ott van a FIDESZ-logó alatt az elmaradhatatlan MDF is.

A jelöltek megjelenése kiegyensúlyozott. Férfiaknál általános a szolid vagy kissé ünnepélyes elegancia: öltöny, ing és nyakkendő. Az öltöny színe legtöbbször sötét, melyhez világos (halványszürke, halványkék vagy törtfehér színű) inget választottak. Az arc barátságos sugárzó, jellemző az enyhe mosoly.



Mindezek igazak az MSZP plakátjaira is, azzal a különbséggel, hogy itt kicsit nagyobb volt az egyéni jelöltek szabadsága. Megfigyelhetjük Horváth Csabánál a név felett van egy keskeny nemzeti színű csík, míg Filló Pálnál ugyanez nincs meg. A többi párthoz képest sokféle alakú, formájú plakátot használtak, a két forduló között is.



Az SZDSZ megjelenésének jellegében csatlakozik az előző két párthoz: szelíd mosoly, általában kék ing, sötét öltöny, szolid elegancia, kék szín.

A MIÉP-nél a zöld szín és a nemzeti zászló volt jellemző a háttérben.

A színeket tekintve a FIDESZ-nél adott volt a már 12 éve működő narancsszín. Ez akkor is nagy bátorság volt, de mivel a párt megjelenésében tükröződött a fiatalos, az extrém, a különös vállalása, jól illett az arculathoz. A 2002-es választásokon ez kiegészült a késsel, amivel nagyon szépen kiegészítik egymást.

Az MSZP-nél szintén adott a piros szín, a virág színe. De emellett az MSZP is a kék színt használta. Az SZDSZ egyik alapszíne szintén a kék. Színpszichológiai szempontból a kék a „legbékésebb” szín. Felmérések tanúsága szerint a nők szeretik a kéket nézni, látni. Ha a politikában való felhasználásáról beszélünk, a kék még egyik pártnak, oldálnak sincs „elkötelezve”. A késsel szemben a zöld a nemzeti oldal sajtója, a 2002-es kampányban az MDF, a MIÉP és a kisgazdák használták.

A vörös szín történelmileg meghatározott: az MSZP és a Munkáspárt használja.



Az MSZP meglepte a hölgyeket egy nőnap ajándékkal: megajándékozta a gyengébbik nemet a 2002-es évvel.

1998-ban még mindig igaz volt: a politika a férfiak dolga. Egyedül G. Nagyné Maczó Ágnes volt „asszony a talpán”. A nőknek a politikában való elfogadottsága azóta is folyamatosan erősödik.

A politizáló nő elegáns, ápolt, mosolygós, bizalmat sugároz. Öltözete hétköznapi elegáns, ügyel a kiegészítőkre: sál, fülbevaló. Lendvai Ildikót gyakran látjuk mélyen dekoltált ruhákban, miniszoknyában, amivel ő mutatni szeretné, hogy komoly, felelős politikus létére azért nő maradt 50 év felett is.

A FIDESZ–MDF-nél egyértelműen Dávid Ibolya az első számú nő. Mióta a FIDESZ is „fölfedezte” magának, az elnök asszony sok gondot fordít megjelenésére. Több – nem biztos, hogy mérvadó – közvélemény-kutatás szerint ő a legjobban öltözött közszereplő hölgy.





Az SZDSZ-nél két hölgyet emelnék ki: Kóródi Máriát és Béki Gabriellát. Kóródi Mária új hajszínnel és formával lepte meg választóit, de ő is figyel a kiegészítőkre (részletekre) is. Modern nő Béki Gabriella is, aki egyre gyakrabban képviseli az SZDSZ érdekeit. Kevesebb darabszámú plakátján, melyen gyerekével jelenik meg, már a hétköznapi elegancia jelenik meg: piros garbó, fehér klipsz. A hajviselet modern, rendezett.

Béki Gabriellánál – és még több képviselőjelöltnél – előfordult, hogy gyermekével együtt fotóztatta magát: így tett Horváth Csaba is a II. kerület MSZP-s jelöltje. (Emlékeztetésként két óriásplakáton is szerepelt gyerek mint jövőkép.)

Nagyon hatásos egy nagy felületet ugyanazzal a plakáttal betölteni: A Margit híd Medgyessy híddá változott egy időre. Felül Medgyessy, alatta az MSZP-s helyi jelölt, a FIDESZ-nek már csak alul maradt hely. Stratégiai szempontból a hordozó a budai oldalról jövőknek erősíti meg a hagyományosan MSZP-s elkötelezettségét.

Külön kategóriát képeznek a csak szöveges plakátok, melyek akár képileg: táblázattal, kereszttel próbálják bevésni a választók agyába az üzenetet.

Nyelvi lelemény is megmutatkozik a választási plakátok szöveges üzeneteiben. A Centrum Párt kampányában szerepelt az *Elég a zöldségekből!* mondat, utalván a narancsra és a szegfűre – a kicsi szépséghibától eltekintve: miszerint a narancs gyümölcs a szegfű pedig virág –, biztosan figyelemfelkeltő volt, és jelölte a párt irányvonalát. Az SZDSZ *Lop-stop* táblája jól megjegyezhető, kiváló (reklám)fogás volt.

A plakátrongálás – mint említettem – szintén hozzátartozik a választáshoz. Kicsit deviáns, kicsit az egyoldalú kommunikációt próbálja korigálni, kicsit az önmegnyilatkozás vágyából fakad, olykor talán ízléstelen vagy vandál, mindenesetre természetes.



Végezetül – bár a megfigyelési szempontok még tovább bővíthetők lennének – meg kell még említeni a Soros Alapítvány által finanszírozott reklámkampányt a választási részvétel buzdítására, mely úgy tűnik – kissé botrányos fogadtatása ellenére – a választások részvételi arányait tekintve mindenképpen hatásosnak bizonyult.



**A KOMMUNIKÁCIÓ OKTATÁSÁNAK  
MÓDSZERTANI KÉRDÉSEI**



## Jegyzetek a felsőfokú újságíróképzés két hagyományáról

### 1. A magyarországi helyzet – manapság

#### 1.1. Manapság nincs újságíróképzés

Kétségtelen, nem mindig volt így, mert például az 50-es években – igaz – elég rövid ideig volt újságíró szak az ELTE Bölcsészettudományi Karán; voltak is e szakon végzettek, köztük sokan jó nevű újságírókká váltak. Manapság viszont nincs, se az ELTE-n, se másutt; pontosabban nincs olyan akkreditált egyetemi (vagy főiskolai) szak, amely *újságíró* szakmamegnevezéssel adna diplomát.

Államilag elismert posztgraduális újságíró-képzés azonban folyik manapság is Magyarországon: a MUOSZ Bálint György Újságíró-iskolájában. Ez a képzés eredetileg zárt beiskolázású volt, vagyis csak olyanok jelentkezését fogadták el, akik már valamelyik napilapnál, hetilapnál, esetleg havilapnál dolgoztak, és felvételüket a lap főszerkesztője támogatta. Manapság efféle korlátozás már nem létezik, lényegileg bárki kérheti felvételét.

Tény az is, hogy a szomszédos Ausztriától a tengerentúli USA-ig számtalan felsőoktatási intézményben folyik egyetemi, illetőleg főiskolai szintű újságíróképzés, nem egy helyen önálló fakultásba szerveződve, vagyis nem egyetlen tanszék keretében oktatva a teljes kurrikulumot, hanem több különböző tanszék feladatává téve az egyes, esetenként szakmailag igen különböző feladatok, tematikák gondozását.

#### 1.2. Manapság kommunikátorképzés van

Manapság – majdnem egy évtizede – Magyarországon létezik akkreditált *kommunikátorképzés*, amely zárulhat egyetemi és főiskolai diplomával egyaránt. Ebben a képzésben – mint ez más szakok esetén is gyakorlat – különböző szakirányú elágazások lehetségesek a kurrikulum szintjén. Ezen szakirányok között lehet *újságíró* is, aminek elvégzése a szak megnevezése mellett diplomabejegyzést jelenthet például így *kommuniátor (újságíró)* vagy *kommunikátor (intézményi kommunikáció)* és így tovább. A jelenlegi szabályozás értelmében minden diplomát adó képzés keretében több szakirányt kell a képzési intézménynek felajánlania: vagyis nincs benne semmi rendkívüli. A képzést az oktatási miniszter rendelete a képesítési követelményekről szabályozza.

Manapság Magyarországon több egyetemen (így például az ELTE-n, a PPKE-en, a PTE-en, a SZE-en), illetőleg főiskolán (így például a BKF-en, az EKF-en, a KJF-en, a VJTF-en) folyik kommunikátorképzés és benne nyilvánvalóan 'újságíróképzés' is.

Tény az is, hogy a szomszédos Ausztriától a tengerentúli USA-ig számtalan felsőoktatási intézményben folyik egyetemi, illetőleg főiskolai képzés olyan szakokon, amelyek Magyarországon *kommunikátorként* vannak egyéséssítve. A kurrikulumok elég változatosak, noha maguk a képzések egyértelműen társadalomtudományi végzettséget adnak, és így általában a társadalomtudományos képzést adó tanszékek, illetőleg fakultások vesznek részt benne.

## **2. Néhány jellegzetes különbségről e kétféle képzési hagyományban**

### **2.1. A kurrikulumok különbségéről**

Az újságíróképzés ott, ahol van ilyen – természetszerűen – arra helyezi a hangsúlyt, hogy az újságírás szakma, amelyet el kell sajátítani. Meg kell tanulni írni, sőt jól írni, amely ezerféle módon kapcsolódik a nyelvhelyességgel és a stilisztikával. El kell sajátítani azoknak a műfajoknak a sajátosságait, illetőleg sajátos különbségeit, amelyekben egy-egy feldolgozandó téma megvalósul. Ehhez igen gyakran jó háttérrel adnak a sajtótörténeti ismeretek. Ugyanígy esetenként kifejezetten szükséges a sajtójogban való jártosság legalább azon a szinten, hogy az újságírónak legyen (jogi értelemben vett) problémadata. És mindezek mellett ismernie kell azokat a technológiai körülményeket, amelyek közepette elő kell állítania termékét, a cikket vagy éppen magát a rovatot: ehhez jártasnak kell lennie a tipográfia, a képszerkesztés, sőt a laptervezés elemeiben is: a tipográfussal, a képszerkesztővel vagy a laptervezővel akkor tud ugyanis sikeresen együttműködni és lesz a termék megjelenése az adott körülmények között optimális, ha könnyen szót értenek, amelynek feltétele a – mondjuk így – közös nyelv, vagyis a tipográfussal, a képszerkesztővel vagy éppen a laptervezővel közös nyelv. Lehet, természetesen, finomítani még ezeket például annak mentén, hogy az újságíróképzésen belül célszerű megkülönböztetni a nyomtatott mellett az elektronikus médiumokban (rádió, tv, on-line) jártos újságírókat, az újságírókat és az újságszerkesztőket és így tovább Amennyiben volna újságíróképzés a mai magyar felsőoktatásban, akkor mind egyetemi, mind pedig főiskolai szinten megjelenének részeként az általánosan művelő tárgyak, amelyek között egyaránt lehetne pszichológia, szociológia vagy valamilyen módszertan, vagyis megjelenhetne benne a társadalomtudományi képzés is..

A kommunikátorképzésben azonban dominál a társadalomtudományi felkészítés abból kiindulva, hogy a kommunikátor a társadalmi kommunikáció valamely szegmensében tevékenykedik majdan, és arra van szüksége, hogy a

társadalmi kommunikáció egészének funkcióját, részleteinek működését egyaránt értse. Ennek hátterében az a megalapozott felismerés van, hogy a társadalmi kommunikáció mint a társadalom egyik alrendszere azt a 'kötőanyagot' adja, amely biztosítja magának a társadalomnak az integráltságát. A társadalmi kommunikáció zavara a társadalom zavarát jelenti, a társadalmi konfliktus a társadalmi kommunikációban artikulálódik, ezért a kommunikátornak mindig az egészre is tekintettel kell a rá jutó szegmensben feladatát megoldani. Ez az a mentalitás, amellyel összefüggésben felértékelődik az ún. tényfeltáró (vagy oknyomozó) újságírás; ennek okán szoktak a három tradicionális hatalmi ág mellett a kommunikációról, gyakran szűken gondolva erre csak a tömegkommunikációt értve rajta, negyedik hatalmi ágról beszélni. Ha ennek a koncepciónak a fényénél tekintünk a kommunikátor szak jelenleg érvényes képesítési követelményeire, érthetővé válik, hogy miért fontos a társadalmelemzésre való felkészítés, miért helyez hangsúlyt a miniszteri rendeletben közreadott követelményrendszer arra, hogy ne egyetlen társadalomtudományi háttérből (mondjuk a szociológiából) lehessen ezt elvégezni, de – elvben felkészült legyen a diplomás szakember arra, hogy különböző perspektívákból legyen képes megközelíteni egy-egy társadalmi konfliktust (az említett szociológiaiak kívül például szociálpszichológiai vagy kulturális antropológiai perspektívából is). Ez egyáltalán nem jelenti azt, hogy az újságírásra specializálódni óhajtó leendő diplomástól a kommunikátor szakon nincs elvárva a gyakorlatias felkészültség a sajtóműfajokban vagy éppen a laptervezésben.

A két képzési filozófia szerinti különbség mindazonáltal nem árnyalatnyi, nem is az arányokat érint, hanem azt, hogy mit is tekint egyik vagy másik képzési filozófia meghatározónak, kiindulópontnak.

## **2.2. Az elvárt gyakorlati tapasztalatok különbségéről**

Elvben mind az újságíró, mind a kommunikátor kurrikulmányának jelentős százalékát a gyakorlati képzés kell, hogy kitöltse. Különbözik azonban a gyakorlat tárgya az egyik, illetőleg a másik esetben.

A jelöltnek meg kell írnia különböző műfajokban, különböző tematikákban („rovatokban”) jelentős mennyiségű cikket ahhoz, hogy 'inasból' 'segéddé' váljék felkészültségét, tapasztalatait tekintve. Ha ez nem történik meg, akkor elvben lehet ugyan felkészült, de semmi garancia arra, hogy *élesben* is megállja a helyét. És itt a „élesben”-en van a hangsúly. Tény, hogy az újságírás gyakorlat, praxis, de az is tény, hogy erre nem lehet felkészülni pusztán *védett* iskolai (tantermi) körülmények között. Lehet ugyan stílusgyakorlatokat folytatni, lehet különböző műfajok sajátosságait gyakorolni, de nem lehet iskolában valós problémákat, szerkesztőségi munkakörülmények között tanulmányi célokkal feldolgozni. Lehet, természetesen,

iskola mellé olyan körülményeket telepíteni, amelyekben keresztül megvalósíthatók az újságírási képzés igényei (követelményei). Talán a Budapesti Kommunikációs Főiskola és az Info Rádió kapcsolata érzékelteti, hogy ha kivételesen is, de ez is megvalósítható. Talán hasonló helyzetet sikerült teremteni a székesfehérvári Kodolányi János Főiskolán is. Viszont az is látnivaló, hogy ezek a megoldások sem az iskolarendszerű oktatásba viszik be az újságírást, hanem csak a környékére. Innét nézve az is érthető, hogy miért nevezik időnként az újságírókat „másoddiplomás” pályának: gyakorlati, újságírói tapasztalatok előterében lehet magát az újságírói gyakorlatot is hatékonyan fejleszteni.

A kommunikátorképzés gyakorlatiassága társadalomelemzési gyakorlatokat jelent: terepmunkát, azt az analízist (és az analízisre való felkészültséget), amely a valódi tényfeltárás módszertani megalapozása volna. Ma már nagyon világosan látszik, hogy a társadalomtudományok empirikus vizsgálati módszerei nem az adott társadalomtudományok megnevezéseinek mentén különböznek egymástól. Ugyanazt a módszert (és kiértékelési metodikát) egyaránt használja a szociálpszichológus és a szociológus vagy a kultúrakutató és a kommunikációkutató. És ugyanezek a módszerek módszerei az oknyomozó újságírásnak is. Csakhogy maguk a módszerek ritkán mechanikusan végrehajtható receptek, általában a társadalmi folyamatok megértésében járatos szakemberek tervező és értő kivitelező tevékenységét igénylik.

Amennyiben a kommunikátorképzésen belül jelenik meg az újságíróképzés szakirányként, akkor ennek a szakiránynak a gyakorlati képzésében az újságíróképzés gyakorlatigénye is meg kell, hogy jelenjen. Ennek összes következményével együtt.

### **3. A magyar felsőoktatás által eddig meg nem válaszolt kihívásokról az újságíróképzéstől a kommunikátorképzésig terjedő sajátos területen**

#### **3.1. Igényli-e a diplomát a mai magyar társadalom?**

Minden kétséget kizáróan ma Magyarországon mind az újságíró diplomára, mind pedig a kommunikátor diplomára van igény, vagyis hosszabb ideje folyamatosan túljelentkezés regisztrálható a képző intézményekben a kommunikátor szakon és ez fokozottabban érvényes azokban az intézményekben, amelyek újságíró szakirányt (vagy ennek valamilyen más elnevezés alatt futó változatát, például az intézményi kommunikációt) is hirdetnek. És nincs különbség az államilag finanszírozott hallgatói helyek és az önköltséges helyek között. Ezért a tartósan alulfinanszírozott állami fenntartású intézmények és a nem állami fenntartású intézmények egyaránt az önköltséges helyek számának növelésével reagálnak a (piaci) lehetőségekre. Manapság már elmondható, hogy a néhány éve nagy presztízsnek örvendő kommunikátorképzés elindult a presztízsvesztés útján. Megfigyelhető, hogy mindig vannak

olyan szakok, amelyek – különböző okokból – felveszik azokat a felsőoktatásba törekvőket, akiknek nincs határozott pályaképük. Sokáig ilyen volt például a bölcsészeten a *népművelés* szak, manapság ilyen funkciót is látszik ellátni a *kommunikátor* szak.

Kiáltóan más a helyzet azonban, ha a munkáltató oldaláról vesszük szemügyre a terepet: gyakorlatilag kommunikációval kapcsolatos állás nincs szakirányú diplomához kötve. A munkavállalók nem a végzettség alapján, sokkal inkább felvételi interjú, próbamegbízás vagy próbaidő alapján esetleg referenciákra hagyatkozva döntenek a kommunikációs munkakörök betöltéséről. Ez így van a kifejezetten újságírói munkakörök betöltése esetén is.

Ráadásul mindez olyan társadalomtörténeti körülmények között, amelyekről bizonyosan állítható, hogy benne a kommunikációs alrendszer szerepe, jelentősége megnőtt. Nem csak ennek felismerésével értékelődött fel a helyzet, mint erre volt már korábban utalás, de az információfeldolgozó technológiák forradalmának tekinthető (és még le nem zárult) változása, átalakulása, illetőleg az új kommunikációs médiumok megjelenése okán. Ma nem arról van már szó, lehet-e a három klasszikus hatalmi ág mellett egy negyedikről beszélni, hanem inkább arról, hogy az információs (vagy éppen tudás-) társadalom egészen új kihívásokat támaszt az egész társadalommal és benne a felsőoktatással szemben is.

Erre az új helyzetre a felsőoktatásnak mindenképpen fel kell készülnie, akár a jelenlegi tényleges kihívások pillanatnyilag másféle trendjei ellenére is. Ma Magyarországon nem csak sajtószóvivőt, kommunikációs igazgatót, art-directort, szervezeti kommunikáció szakértőt nem képeznek; nemcsak roppant leszűkített közkapcsolati (PR) szakértő képzés folyik; de a rövidesen megjelenő új kihívásokra – mintha – egyáltalán nem folya felkészülés (bár egy-egy ellenpélda mindig akad), például az infokommunikátor, a médiatervező, a kommunikációsstratégia-tervező, a kommunikációs szervező, a kommunikációfejlesztő [nem csak tréner], a kommunikációelemző, a kommunikációkutató képzésére, és ez a felsorolás egyáltalán nem tekinthető teljesnek.

### **3.2. Van-e ma sajátos szerepe az értelmiségi képzésnek?**

Két dolgot kell világosan látni e tekintetben. A magyar felsőoktatás hosszabb ideje tartósan feladatának tekintette a legkülönfélébb professziókra való képzés mellett az értelmiségivé válás segítését, vagy ahogy leegyszerűsítve mondani szokás: az értelmiségképzést. Erről a törekvéstről azonban bizvást megállapítható, hogy nem vezetett eredményre. Igaz, mérni sem törekedtek az eredményt. És manapság egyáltalán nem mutatható fel olyan intézményesedett törekvés (tiszteltetreméltó személyes teljesítményeken túl), amely a problémát koncepcionálisan törekedett volna megragadni és követ-

kezményekkel teli ajánlatot tenni. Néhány nem szakspecifikus tárgy kötelezővé vagy kötelezően választhatóvá tételével van jelenleg letudva a feladat.

A másik látnivaló helyzet a magyar felsőoktatásba bejutó diákok intellektuális-morális helyzete a mai avagy akár csak a majdani értelmiségi szerepvállalás tekintetében. Ennek az összképnek sem az egyébként aligha kikerülhető hallgatói létszámemelésekből adódó tömegesedés nem kedvez, sem Magyarország szervesnek nem nevezhető társadalomtörténete az elmúlt évszázadokban és az elmúlt évtizedekben egyaránt. Ezek ugyanis azt a kultúrát, amellyel a hallgatók átlépik a felsőoktatás küszöbét, roppan töredezetté, nagy fehér foltokkal telivé tették, s így magukat a diákokat értékorientációjukban nem tudják felvértezni.

Ez a helyzet az értelmiségi szerepvállalás egyetlen terepén sem jó, de fokozottabb veszélyt jelent olyan hagyományosan szabadúszó (free lance) értelmiséginek tekintett professziók esetén, mint az újságíróé. Az értelmiségi szerepvállalás összefüggésében a megalapozott és kellően kiterjedt és személyessé lett kultúra nélkül az újságíró kiszolgáltatottá vált (és válik ma is) a pillanatnyi helyzetben és csak személyes invenciója segítheti át egy-egy nehéz helyzeten. Ez viszont társadalmilag túl nagy kockázat.

Erre a helyzetre telepszik rá a második modernitásokat élő társadalmak (ilyen a magyar is) korábbi társadalomszervezettségükhöz képest is jelentősen átalakult, kidolgozódott és szorosabbá vált szervezete. Ebben az új helyzetben a korábbi értelmiségi attitűd, lényegileg a pálya széléről való kritikagyakorlás a társadalom jobbításának igényével, lehetetlenné válik. A közjó szolgálata manapság már szinte kizárólag csak szervezeten belülről lehetséges. Ha viszont az értelmiségi beépül egy-egy (társadalomszervező) szervezetbe éppen azt a függetlenséget veszti el, amely legnagyobb garanciája volt annak, hogy csak az igazságnak legyen elkötelezve. Ez még akkor is igaz, ha a mai értelmiségi szervezetekben való megjelenése nem tekinthető a társadalomtörténetből ismert honorácior-értelmiségi státusának. Az a szakértői státus, amit ma a társadalom szervezetében az értelmiségi el tud foglalni értelmiségiként másféle társadalmi státus: a mai Magyarországon még eléggé kidolgozatlan és bizonytalan. Ez sem kockázatcsökkentő helyzet.

A problémakör részletes kifejtése itt és most nem lehetséges, legyen elég annyi, hogy ebben a második modernitását elő társadalomtípusban felértékelődik az etika szerepe. Ez az etika azonban sajátosan kommunikatív etika.

### **3.3. Egyetemi és/vagy főiskolai diplomára van-e szükség?**

A mai magyar helyzet az, hogy *kommunikátorképzés* folyik mind egyetemi, mind pedig főiskolai diplomával zárulóan. *Újságíróképzés* azonban sem egyetemi, sem főiskolai diplomával záruló formában nem folyik, pontosabban szakirányként folyik a *kommunikátorképzés* keretében.



Továbbá, az egyetemi, illetőleg a főiskolai diploma képesítési követelményeit összehasonlítva az is nyilvánvaló, hogy nincs a két diploma között valódi tartalmi különbség. A dokumentum azt sugallja, hogy nem lehet különbséget tenni az egyetemi és a főiskolai szint között. Gyanítható azonban az is, hogy ez a tény nem kizárólagosan a *kommunikátor*képzés specifikuma. Talán túl messze vezetne e probléma átfogó vizsgálata, legyen elég itt és most annyi, hogy a magyar felsőoktatásban – főként az EU-integráció okán – elindult, szokásosan bolognai folyamatnak nevezhető, változási események az elkövetkező években ezt a képzési területet is érintik majd, attól teljesen függetlenül, hogy a társadalmi kommunikációval kapcsolatos professziók, a professzionális különbségek kiérlelődtek-e már addigra: vagyis differenciálódtak-e a társadalmi kommunikációval kapcsolatos szerepek (illetőleg ezek a differenciák sztenderdizálódtak-e) oly mértékben, hogy különbséget lehet tenni köztük a tekintetben, hogy különböző válaszokat igényelnek a felsőoktatási kurrikulumokban a főiskolai, illetőleg az egyetemi diploma között.

### **3.4. Graduálisan és/vagy posztgraduálisan megszerezhető diplomára van-e szükség?**

A *kommunikátor*képzés jelenleg érvényes képesítési követelményei előírják egy másik diploma meglétét a diploma kiadásának feltételeként. Ennek az igénynek a következményeként szokás tekinteni a felvételnél kötelező kétszakosságot, amelynek lehetnek ésszerű társadalomszerezési okai, de nehéz érvelni a megoldás mellett a szakma perspektívájából.

A képesítési követelményekben szereplő másik diplomára vonatkozó feltételnek ugyanis lehet más oka is. Az például, hogy a kommunikátor szerepe szerint *valamivel* kapcsolatban teszi azt, amit tesz. Ahhoz, hogy ezt jól tesse (mindenekelőtt a képzés alatt, vagyis választott pályájára való felkészülési időszakában) szükség van egy olyan professzionálisan kezelhető tematikára, amelyen a kommunikációs felkészültségek kialakíthatók; s ha már egyszer ezek kialakultak, át is vihetők más tematikákra (az első esetben azonban még nincs mit honnan átvinni, ezért kell ezt sajátos módon megoldani).

Mindebből az következne, hogy ideális esetben mind a kommunikátor-képzést, mind ennek részeként vagy függetlenül tőle az újságíróképzést az első diplomát követően, posztgraduális formában volna célszerű hozzáférhetővé tenni. Bizonyosnak látszik azonban az is, hogy ez a jelenlegi viszonyok között túl nagy lépés volna: a kompromisszumokat a másik diplomára vonatkozóan a párhuzamos képzésben lehetne látni; egyébként pedig a jogászképzésben vagy az orvosképzésben jól bevált *szakvizsga* létesítésével lehetne kezelhetővé tenni a sajátos képzési problémát.

## Műhelymunka az újságíró-oktatásban

Nem tagadom, büszke vagyok arra, hogy iskolánk – a Bálint György Újságíró Akadémia – a kezdeményezője, gazdája a hazai újságíró-oktatás legtöbb intézményében haszonnal forgatott könyvsorozatnak, a Sajtókönyvtárnak. Hogy kommunikáció szakos hallgatók államvizsgáján, médiaismeret-ikről számot adó tanárjelöltek szigorlatán az egész országban visszahalljuk az 1994 óta immár hatodik kiadásban megjelentetett *Műfajismeret* meghatározásait és példáit. Hazai viszonylatban nem is olyan régen még kísérletnek szántuk az újságírás oktatását szolgáló, magyar nyelvű segédkönyveket, a Sajtójogtól a Sajtónyelv ismerettáráig, és elmondhatjuk, hogy a sorozat – hála rangos szerzőinknek, az iskolában tanító Bernáth Lászlótól Kapitány Ágnesig és Gáborig, Popper Pétertől Székely Lászlóig – bevált.

De éppen a legsikeresebb, a *Műfajismeret* a bizonyíték rá, hogy tanönyvből legjobb esetben is csak szakmánk elméletét lehet elsajátítani, nem pedig gyakorlatát, nem az írás mesterségét. Írni csakis *írás közben* tanulhatnak a pályára készülők, méghozzá folyamatos és módszeres gyakorlás, szervezett műhelymunka keretében.

Ma már régóta megcáfolt tapasztalat, amire elődeink esküdtek, hogy ilyen „tanműhely” csak szerkesztőségben szerveződhet. Tartok tőle, hogy a miénk volt az utolsó újságíró nemzedék, amelynek még megadatott, hogy mesterei egyenként is hajlandók voltak – illetve ráértek – kezdők kézíratait faragni, csiszolni. A mai rohanó szerkesztőségi életben a laptulajdonosok, szerkesztők és rovatvezetők már lehetőleg készterméket, javításra nem szoruló kéziratot várnak a gyakornokoktól is. Aki az elvárásoknál gyengébben teljesít, nagyon hamar kiesik a versenyből.

Többesztendő szerkesztőségi munka után hozzánk visszalátogató fiatalok is némi nosztalgiával emlékeznek arra az időre, amikor még minden hírük, riportjuk, glosszájuk értő és alapos bírálatot kapott a tanórákon, amikor mindennapos gyakorlat volt a megmértetés. Sokaknak ez hiányzik legjobban életük első munkahelyén.

De hol tanulja meg a pályakezdő a hírárás ábécéjét, az interjúkészítésnél nélkülözhetetlen kérdezőtechnikát, ha a szerkesztőségben kritika nélkül közlik (vagy nem közlik) műveit? Nyilvánvaló, hogy még a felkészülés időszakában, az iskolai, egyetemi, főiskolai műhelyekben. A média szakoktanmenetében (jó esetben) kiemelt helyen szereplő műfajismereti órákon. A

gyakorlatnak szentelt idő arányán, az elméleti és gyakorlati ismeretszerzésre fordított energiák megosztásán mindenkor lehet vitatkozni, de úgy gondolom, ez most nem az a fórum, ahol a curriculumok belső arányait vitathatnánk. Azt is csak zárójelben jegyzem meg, hogy tantárgyunk elnevezése, ha nem is félrevezető, mindenképpen hiányos: a műfajismeret a sajtó esztétikája, sőt anatómiája. Megismerése valóban nélkülözhetetlen a pályán. Ám nálunk ez az elnevezés valamiféle gyűjtőfogalomná lett, hiszen ennek keretébe soroltatik a tanultak alkalmazása, az újságírás gyakorlata is. Ezért, ha némileg nagyképmű is hangzik, mégis a gyakorlatban megkerülhetetlen az angol „creative writing” megnevezés.

A mai előadásnak e tantárgy *módszertanáról* illenék szólni.

Alapvetésként fogadjuk el azt, amit Lengyel Péter író, a bölcsészkar szűkebb körű oktatás didaktikai alapelveiről állított: „A módszer a tolvaj-iskoláé: valaki, aki már elég órát eltöltött a pályán becstelenségben megöszült fejjel, a kezdővel tarthat a portyán. Nem együtt csinálják: a tanonc dolgozik, és a vén csirkefogó itt-ott ritkán, szakszerű megjegyzéseket tesz. A jelölt saját munkájának példáján próbálja bemutatni a könnyű kéz technikáját. A pancser kiválasztását, a macskatalpú megközelítést, s hogy hogyan kell a végén észrevétlenül tovább passzolni a sajrét. S meg lehet nézni egyedül, közelebbről a múlt nagy csibészeinek egy-egy húzását. Ebben a szakmában – s innen már nem a zsebmetszésről beszélek – a húzások megmaradtak.”

A „húzások” ez esetben nyilvánvalóan a tanulható és tanítható példák: természetesen nem a kriminológia kimagasló fejezetei, hanem kiemelkedő újságírói teljesítmények – Móricz riportjaitól Ady publicisztikájáig, Móra Ferenc vezércikkeitől Bálint György jegyzetéig. Ezeknek a klasszikus szövegeknek példaértékében nagyjából mindenki egyetért. Oktatásuk követelésével az ember tanárként – úgy hittem – nyitott kapukat döngtet. Azután kiderült, hogy többen is vannak szakmánk jelesei között, akik vitatják, sőt elutasítják ezeknek a példákknak az oktatását, mondván – ennek semmi köze a modern újságíráshoz. És való igaz: az internetes újságírás például más normák, igények szerint folyik, más a nyelve, mások az olvasó elvárásai. Ez azonban szerintem egyáltalában nem érvényteleníti az elmondottakat. Műveltségem állítom, hogy az oktatásra kiválasztott példaszövegek nem feltétlenül és nem kizárólag hallgatóink sajtótörténeti műveltségének megalapozását szolgálják, hanem emellett szemléltetőeszközként, modellként (is) használandók. Aki megtanulja szekvenciáira szétszedni és logikusan összerakni az olvasottakat, az nyomon követheti, mit miért kérdez beszélgető partnereitől Kosztolányi Dezső, hogyan építi fel a jelenségtől a lényeghez közelítő jegyzeteit, egy-egy jól választott, eredeti metafora segítségével Bálint György.

De az is igaz, hogy korántsem csak mások – jó esetben a legnagyobbak – szövegeiből, cikkeiből lehet tanulni. Sokszor egy sután megfogalmazott

vagy éppen hiányos hír is alkalmas szemléltetőeszközzé válik az órán, Az ilyen félresikerült közlemények felolvasása egyrészt (és elsősorban) figyelmes olvasásra és kritikai közelítésre szoktatja a hallgatókat. Másrészt még meg is nyugtatja, hogy azért nem csak az általuk fogalmazott mínuszos hírből maradhat ki a hol vagy mikor kérdésre válaszoló, alapvető információ. Megesik ez másutt, „jobb családokban” rangos, országos lapokban is. Tanulmányos is, mulatságos is lehet a hírfírás normáival ismerkedőknek egy olyan kurta, autentikus hírügynökségtől származó közlemény, amelyben a lead arról informál, hogy „Egészséges, négykilós fiúgyermeknek adott életet Bulgáriában, B. faluban, egy J. D. nevű, kilencvenkét éves parasztasszony”. Aki órán kézbe kapja a nyomtatott (országos lapból tallózott) közleményt, az már is örömmel fedezheti fel a hibát, hogy hallgatónk az abszolút érdektelen, mindennapi tényt emeli ki a hír hőséneke ugyancsak figyelemre méltó, rendhagyó életkora helyett.

Természetesen magam is elengedhetetlennek tartom a hírérték fogalmát taglaló amerikai és hazai definíciók megismertetését, az e körül gyűrűző viták nyomon követését. Ám a kritériumok iskolás felsorolását, szerencsésen egészíthetik ki a klasszikus ellenpélda, például Örkény István valamelyik egyperces híre vagy álhíre.

Íme néhány bevált szöveg tanítható kedvenceim közül:

*„Megette a saját lábát*

Mendelényi Géza, a Tej és Tejtermék Fölvásárló Központ előadója, kistepesti háza kertjében csontig leette a húst saját bal lábáról. Tettéknek oka: hivatali bosszúságok.

*Halált okozó rósejbní*

Özv. Kovács Lőrincné óbudai nyugdíjas az este rósejbnit sütött vacsorára. Alighogy az elsőt megette, gyomrához kapott és meghalt. A boncolásnál a rósejbnin kívül egy csokor hóvirágot, egy OTP kölcsönrel vásárolt KIJEV fényképezőgépet és a Rozsdatemető című regényt találták meg az idős asszony gyomrában. Az orvosok véleménye szerint ezek az oda nem való tárgyak is szerepet játszhattak Kovácsné szerencsétlen halálában.

1949

Rajk László külügyminisztert, a párt régi harcosát, saját kérésére halálra ítélték. A kivégzés a kölcsönös egyetértés és bizalom jegyében folyt le, kis számú meghívott előtt.

*Hivatalos kormányközlemény*

A kommunizmus eszméinek világméretű győzelme után.

Balog II. István, a bábolnai állami gazdaság lócsutakolója megkezdte rendes évi szabadságát. (Magyar Távirati Iroda)”

\*

Az efféle közlemények felolvasása természetesen nem csak derűtséget válthat ki az órán. Okot és mód ad rá, hogy a hírek fogalmazását, az író szóhasználatát is tüzetesen megvizsgáljuk. Nem szólva arról, hogy minden hírben megjelenik cseppben a tenger, a kor, a világ és az újságírói tevékenység úgy, ahogy egy író látja.

A glosszairás mesterségét és művészetét is érdemes jól választott, a hallgatók tetszésére is számító példákon bemutatni. Diurnus gyűjteménye alapján többi között a napi politikai és az általánosabb érvényű pszichológiai példázat találkozását bizonyíthatjuk. Esterházy Péternél a tömörség a glosszairó kötelező fegyelmét, a csattanó pedig a legsajátosabb sajtóműfaj irodalomközeliségét példázza. Hogy hogyan? A jelen történelme nála belefér egy háromsoros írásba: „Néhány éve Várady Szabolcs autójában maradt a Jugoszlávia térképem. Tegnap visszaadta. Országok mennek, országok jönnek, de a költők megbízhatósága örök.”

De mégsem ez, a mégoly tanulságos, míves, idegen (klasszikus vagy kortársi) szövegek élveboncolása, szétszedése, összerakása, szerkezetének és stílusának elemzése az egyetlen és nem is a legcélszerűbb oktatói fogás. Ennél is lényegesebb az az újságírói tevékenység, amit a hallgatók otthoni feladataik elkészítése és a kész munkák megvitatása közben maguk végeznek. Ennek azonban meghatározott tanrendi és szervezeti feltételei is vannak. Meggyőződésem, hogy újságírást igazán csak kiscsoportokban, folyamatos műhelymunkával, egyéni foglalkozást biztosító (szűk) keretek között lehet – és érdemes! – tanítani. A sajtótörténeti vagy sajtójogi előadások színvonalára és főként hatékonyságára elsősorban a tanár felkészültségétől, előadásmódjától, másodsorban a hallgató érdeklődésétől és szorgalmától függ. De az újságírónak készülő diákok és pályakezdők nem minden nehézség nélkül megszerkesztett mínusz híreit már egyenként kell megvizsgálnia a tanárnak és az óra résztvevőinek. És nem árt a leadet, a bodyt külön is elemezni, ha a tutor azt akarja, hogy tanítványa ne csak megtanulja, de alkalmazza is a szabályokat.

Csak a közmondás hirdeti, hogy más kárán – példáján – tanul az okos. Újságírást, évtizedes tapasztalatom alapján állíthatom, a kezdő leghatékonyabban saját, közszemlére bocsátott kéziratának kollektív korrekciójából tanulhat. Amikor tegnap még tökéletesnek vagy legalábbis hibátlannak vélt otthoni munkája felolvasását követően tanárai és (vagy) diáktársai a felesleges szavak, mondatrészek kiiktatását sürgetve, fejére olvassák a locsogást, a nehezen összeállt cikk megvalósult kompozíciójának aránytalanságát, esetenként a fogalmazás pontatlanságát. De nem kevésbé tanulságos az sem, amikor a vita résztvevői felszínre hozzák, értékelik azt – a szerző objektivitását, humorát vagy a frappáns alcímeket – ami a tanulócsoporthoz véleménye szerint elismerést érdemel. A glossza ismerve tankönyvből, jegyzetből is

megtanulhatók, de hogy a gyakorlatban a sok közül melyik napi bosszúságunk válik be glosszatémának, az csak tucatszámú elvetélt vagy eltévesztett glosszakíséret kudarcát elemezve derül ki.

A glossza persze az a különös műfaj, amelynek témáját, tárgyát a hallgatónak majdnem minden esetben saját magának kell megválasztania. Más műfajoknál viszont többnyire a tanár határozza meg a feladatot. Tapasztalataim szerint azonban itt is célszerű bizonyos szabadságot biztosítani a leendő hírlapíróknak. Tehát elegendő azt megjelölni, hogy készítsenek, mondjuk, egy, az egészségügy valamilyen aktuális problémájához kapcsolódó, azt taglaló interjút. De ezen belül ki-ki maga választja meg, hogy orvossal, nővérrel, kórházigazgatóval vagy az elfekvőben senyedő beteggel óhajt-e beszélgetni. Hasonló módon szabhat meg a tanár egy-egy közérdekű hívó szót, amikor óra végén előrebocsátja, hogy a következő hét riporttémája például a munkanélküliség. A diák azután eldönti, hogy a munkaközvetítőbe vagy egy munkanélküli romacsaládhoz fog ellátogatni, csödbe ment vállalatnál vagy álláshirdetésre jelentkezők egy csoportjánál érdeklődik.

Elvben elképzelhető lenne, hogy egy teljes tanulócsoport egy időben azonos személlyel készítene interjút, és az órán azt vizsgálnánk, kinek a kérdései a legjobbak, ki csikarta ki a kérdezettből a legeredetibb válaszokat. Ez azonban a gyakorlatban az interjúalany iránt tapintatlanságnak tűnne, kifárasztaná, untatná, és nem is kecsegtetne látványos eredménnyel. Éppen ezért inkább egy *valóságos* személlyel folytatandó *képzelt* beszélgetéshez érdemes, a lehetséges kérdéseket megtervezve közösen körüljárni a témát. Sokszor tíz perc elegendő arra, hogy a hallgatók papírra vessék, mit kérdeznének a kiválasztott, a valóságban többnyire számukra megközelíthetetlen interjúalanytól. A felolvasás módszere ilyenkor gyermekkorunk „ország-város” társasjátékára emlékeztethet: mindig az olvassa fel kérdését, aki még el nem hangzott ötlettel jelentkezik.

Tapasztalataim szerint a hallgatók egy része szívesen szerepel az órán, más része viszont ódzkodik házi feladatának, írásának felolvasásától. Márpedig a majdnem kizárólag írásbeli vizsgákhoz, tesztekkel történő megmérettetéshez szokott újságírójelölteknek is meg kell tanulniuk szerepelni. A felkészülés idején senki sem sejtheti, nem vezet-e az útja már a pálya kezdetén vagy évekkel később a médiához. Nem fogja-e induló nyomtatott sajtós karrierjét rádiós tevékenységre cserélni. De nem csak erről van szó. Minden újságíró tudja, hogy a nyomtatott sajtóban dolgozó pályatársak számára is elengedhetetlen, hogy tudjanak, merjenek szűkebb és tágabb szakmai nyilvánosság előtt (pl. sajtótájékoztatókon) megjelenni, szólani, felszólalni.

A megméretés persze a felolvasás után következik. Ilyenkor a tanár – jó esetben, jó csoportban – egy ideig háttérbe húzódhat, és tanítványaira bízhatja a bírálatot. A diákmunkák kritikusai – akiknek az órán az írások elemzése

során mindent szabad, csak a „nekem tetszett” vagy a „nekem nem tetszett”, érvekkel alá nem támasztott szubjektív minősítés tilos – a viták során egymástól is tanulnak. Elsősorban persze írni, fogalmazni, szerkeszteni. De másodsorban bírálni és – nem utolsósorban – a bírálatot elviselni is.

A tanár számára a legnagyobb öröm, ha tanítványai elveszik a kenyerét, ha órán ők mondják el egymás írásaival kapcsolatban a leglényegesebb kritikai észrevételeket akár a témaválasztással, a szerkezettel, akár az egyes megfogalmazásokkal kapcsolatban.

Tagadhatatlan, hogy nem csak a cikkeknek, a bírálatoknak is kialakulhatnak az egyes csoportokban a *sztereotípiái*. Tanév derekán már megfigyelhető, hogy *A* minden társának írását túl hosszúnak, *B* inkább egyenetlennek tartja, *C* pedig a dolgozatokban előforduló szóismétlések kipellengérezésére specializálódik. Ilyenkor a tanár feladata helyretenni, kiegészíteni a kritikát.

A rossz mondatok korrekciójára viszont általában nem neki, hanem a szerzőnek vagy az írást bíráló társának kell javaslatot tenni. A tanár inkább csak választ a hallgatók által felajánlott variációk között. Megfigyelhető, hogy ha a bírálat tárgya a szóismétlés, az érintett fél majdnem mindig a szó második, harmadik előfordulását igyekszik kiküszöbölni, és meglepődik azon, hogy gyakran az először leírt (később megismételt) szót vagy fordulatot célszerűbb helyettesíteni.

Az írások tüzetes elemzése nemegyszer felér az egyébként természetesen nélkülözhetetlen sajtónyelvi órák tanulságával. Hiszen a diákok itt tanulják meg – saját bőrükön, szövegükön – tisztelni a szavak értékét, hangulatát. Saját mondataikat visszahallgatva értik meg, hogy mi a különbség a *hit* és a *vallás* között, mikor *mosolyog*, *somolyog*, *nevet*, *kacag*, *röhög* vagy *vigyorog* valaki. Milyen stilisztikai megszorításokkal kell élnie a hírszerkesztőnek, ha nem akarja megsérteni az objektivitás sérthetetlen szabályát. Hiszen nyilván egészen mást jelent annak megállapítása, hogy egy tüntetésen ötezren vagy ötvenezren *vettek részt*, vagy ugyanannyian *zarándokoltak el* a helyszínre, esetleg *csődültek össze* a szervezők hívó szavára. Hogy ugyanaz a jelző, ami egy irodalmi riportban nemcsak megengedhető, de hangulatos, eredeti, és meghökkentő, egy tárgyilagos eseménytudósításban stílusterésnek hat.

Sokszor csapnak össze órán a nézetek a szlengszavak használata körül. Mikor megengedhető riportban, interjúban a köznyelvinél lazább, esetenként akár triviális stílus, milyen mentséget, vagy magyarázatot kínál, ha az újságíró megszólaltatott partnerének *saját* szavaira, az elhangzott (és magnón is szereplő) szövegre utal. Ilyenkor a tanárnak előítélet-mentesen, és a készülő írástervezet közlési fórumát is tekintetbe véve kell döntenie, anélkül, hogy saját nézeteit és stílusát erőltetné rá a nála nemzedékkel fiatalabb, tehát más nyelvi közegben nevelkedő diákra. Bevallom, hogy ha egy hallgatóm általam nem ismert szót, kifejezést használ – mert ez is előfordul – *megszavaztatom*

a társaságot. Az a kifejezés, amit csak a szerző ismer és használ, a szöveg közérthetőségét kérdőjelezi meg. Ám ha a csoport fele, harmada ismeri, sőt használja is a vitatott szót, akkor a tanárnak kell örülnie, hogy újra tanult valamit a fiataloktól.

Az a szolidaritás és az az egészséges versengés, ami nálunk a műfajismereti órákon rendszeresen kialakul, nyilván még magasabb szintet is elérhetne, ha módunk lenne kitérni a falakat annak érdekében, hogy hallgatóink közös élményévé válják az anyaggyűjtés, a riportkészítés. Ehhez persze érdemes lenne a nálunk gazdagabb, nagy hagyományú oktatási intézmények közös élmény- és anyaggyűjtő módszereit is átvenni. Günther Wallrafftól, a zseniális német riportertől tudom, hogy tanítványai időről időre együtt is megmerítkeztek a valóság sűrűjében. Közös (és nem formális) gyárlátogatásaik egyéni feldolgozása kiváló iskolája volt a riportírásnak. Ilyen alkalmakkor megmutatkozott az egyes hallgatók társadalomismerete, érzékenysége, kíváncsisága, kapcsolatteremtő ereje és íráskészsége is. Az oslói újságírófőiskola diploma előtt álló hallgatói rendszeres két-három hetes közös külföldi tanulmányutakon ismerkednek meg a kiválasztott távoli ország nevezetességeivel, kultúrájával, társadalmi problémáival és fiátságával. Még mielőtt géphez ülnek, már menet közben módjuk van rá, hogy megfelelő tanári irányítással szelektálják is a későbbiekben megírásra érdemes anyagot. Az eredmény – gondolom – ilyenkor a legjobb érv a hallgatóság körében felettből népszerű módszer (és az ehhez szükséges befektetés) igazolására.

Az elmondottakból félreérthetetlenül következik, amire már korábban is utaltam, hogy írni tanítani csak kis csoportban lehet. Tanárnak is, diáknak is tudomásul kell vennie, hogy a felsőoktatásban résztvevők számának folyamatos emelése lehet fontos politikai, stratégiai cél, ám az iparszerű és volumenű diplomagyártás technológiája kivédhetetlenül eltér (és el is fog térni) a szoros tanár-diák kapcsolatra építő, mindkét féllel szemben maximális intellektuális igényeket tápláló szakmai elitképzéstől.

Elméleti vagy történeti ismereteket minden szinten lehet prelegálni. A zsúfolásig telt tanterem még egyaránt inspirálhatja is a tanárt és a diákot. A bölcsészkar hajdani, jó emlékezetű hatos termében Lukács György éppúgy telt ház előtt mondta, motyogta az esztétika történetét Kanttól Hegelig, mint Füst Milán, akinek esztétikai show-műsorain soha nem lehetett egyetlen tüt sem leejteni a zsúfolt tanteremben. Még arra is emlékszem, amikor a frissen átkeresztelt Marx Károly Közgazdasági Egyetem lovárdányi tantermébe sem fértünk be a pártpolitikus tanár előadásain, és ezért a katedrara elhelyezett mikrofonon közvetítették a tant a tanár nélküli előadóterembe szorult diákság okulására. Legfeljebb a szemináriumokon alakulhatott ki, ha egyáltalán kialakult, valamiféle személyes kapcsolat. De boncolni már akkor sem fal-kában tanították a medikusokat, és a Zeneakadémián is személyre, hangra



szólóan alakították ki hangképző módszereiket a legfelkapottabb élettanárok. Miért éppen az újságírás gyakorlata lenne kivétel?

Sajnálatosnak érzem, hogy sokszor éppen a szakmai oktatás elitjét jelentő egyetemi és főiskolai médiaoktatásban érvényesülnek napjainkban – anyagi érdekből – az ezzel ellentétes tendenciák. Márpedig piacorientált képzés ide, fejkvóta oda – eredményes újságíró-oktatást nem lehet nagyipari módszerekkel végezni. A kiscsoport a mi legnagyobb luxusunk, és ennek érvényre juttatását, megvédését talán könnyíti, ha azzal fejezem be, hogy a mi taneszközünk, *a szöveg* viszont nagyságrenddel olcsóbb a többszertendős számítógépnél is. Ha nem félnék, hogy ezzel magát a módszert is lejáratom, még azt is megkockáztatnám, hogy nekünk, akik újságírást, műfajismeretet, creative writinget tanítunk – legfőbb szemléltetőeszközünk ingyen van.

Csak felhasználása, alkalmazása kerül esetenként bizony sok munkába.

## Sajtóelmélet és műfajismeret

Elméletellenes ország vagyunk. Ez a megállapítás némi ellenkezést válthat ki, hiszen köztudott, hogy a magyar oktatásügy egészének azt szokták felróni, hogy túlságosan elméletcentrikus, ellentétben például az amerikai-val. Ami nem azt jelenti, hogy a gyakorlati oktatásnak nincs semmi szerepe nálunk, csupán azt, hogy a gyakorlat mögött elutasítanak minden elméleti alapvetést. A gyakorlatot attól tartják gyakorlatnak, hogy a mögött nincs semmiféle elmélet. Egyes szakterületeken, például az újságírásban is, gyakran vással kísérik, ha a hétköznapi tevékenységhez elméleti alapokat keresnek. Az a vélekedés, hogy a kutyát se tanítja senki ugatni, aztán mégis tud, tehát az újságírást sem lehet tanítani, csak gyakorlatban, a szerkesztőségekben, az elektronikus média műhelyeiben, sok idős kolléga máig dédelgetett – és gyakran hirdetett – elképzelése a szakmájáról.

Hosszú előtörténete van annak, hogy ez miért alakult így nálunk, és érdekes módon kezdetben inkább nyelvészek voltak más véleményen. Igaz, ők elsősorban az újságírók nyelvi oktatását tartották nagyon fontosnak. Figyelemre méltó példája ennek a Magyar Nyelvőrben 1918-ban megjelent írás. Szerzője Komjáthy Sándor, aki Újságírók Főiskolájának igényét jelentette be, két részben publikált tanulmányában. „Nem szabad túrni – írja egyebek között –, hogy egyetlen éretlen érettségivel valaki a nemzet instruktorának csapjon fel.” Később Zsedényi Béla, aki akkor a Miskolci Evangélikus Jogakadémia professzora volt – nevét sokan onnan ismerhetik, hogy 1945-ben a debreceni Ideiglenes Nemzetgyűlés elnöke lett – speciálkollégiumot hirdetett az újságírás témakörében. Előtte azonban körbejárta Németországot, ahol 1927-ben már Münchenben és Lipcsében sajtótudományi tanszékek működtek, sőt: Lipcsében már hallgatók is beiratkozhattak erre a tanszékre. Zsedényi arról is tud, hogy akkor már Amerikában 28 állami és 50 alapítványi egyetemen gyakorló újságíróképzés folyik. (Arról talán nem tudott, hogy Pulitzer József jóvoltából, a századeleje óta önálló újságíró egyetem működött – s működik máig – New Yorkban.) Németországból hazatérve tapasztalatairól kis könyvecskét is írt A sajtótudomány létjogosultsága és feladatai címmel, ami Miskolcon jelent meg 1929-ben. Ebből kiderül, nem tartja kizártnak, hogy egyszer, később mifelénk is meg kell majd próbálkozni az újságírók gyakorlati képzésével, de első lépésként pusztán elméleti kutatásokat javasol. Sajnálatos módon ezek a kutatások sem indultak meg akkor.

Annak felismerése pedig, hogy az újságírás leggyakorlatiasabb részét, a műfajokat és azok egymáshoz való viszonyát is tisztázni kellene elméletileg, fel sem merült. Solt Andor, aki eredetileg drámatörténész volt, de átvezényelték az Eötvös Egyetem Újságíró Tanszékére, frissen szerzett tapasztalatai alapján írt egy dolgozatot a Magyar Sajtó című szaklapban 1956 tavaszán, amelyben a műfajismeret oktatásához elméleti alapvetést lát szükségesnek. Sajnálkozva állapítja meg, hogy „a formalizmus veszélyétől való félelem miatt nem foglalkoznak még szakemberek sem a sajtóműfajokkal”. S hogy ez a félelem nem volt alaptalan, azt jól mutatta Dersi Tamás esete, aki – később – megpróbálta a műfajok viszonyrendszerét tisztázni. Ennek az lett az eredménye, hogy őt, aki akkor szinte egyedül foglalkozott az országban sajtótudománnyal, akinek köszönhető, hogy a Magyar Sajtó nagy összefoglaló munkájának legalább két vaskos kötete elkészült, sürgősen leváltották az Újságíró Szövetség Sajtótudományi szakosztályának az éléről.

Most nincs rá időm felsorolni azokat a további lépéseket, amelyek végül egy műfajismereti tankönyv megszerkesztéséhez és most már a 7., lényegesen átdolgozott és egy egész új fejezettel bővülő, kiadás előkészületéig vezettek.

Két összefüggésben szeretnék kifejtetni néhány gondolatot a műfajismeret elméleti kérdéseiről.

Az egyik, hogy lehet-e, érdemes-e törvényszerűségeket, szabályokat keresni és meghatározni, s mintegy ráerőltetni a gyakorlatra? Bocsássanak meg a triviális, de talán szemléletes példáért. A magasugrás igazán „gyakorlatias sportág”, bizonyosfajta tehetség nélkül próbálkozni sem érdemes vele. A testnevelés és ezzel összefüggésben az orvostudomány, mégsem mellőz olyan vizsgálatokat, hogy mondjuk, milyen izomerő kell ahhoz, hogy egy 70 kilogrammos súlyt átemeljünk 210-220 centiméteren. Vagy mikor lehet a repülő test súlypontját, a most divatos háttas, kitalálójáról floszbörinek nevezett stílusban, a lécc fölé emelni. Az étkezési normákról és a terhelési menetrendről most nem is beszélek. Természetesen egyetlen, „tudományosan megalapozott” edzőnek sincs semmi biztosítéka, hogy a tanítványából olimpiai bajnok lesz, de talán több esélye van erre, mint annak a kollégájának, aki csak a maga korábbi magasugró tapasztalatai alapján próbál foglalkozni ugrójával, s még az esetleges, tőle lényegesen eltérő, testalkatot, súlyt sem veszi figyelembe.

Ennél komolyabb példákat is mondhattam volna, de talán ezzel a végleteken „gyakorlatias” tevékenységgel kapcsolatban felmutatható elméleti alapozás jól érzékelteti, mire gondolok. Miközben én sem hiszek – főleg az amerikai – példákban, amikor a gyakorlat minden kis mozzanatát elemeire bontják, és cellapok meg spirálos könyvek kivehető lapjainak a segítségével akarnak elméleti alapokat biztosítani a gyakorlati tevékenységekhez. Az

elmélet használhatósága igen nagy mértékben személyiségfüggő, és a mi szakmánkban ugyanilyen jelentős a „médiafüggés” is, ami azt jelenti, hogy másképpen hasznosulhatnak az elméleti ismeretek egy bulvárlapban, egy értelmiségi elitlapban, egy folyóiratban vagy a kereskedelmi televíziózásban. De az elméleti alapok elsajátítása semmiképpen sem felesleges tudálékoskodás.

Akkor mégis milyenek azok az általánosítható szabályok, amelyek elméleti alapokként felhasználhatóak? Vannak-e ilyenek egyáltalán, s ha vannak, mennyire korfüggőek, mennyire kötődnek bizonyos médiatípusokhoz az írott vagy az elektronikus sajtóban?

Nem szeretnék, nem is tudok, valamennyi kérdésre válaszolni, de egy-némelyikére megpróbálok feleletet adni. Műfajról – általában – csak akkor érdemes, akkor lehet beszélni, ha vannak felismerhetően azonos, akár tartalmi, akár formai jegyek. Csak ezek alapján lehet, műfaji értelemben, csoportokról beszélni. Ha vannak ilyen felismerhető, azonosítható elemek, akkor ezek és csak ezek lehetnek a keresett műfaji szabályok. Ezek egymásra épülő rendszere is általában meghatározható, ezért a gyakorlatban is felhasználható.

Nem úgy, mint a matematika vagy általában a természettudomány törvényei, bár érdemes felfigyelni arra, hogy a fizika egyes, eddig elfogadott törvényeit ma sokan vitatják. (Nemrég láttam egy BBC-filmet a szobahőmérsékleten létrehozható magfúzióról, amit a tekintélyes fizikusok nagyobb csoportja képtelenségnek tart, mert szerintük ez ellentmond az atomfizika törvényszerűségeinek. Mások viszont esküsznek rá, hogy ez igenis lehetséges, bár még nem tudják pontosan a jelenség magyarázatát, de számtalan, a világ különböző laboratóriumaiban megismételt kísérlet igazolja, hogy ilyesmi létezik. S ennek azért van óriási jelentősége, mert ha a kísérleteken túl is megtalálják a hasznosítás technikáját, akkor az emberiség odahagyhatja a szén és az olajat, mint eddig legfőbb energiaforrásait. A fizikusok vitájának tehát nem akármilyen tétje van.)

A műfaji szabályok természetesen még vitathatóbbak, de léteznek és használhatóak. Az én elképzeléseim szerint valahogy úgy, mint a hagyományos sorvezető, ami a levélpapír alá rakva, lehetővé teszi, hogy szép, rendezett és egyenes sorokkal írjunk, mondjuk, a kedvesünknek – ha még egyáltalán írunk leveleket. Sokan, bizonyos gyakorlat vagy jó megfigyelőkészség alapján, a műfaji „sorvezető” nélkül is elég megbízhatóan írnak hírt, tudósítást, riportot vagy publicisztikát. Ám éppen a kezdők, a tanulók számára egy ideig nagyon használható „segédeszköz” a műfajismeret sorvezetője. Ezzel összefüggésben felmerülhet, hogy törekedni kell-e ezeknek a szabályismereknek az egységesítésére az oktatásban? Törvénnyel, egyébként sem létező külső erőszakkal, előírásokkal nem lehet és nem is szabad és nem is érdemes

ezt az „egységesítést” erőlteni. Ilyen vitákkal, mint ez a mostani, publikációkkal, a vizsgatapasztalatok kicserélésével viszont érdemes elősegíteni, hogy a műfajt oktató tanárok, legalább néhány alapkérdésben, közelítsenek egymás véleményéhez.

A másik gondolatsor, amit még szeretnék kifejteni az, hogy manapság a legdinamikusabb fejlődési lehetőségeket a különböző tudományágak határterületein találni. A műfajelmélet, mint a sajtótudomány egy szűk szegmense, határterületein sokszor érintkezik az informatikával és az irodalomtudománnyal.

Az informatika különösen fontos, mert talán bizonyítani sem kell, hogy minden információ forrása: bármiféle változás egy korábbi állapothoz képest. Tekintettel az élet minden területének állandó változásaira, az élet, a világ szüntelenül eláraszt bennünket friss információkkal. Ez forrása minden hírnek, ami viszont minden műfajok alapja. A puszta, cím nélküli hírtől kezdve az interjún, riporton, a publicisztika legkülönbözőbb formáin át az irodalom határterületét is képező esszéig. Természetesen minden változásról beszámoló hír annak függvényében hasznosítható, értékesíthető a média számára, hogy melyik milyen széles és milyen típusú fogyasztók számára „csomagolja az információkat”.

Ugyancsak az információelmélet ad magyarázatot, képletet a hírek szenzációértékére vonatkozóan. Közismert, hogy az információ értéke annál nagyobb, minél több benne az addig ismeretlen elem. (Az ismert és ismeretlen elemek bizonyos arányának megtartása mellett természetesen, mert a csupa ismeretlen jel nem dekódolható.) A média hírei is annál szenzációsabbak, minél több váratlan, a bekövetkeztével legkevésbé számítható esemény szerepel benne. Gondoljanak földrengésekre, barlangba szorulásra vagy Diana hercegnő autóbalesetére. (Szeretném itt megjegyezni, hogy az én megítélésem szerint a hír értéke és szenzációértéke nem ugyanaz: a kettő eshet egybe, de ez nem mindig következik be.)

Végül az irodalomtudománnyal közös határterületek. Az irodalom műfajait igen sokan és sokféleképpen definiálták, de egy meghatározásban nagyjából mindenki egyetért. Abban ugyanis, hogy alapvetően három nagy csoportja létezik, s ez a líra, epika, dráma. A Wallek–Worren szerzőpáros kitűnő könyvében, Az irodalom elméletében nagyon ésszerű magyarázatát adják a különbségtételnek. Ennek az a kritériuma, hogy a szerző miként van jelen a művében. A líra az a műfaj, ahol a szerző a legszemélyesebben, közvetlenül van jelen. Természetesen akkor is, ha minduntalan nem utal önmagára a versben. Ezzel szemben a dráma az a műfaj, ahol a szerző megpróbál leginkább elbújni a szereplői mögött. (Gondoljuk Shakespeare-re, aki nyilvánvalóan nemcsak Hamlet bőrébe bújt, hanem Poloniuséba, Claudiuséba, sőt Ophéliáéba is.) Az epika viszont olyan átmenet a kettő között, ahol a szerző

közvetlenül is megszólalhat, mint a lírai énje, más szereplők bőrébe is bújhat – gondoljunk Flaubert-re, aki azt mondta, hogy „Bovaryné én vagyok” –, és benne lehet a leírt tárgyokban, a természetben is.

Jóllehet a funkció, a feladatok tekintetében alapvetőek a különbségek az irodalom és az újságírás között, mégis, azt hiszem, nem nehéz felfedezni, hogy a sajtóműfajok három nagy csoportja, lényegét tekintve, ugyanezen kritériumok alapján, ugyanígy meghatározható. A lírának megfelel a publicisztika, a drámához hasonlóan a hírben, információban, tudósításban „el kell tüntetni magát” az újságírónak, és itt is van egy átmeneti műfaj, a riport, ami nagyon nagy hasonlóságot mutat egyébként is a novellával, de a magam – vitatható – besorolása alapján, ide tartozónak vélem a portréinterjút is.

Szabadjon kölcsönvenni még egy idézetet, ez alkalommal egy Person nevű irodalomtudóstól, aki ezt írja: „Az irodalmi műfajokat intézményes imperatívusznak kell tekinteni, melyek kényszeríthetnek ugyan, de teret engednek az író kényszerítő befolyásának is.” Az irodalmi műfajok ilyen „laza” felfogása ellenére, senki sem vonja kétségbe, hogy 12-14 éves gyerek előtt, már az általános iskolában, szó essék az irodalmi műfajokról. Hogyan lehetne hát kétségbe vonni a sajtóműfajok elméleti kérdéseinek oktathatóságát a jövőbeni újságírói számára?

## Mi a médiatörténet és oktatásának mi a haszna?

A kérdésselvetés mesterkéltnek látszhat, a válasz viszont egyértelműnek. Mivel a képesítési követelmények a felsőoktatás kommunikáció szakai részére előírják a „kommunikációs technológiák és történetük” elnevezésű tárgyat (129/2001. Korm. Rendelet és mellékletei. *Magyar Közlöny* 2001. 80. sz.), a médiatörténet oktatása ebben a formában adottságnak tekinthető. (Az más lapra tartozik, hogy ez-e a médiatörténet.) Lehet, hogy inkább a médiatörténet feldolgozásának és oktatásának hiányaira kellene figyelmünket összpontosítanunk – ahogy ezt a *Magyar Média* c. folyóiratban feltérképezte Széchenyi Ágnes (2001).

Most azonban tekintsünk el ezektől a kételyektől, lépünk a kérdéskör elejére, és tegyük fel a kérdést: van-e valakinek, s ha igen, kinek, szüksége a médiatörténetre.

Először is megállapítható, hogy az újságírók, a médiában dolgozók számára, feladatuk ellátásánál, egyáltalán nem szükséges a médiatörténet. Ezt egyre gyakrabban lehet hallani tőlük maguktól is. Amit mint szakmai minimumot elvárnak tőlük, az a mai kommunikációs technológia kezelése.

### A sajtótörténet Amerikában és Európában

Most már Magyarországon is szólnak hírek arról, hogy a médiatulajdonos a gondolkozásra és a világos nyelvi kifejezésre sem tart igényt, nem hogy a műfajok és technológiák áttekintésre és a markáns nézetalkotásra. A nélkülözhetetlenül szükségesen túlmenő képzés üzletileg irracionális befektetés, sőt még drágíthatja is a munkaerőt.

Hogy ez valóban így van-e, arra a mintaképnél, az Egyesült Államoknál kereshetünk támpontokat. Amerika mintegy ezer egyeteme közül néhány elitintézményben – pl. UCLA (University of California, Los Angeles), University of Pennsylvania, Boston University, a washingtoni Georgetown University – oktatják a médiatörténetet. Nagy valószínűséggel nem annyira az egyetem híre és oktatásának színvonala dönti el, hogy szerepel-e kurzusai között a médiatörténet, hanem hogy találunk-e rá előadót. És általában nehezen találunk. Ez még jobban kiemeli, hogy nem szükséges, csupán lehetséges stúdiumként tekintenek rá. Egyedül a New York-i Columbia Egyetem újságírói fakultásának kurzuskínálatában szerepel az amerikai újságírás története (egyetlen szakmatörténeti tárgy az 57 közül!; jelenlegi előadója Andie Tucher, heti 2 órában) – ami feltétlenül az illem és a tradíció ápolásának kategóriájá-

ba tartozik azon az egyetemen, ahol az elsők között alapítottak újságíróképző intézetet (1903, de csak 1912 őszi kezdéssel), véletlenül éppen a magyar származású Joseph Pulitzer alapítványaként (Csillag 2000: 176–183).

A Columbia Egyetemen kívül másutt hangsúlyozottan elektronikus médiatörténetet és csak ritkán sajtótörténetet hirdetnek meg, s ha közelebről megnézzük, mit fed, olyasmi kurzusleírást találunk médiatörténetként, mint hogy „posztmodern kollázs abból, amit egy gyilkos bandáról olvastam a Los Angeles Times-ban 1997-ben” (Mellinger 1997). Ez a felfogás csupán az utóbbi évtizedben hódított tért. Korábban sokkal több amerikai felsőoktatási intézményben oktatták legalább az amerikai sajtótörténetet, és még az európai sajtótörténet iránt is megvolt az érdeklődés – igaz, feltehetőleg a külföldi tudósítóknak és felderítőknak szánva az idegen környezetben való megfelelő orientálódásukhoz.<sup>1</sup> Ha a médiatörténet oktatási súlya nem is elég nagy, sok tanszéken folynak kutatások, működnek kutatócsoportok, aminek eredményeképpen jól használható, alapos és átfogó amerikai sajtótörténet szolgálja az oktatók és a hallgatók munkáját. Ez a tankönyv-monográfia az 1954-es első kiadása óta egyre terjedelmesebb, immár nyolc kiadásban megjelent *The Press and America* c. kötet. (Köszönetmondó fejezete jó áttekintése a kutatóknak és intézeteiknek.) Ez a mű az előzményekkel való szerves egység hitének és a tárgy fontosságának megfelelő mondattal indul: „Az újságírás története az emberiség hosszú harcának története az egymással való kommunikálásért: kiásni és értelmezni a híreket, s értelmes véleményeket és szóragoztató gondolatokat nyújtani az eszmék piacán” (Emery–Emery 1984).

Tehát úgy látszik, hogy nem is olyan régen az amerikai egyetemek nagy része úgy tekintett az újságíró-, a média szakos képzésre, mint amely egy nagy múltú szakma részére képez fiatal szakembereket. Ez a szemlélet változott meg teljesen az elektronikus média eluralkodásával, valószínűleg annak következtében. Mintha ezzel megszakadt volna a szerves összeköttetés a különböző újságírói területek és nemzedékek között. „...Az 1990-es évtized vége felől szemlélve például – írja egy angol médiaismereti tankönyv – a televíziózás előtti időszak és annak világa meglehetősen különös és idegen, régmúlt korszaknak tűnik” (O’Sullivan–Dutton–Rayner 2002: 296). Hasonló nézetek már nálunk is megjelentek, aminek következtében van olyan felsőoktatási intézmény, amelyben a médiatörténet a médiaháború oktatását jelenti.

Európában az amerikainál általánosabb a médiatörténet valamilyen formájának oktatása. Azt természetesen tekinthetjük, hogy a bécsi egyetem

---

<sup>1</sup> Minden jel szerint így született meg az ismereteim szerinti egyetlen – adatait illetően fenntartásokkal kezelendő – átfogó európai sajtótörténet, amelynek szerzője a második világháború után az amerikai megszálló csapatokkal tartózkodott Európában, a háború utáni új sajtó megszervezésének feladatával (Olson 1966).



Publizistik- und Kommunikationswissenschaft szakán az alapozó tárgyak között, a magyarországi gyakorlatnak megfelelő óraszámban szerepel a média- és kommunikációtörténet. És azt is természetesnek kell tekintenünk, hogy a kontinentális európaiól különböző angol oktatási formában másképpen jelenik meg. Például a londoni egyetemen szakpárosításként fordul elő az „újságírás és kortárs történelem” (Journalism and Contemporary History). Ez határozottan gyakorlatias szempontú alkalmazására utal, hiszen az „egykorú történelem” a jelenben való újságírói eligazodást segíti, és nem az újságírói szakma történetét tekinti át, ami az elméletibb megközelítés. Az angol sajtó-médiatörténet oktatásának célja, hogy a média jövőjére vonatkozóan tegyen fel kérdéseket (Curran–Seaton 1997).

Csak alkalmi érdeklődés fedezhető fel a sajtó-média történet mint diszciplína iránt a történészek és irodalomtörténészek részéről. A történészek ugyan forrásként használják a sajtót a tömegkultúra, a mentalitástörténet kutatásakor, az olvasási kultúrának a közelmúltban megkezdődött tanulmányozásakor vagy a politika- és társadalomtörténet egyes kulcspontjai vizsgálatánál<sup>2</sup>, de rendszeres sajtótörténeti kutatások nem folynak nálunk, ami arra mutat, hogy a médiát még mindig perifériális jelenségnek tekintik, és a sajtó hatalmáról, befolyásáról az 1810-es évek óta hirdetett nézetek – miszerint a média a negyedik hatalmi ág –, és az utóbbi évtizedekben nálunk is megszerzhető tapasztalatok még nem érték el a tudományos ingerküszöböt. Ennek megfelelően az egyénileg részkutatásokat végzőknek közös, általánosan elfogadott kutatási módszertana sincs.

Leginkább még az irodalomtörténészek vonják be kutatásaikba a sajtótörténetet – bár ők természetesen irodalmi, vagyis a sajtóéól különböző mércével mérik a sajtóban megjelent publikációkat. Elsősorban a régebbi korokra és nagy szépiírói életműveknek a sajtóban megjelent részeire összpontosítják figyelmüket, és nem magára a sajtóra. Sarkítva azt mondhatom: az irodalomtörténészek számára csupán publikálási helyet jelent a sajtó. Hiába szentelt Dezsényi Béla már több mint fél évszázaddal ezelőtt kitűnő tanulmányt a sajtó és irodalom különbözőségének, gazdag egyetemes és magyar példatáron végigkövetve azt, hogy „a sajtó egyszerűen más, mint az irodalom. Útjait találkozása csak ideig tartó, történeti esemény, még közös anyaguknak, a nyelvbéli kifejezésnek használatában is szinte antinómikus feszültséget tapasztalunk közöttük” (Dezsényi 1946: I–IV, 67). Sokkal közkeletűbb és

---

<sup>2</sup> Vö. elsősorban Hanák Péter, Lackó Miklós, Gyáni Gábor, Szabó Dániel, Pajkossy Gábor tanulmányait, illetve Gergely András és Veliky János néhány dolgozatát a magyar közvélemény kialakulásáról; legújabbban pedig: Lipták Dorottya: *Újságok és újságolvasók Ferenc József korában. Bécs – Budapest – Prága*. Bp. 2002, L'Harmattan.

tartós félreértést fogalmaznak meg Szerb Antal egyébként szellemes és szép sorai: „Nincs az az ősz a szőlőhegyen – írta – vagy az az etruszk temetőváros Itáliában, mely annyira az enyészetet juttatná eszembe, mint a vasárnapi újságok. Mennyi gondolat, ötlet, tudás, mennyi szerencsésen megfogalmazott ritka mondat tűnik itt a semmibe – mert hétfőn ez a sok tudás és művészet már a kutyának se kell” (Szerb 1938: 556).

### **Az időbeli létezés és az önreflexió**

Ezzel talán meg is érkeztünk a sajtótörténet mellőzésének egyik fő magyarázatához. Csakhogy, úgy gondolom, ez a felfogás téves: az újság, a média **tartalmának** egy pillanatra szabott élettartama nem azonos a hírlap, a média **műfajának** élettartamával, működési és átalakulási törvényszerűségeinek megértésével. Lehet, hogy egy-egy cikk vagy az elektronikus média egy-egy programja másnapra a felejtés lomtárába kerül, de attól függetlenül a médiaüzem működik tovább, mint ahogy előtte is működött; és hatása, befolyása, „hatalma” csöppet sem csökken. Ennek kutatása és a felismert törvényszerűségek megismertetése a szakma művelőivel olyan szemléletmódot eredményezhet, mely más stúdiummal nem helyettesíthető, s az újságíró és a társadalom összebékélését eredményezheti.

Nem szándékom olyan közhelyeket részletezni, mint hogy önmagam elhelyezése a világban nem sikerülhet szakmám történetének áttekintése nélkül, s hogy szakmailag stabil és öntudatos egyéniségekre igen nagy szüksége van a magyar médiavilágnak. Inkább saját tanítási tapasztalataim alapján állítom, hogy az időbeliség, mint a jelenségek létezésének egyik fő metszete, teljesen hiányzik a hallgatók – és jelentős részben hiányzik az újságírók – szemléletmódjából. Már pedig ezzel a hiánnyal nemcsak azt hiszik el, hogy beleléphetünk kétszer ugyanabba a folyóba, hanem később újságíróvá érve, ezt tényként meg is írják. És megingathatatlan lesz a hitük abban, hogy velük kezdődött a világtörténelem; amit ők elkezdtek, az az ő találmányuk. Ezt azonban nem feltétlenül gőgösen teszik, inkább másnapra már ők maguk is túljutottak saját előző napi teljesítményükön, és azt mielőbb elfelejtik, hogy legyen hely az újabb feladatoknak.

Végiggondolva a zavart és következtelenséget, amelyek a médiatörténet oktatását kísérik az Egyesült Államokban, Európában és itthon, megerősödik az a meggyőződés, hogy mindezt a tárgy tisztázatlan elhelyezése, illetve kétféle oktatási szükséglet összekeveredése okozza.

Az egyik tárgy a történelem – tágabb merítéssel a művelődéstörténet –, mely az újságíró és a kommunikációs szakember számára időbeli szemléletet és egyszerűen kifejezve, példatárat nyújt, abban az értelemben, ahogyan a szervezett újságíróképzés programjában Joseph Pulitzer lefektette: „a történelem politika a múltban, a politika pedig történelem jelen időben” (idézi:

Csillag i. m. 180). Ez a történelem-művelődéstörténet azonban nem a média története.

Amikor az oktatási tárgy a sajtó, a média története, ennek, lényegét tekintve, a szakmai etika átfogó tananyagcsoportjában kell helyet foglalnia. A médiumok időbeli kialakulásának végigkövetése érthetővé teszi az etikai szempontok összefüggésrendszerét, logikáját, és biztosítja a szakmai etika oktatásának objektivitását a „mundér becsületének” kiterjesztése és védelme helyett. Ideális esetben a médiatörténet oktatása a rálátást biztosíthatja az újságírói és médiamedvezői szakmákra.

Ha tudomásul vesszük, hogy a magyar sajtóban az elmúlt másfél évszázadban olyanok állították fel a szakmai mércét, mint például Kossuth Lajos, Kemény Zsigmond, Mikszáth Kálmán, Asbóth János, Ady Endre, Ignóty, Jászi Oszkár, Prohászka Ottokár, Kosztolányi Dezső, Bálint György, Zsolt Béla, Márai Sándor és még folytatható a sor, ez egyszerre kell, hogy jelentse stilisztikai (irodalmi) mércét, elemzést érdemlő magatartásmódok és életpályák sorát, illetve a teljesítmény, a körülmények és a hatások bonyolult összefüggéseinek kibogozását. Azok az ismeretek és azok a gondolkodási formák, amelyeket a sajtótörténet közvetít és alakít ki – az eseményeknek következményeikkel együtt való látása, azaz logika és racionalitás; a szakmai műgond tükörben való szemlélése, és a teljesítmény valóságos súlyának megfelelő értékelése; a társadalom elemzése annak tudatában, hogy minden jelenség csupán egy átmeneti állapot, s az ítélezésnél sokkal több érv szól a megmagyarázva megértés mellett; és nem utolsósorban a valóságos identitástudat –, megkívánja, hogy a kézenfekvő előadói formánál összetettebb, érdekesebb és hatékonyabb formát találjunk.

## Hivatkozások

- Curran, James – Seaton, Jean 1997. *Power without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain*. 5<sup>th</sup> Ed. London – New York. Routledge.
- Csillag András 2000. *Joseph Pulitzer és az amerikai sajtó*. Bp. Osiris, 176–183.
- Dezsényi Béla 1946. Sajtó és irodalom. *Magyar Könyvszemle*.
- Emery, Edwin – Emery, Michael 1984. *The Press and America. An Interpretive History of the Mass Media*. 5<sup>th</sup> Ed. Englewood Cliffs, N. J. Prentice Hall, V.
- O'Sullivan, Tim – Dutton, Brian – Rayner, Philip 2002. *Médiásméret*. Bp. Korona Kiadó.
- Olson, Kenneth E. 1966. *The History Makers. The Press of Europe From Its Beginnings through 1965*. Baton Rouge. Louisiana State University Press.
- Széchenyi Ágnes 2001. Jámbor szándék a sajtótörténeti tanítás tapasztalatainak megosztására és a sajtótörténeti kutatások újraindítására. *Magyar Média 2*, 75–83.
- Szerb Antal 1938. Újságírás és irodalom. *Új Idők*, húsvét, 16. sz.
- Wayne Martin Mellinger 1997. (Ventura C.) *Newz!! from the 'Hood: The Stephanie Kuhlen Murder in the Los Angeles Times* (postmodern collage based on my reading of a gang murder story in the *LA Times*...) - <http://vos.ucsb.edu>

## A klasszikus szépíró-publicisták örökségének szerepe az újságírás gyakorlati oktatásában

*„A feladat vonzott és izgatott. Éreztem, hogy az egész világ, együtt és egyszerre, állandóan aktuális és szenzációs. Belépni egy idegen szobába, ahol még soha nem jártam, legalább olyan hátborzongató, mint elmenni a hullához és rokonaihoz, vagy beszélni a gyilkossal. Az újságírás számomra – az első pillanattól, mihelyst elragadott – egyértelmű volt az idővel, amelyben élek, mely számomra személyhez kötött élmény, kitérni előle nem lehet, s minden egyformán fontos, érdekes, minden, együtt és egyszerre, közlésre érdemes. (...) Húszéves voltam, s le akartam leplezni valamilyen szenzációs riportban a titkot, nem többet és nem kevesebbet, csak éppen az élet titkát. (...) De akkor még nem tudhattam, hogy az élet az író számára gyanús anyag, s csak módjával, preparált állapotban lehet felhasználni belőle valamit.”*

Márai Sándor az *Egy polgár vallomásai* című könyvében fogalmazott így a lipcsei újságírói tanulmányok megidézésekor. A debreceni Kölcsey Ferenc Református Tanítóképző Főiskola kommunikáció szakán húszéveseknek tanítom a húszéves Márait bemutató üzeneteket – a *módjával* és a *preparált állapotban* kifejezéseket azzal a gyakorlati érveléssel módosítva, hogy előbbiből a megismerési módszert és látásmódot, utóbbiból pedig nem a ki-, hanem az elkészítés mikéntjét is tanulhassák.

Főiskolánkon az elméleti és gyakorlati oktatás már évek óta tudatosan egymásra épülő szerepet kap. Ennek látványos eredménye egyebek mellett az is, hogy a gyakorlati oktatás funkcióját nagyban segíti az egy éve átadott, a főiskolánkon berendezett *Kölcsey Stúdió*, ahol mód nyílik önálló televíziós és rádiós műsorok elkészítésére, a *Főnix* című, elsősorban a diákok tudósításait, interjúit és portréit, jegyzeteit és tárcáit, riportkísérleteit fogadó lapban pedig az írott sajtó tájékoztató és publicisztikai műfajainak gyakorlására van lehetőség.

Mellettük természetesen egyre intenzívebben és rendszeresen kapcsolódnak be a hallgatók a *Debreceni Városi Televízió*, illetve annak regionális műsorokat készítő részlegének, a különböző közszolgálati, közösségi és kereskedelmi rádiók, valamint a megyei napilap (*Hajdú-bihari Napló*) és a városi hetilap (*Debrecen*) s részben a megyei önkormányzati lapok munkájába.

Az első négy félévben sajátítják el a műfajelméleti, sajtótörténeti, a rádiós és televíziós műfaji alapismereteket, melyekkel párhuzamosan három féléven át a gyakorlati újságírás szeminárium keretében elsősorban a hír és tudósítás, az interjú és portré, a kommentár, kritika és riport műfajcsaládokkal foglalkozunk. Saját területemnél maradva pedig, a sajtótörténeti stúdió-  
mokra jelentős mértékben épít például az írói publicisztika, a műelemzés-  
műkritika előadások és szemináriumok anyagának összeállítása és gyakorlati  
rendje is.

Továbbá speciálkollégium keretében választhatják a publicisztika és a ri-  
port tárgyakat a hallgatók, alkalmat teremtve arra, hogy elemző és kreatív  
formában egyaránt elsajátíthassák például a glossza és a jegyzet, a kritika,  
illetve a riporton belül az úgynevezett szociográfiai riport elkészítéséhez  
szükséges tudnivalókat.

Márai fenti megfogalmazása ars poetica jellegű, s az nemcsak az aktualit-  
tás és közérdekűség kiemelt jellegére utal, hanem az egyes emberben rejlő  
élet-titkok megismerésének fontosságára, valamint arra, hogy a rácsodálko-  
zás és elragadtatás mellett igen hamar meg kell tanulni a gyanakvás művé-  
szetét is.

És nemcsak *Márai Sándort*, hanem *Mikszáth Kálmánt* is tanítjuk, az or-  
szággyűlési karcolatok íróját, aki az egyszerű tudósítás helyzetét, anekdoti-  
kus elemekkel is kísérve azt, már-már novellaszerű szituációvá emelte. A  
helyzet mellett jellemet teremtett, karaktereket ábrázolt, s a parlament folyo-  
sóinak világát érzékeltetve mondott a híradáson túl társadalombírálatot.

*Bródy Sándort* tanítjuk, aki amellett, hogy kritikusi szerint nemcsak mű-  
vével, hanem alakjával, személyiségével is hatott, s aki egy egészen sajátos  
modorú művészeti, képzőművészeti és színházi kritika művelője, aki az ol-  
vasóval értelmesen, furfangosan kokettálva, érzelmi alapú, érvelő komment-  
tár műfajában is kísérletező újságíró volt.

*Ady Endrét*, a „radikális újságírás bibliáját” tanítjuk, kinek publicisztikái  
– Kopátsy Sándor újraértelmezésében is – egy évszázad múltán szintén  
ugyanúgy frissek, érvényesek, érdekesítőek és aktuálisak, mint a saját ko-  
rában. Ady pedig ugyancsak egészen korán, debreceni joghallgatóként fertő-  
ződött meg a „szentlélek lovagja”-inak, a „fáradt olimposzi istenek”-nek  
nevezett újságírók boldog-keserű mámorával.

*Krúdy Gyulát* tanítjuk, a krónikás publicistát, aki közéleti írásaiban időt  
és teret kitágítva vont le helytálló társadalmi következtetéseket, s *Móricz*  
*Zsigmondot*, a szociografikus riport első igazi hazai megteremtőjét, aki sze-  
rint nemcsak „gyalogolni jó”, de egy városba soha nem az első kapun, nagy  
csinnadrattával és négylovas hintón kell érkezni, hanem mindig csak a hátsó  
kapun, „ismeretlenül, fel nem tűnően és szegényen, ha a szegények bizalmát  
és rokonszenvét meg akarjuk találni és nyerni”.

*Kosztolányi Dezsőt* tanítjuk, ki az olyan kérdések, mint például az újság-műveltség vagy ezzel szemben a jelenből szakítottság és az újságok közművelődési szerepének taglalása, az újság fő vonzereje, az őszinteség kérdései mellett a „vérbeli újságíró” karakterét is faggatta, társítva a tudományhoz a művészetet, a művészethez pedig az újságírást. A vérbeli újságíró arcát rajzolta, aki szerinte egyszerre tudós, az emberek veséjébe lát, aki „hajlékony művész”, ki az ítélőképességét a történeti kritika alkalmazásával teszi teljesebbé, és akit minden írásra hangol, aki bírál és leleplez, aki „a perc művésze, a jelenkor tudósa”.

Természetesen csupán ugyanebből a korból merítve foglalkozhatnánk *Nagy Lajossal* vagy a méltánytalanul elfeledett *Thury Zoltánnal*, *Ignotusszal* és *Heltai Jenővel*, *Molnár Ferenc*cel vagy *Herczeg Ferenc*cel, a szemléletében, stílusában és írói-újságírói habitusában is iskolateremtő *Bálint György* munkásságával; a korábbi korokból részletesebben szólhatnánk *Kazinczyról*, *Batsányiról* és *Kármánról*, példálódzhatnánk *Vörösmartyval*, *Kölcseyvel*, *Petőfivel* és *Arany Jánossal*, nem beszélve *Jókai Mórról*, aki a színházi kritikák írásában ugyanúgy otthon volt, mint a lapszerkesztésben, a közéleti publicisztikákban vagy a tizenkilencedik század utolsó harmadában virágzott élclapirodalomban.

Ezt meg is tesszük, de az egyszemeszteres, heti kétórás előadások sorában sajnálatos módon, valóban csupán az említés szintjén esik róluk szó, ám magam is előremutató erénynek tartom, hogy a jövő újságíró nemzedékének egy része a minimális lehetőségekhez képest is – hiszen a kommunikáció szak nem önálló, az a tanítóval párosított, illetve újabb kezdeményezésként a könyvtáros-informatikussal – olyan szerzőkön nevelkedik, akikre mestereként kell tekintenünk, nem szégyellve, hogy írói-újságírói újdonságaikat az „újdondászság” elé helyezzük az előadásokon és a gyakorlati munkát igénylő szemináriumokon egyaránt.

Egy egyházi fenntartású intézmény megkérdőjelezhetetlen sajátossága az újságírói, kommunikációs oktatásban, hogy kiemelten figyeljen ezekre a nemzeti értékekre. Ezzel együtt nálunk a „konzervatív újságírás” nem azt jelenti, hogy pártok vagy koalíciók értékszemlélete mentén köteleznénk el magunkat, hanem azt, hogy a klasszikus magyar újságírás értékeire kívánjuk ráirányítani a figyelmet.

A sajtótörténet tanításának gyakorlati haszna legelőbb az általános műveltség alakításában lehet. Mert be kell vallani, hogy a magyar irodalom, történelem és kultúra ismeretét illetően is gyakran nagy hiányosságokkal érkeznek a hallgatók az intézménybe főiskolai tanulmányaik megkezdésekor. A szépíró-publicisták sajtóéletünkben betöltött szerepének megvilágítása során így elkerülhetetlen „haszon” az irodalmi és nyelvi műveltség fejlesztése.

Másodszor, a szemlélet alakítása nemcsak a történelmi, művelődéstörténeti, irodalmi vagy nyelvi vonatkozásban fontos, hanem a hallgatók átfogó képet kaphatnak arról is, hogy a sajtótermékek a történelem során, a dokumentáló, a társadalomtüköröző szerepen túl, hogyan alakították egy-egy kor társadalmi, politikai, művelődési vagy éppen művészeti történéseit.

Arra mutatunk példákat, hogyan lehetett árnyalni a történelem során a sajtó általánosan elfogadott alapfeladatait a nemzetközi közvéleménynek szánt hiteles tájékoztatással (*Mercurius Hungaricus*), a magyar nyelv és az oktatás, a tudomány ügyében tett erőfeszítésekkel (*Magyar Hírmondó*, első folyóirataink stb.), az ízlés alakításával (kritikai folyóirat-irodalmunk, irodalmi divatlapok stb.), a humorban rejlő társadalombírálattal (élclapok, karcolatok), tudatosítva a társadalomban is például azt, hogy a lapok nem feltétlenül csak a „napok tükrei”, hanem előkészítései is annak, aminek majd „egy év múlva kell történnie”.

A két évvel ezelőtt megjelent sajtótörténet jegyzetemben (*Fejezetek a magyar sajtó történetéből*) tartalmilag, szemléletileg és terjedelmileg is kiemelt szerepet kapott a magyar szépíró-publicisták újságírói portréit bemutató fejezet. Részben erre épül rá az írói publicisztika oktatása, valamint az a stúdium, melynek célja, hogy az adott szépíró-újságírók publicisztikai stílusjegyeit egyfajta modellként állítsa a hallgatók elé.

A stílusgyakorlatok során pedig (például a képzőművészeti és színházi kritikus Ady kérdezve állító módszere, a karcolatíró Mikszáth újítása, hogy az esemény és a benne rejlő tartalom anekdotikus szituációban jelenjék meg, Móricz riportjainak novellisztikus felépítése, a publicisztikai, a jegyzetelemek beemelése vagy a riport szereplőjét saját nyelvi stílusával való jellemzése, Krúdy Gyula vagy Márai Sándor tér- és időkezelése, a dimenziók kitágítása és így tovább) ezeket az eszközöket a hallgatók kipróbálják, valamint ahhoz nyújtunk segítséget, hogy saját, a publicisztikai műfajokban írt cikkekben eme „fogásokat” alkalmazni tudják.

Ezt a feladatot természetesen közös, kiscsoportos elemzéseknek kell megelőzniük közösen kell felfedeznünk azokat a stílusjegyeket, szerkesztési és érvelési sajátosságokat, amiket reprodukálni kell, majd a stílusgyakorlatokat követően önálló munka elkészítését kapják feladatként a hallgatók, ügyelve arra, hogy ekkor már az egyéni szókinccs és szemlélet érvényesüljön az írásban.

E rövid keretek között nincsen lehetőségem részletesen ismertetni a különböző műfajokban és műfaji változatokban alkalmazott gyakorlatok sokféleségét, két példát azonban egészen röviden talán ismertetni tudok.

Említettem az *Ady Endrével* hivatkozott, úgynevezett kérdezve állítás módszerét. Ady művészeti írásaiban például megfigyelhető egyebek mellett nemcsak a patetikus (lírai, költői) hangnem vagy az ismétlés és az ismételve

fokozás elve, hanem a kérdések fura gyakorisága is abban az alkotói koncepcióban elhelyezve, hogy kritikai meglátásait, állításait először megkérdőjelezi, részben bizonytalanná is téve az olvasót. Ezzel arra késztet, hogy mi magunk is kérdezzünk, tehát arra, hogy belépünk a műbe, tevékeny részesei legyünk az író tulajdonképpen megtervezett kommunikációjának.

Az elemzés mellé társított gyakorlat egyszerű. A kiválasztott írások közös értelmezése, megbeszélése után előbb arra kérjük a hallgatókat, hogy egy friss könyv-, film- vagy színházi, illetve képzőművészeti élményükről fogalmazzanak meg kritikai, akár pozitív, akár negatív megállapítás(oka)t, majd az(oka)t kérdező módban fogalmazzák át úgy, hogy a kérdések sorát megerősítő vagy annak ellentmondó gondolati toldalékkal (értelemfeltáró „poénnal”) zárják le az írást.

Kosztolányi, Krúdy vagy Márai (és még mások) segítségével azt is taníthatjuk, hogyan lehet érzékvé tenni a tárgyalt témát. Hogyan lehet társadalmilag is érvényes allegóriába sűríteni egy közéleti mondanivalót úgy, hogy annak, a művészi érzékletesség eszközeit felhasználva, asszociatív módon, jelent felidéző szerepe lehessen. Természetesen ezek mellett, a megérezkítés és az asszociációs lehetőségek kínálta lehetőségek alkalmazása mellett a lényeglátó és szelektáló képesség fejlesztésében is segíthetnek a fenti szerzők.

Olyan fogásokat is elsajátíthatunk tőlük, mint például: az érvelésünket hogyan támogathatjuk meg a reflexív, történelmi, irodalmi vagy kultúratörténeti háttérrel – s első szinten itt szó sem lehet semmiféle csúsztatásról! –, gondoljunk *Kosztolányi Dezső Alakok* című portré-riport sorozatára; hogyan teremthetünk közvetlen kapcsolatot az anatómia és Trianon (*Krúdy Gyula: A fájó szív országa*), a könyvtár békéje és a második világháború öldöklése és értékpusztítása, az emberiség természetes vágya és írók feladata (*Márai Sándor: Gondolatok a könyvtárban*), illetve – egészen hétköznapi témát feldolgozva – a borraivaló és a társadalmi státusz (*Kosztolányi Dezső: A borraivaló*) között.

Nem kerülhetem meg végül azt a kérdést, hogy mi szükség van ezekre, az írott sajtó termékeinek esztétikai színvonalát is fontosnak tartó, akár romantikusnak tűnő elképzelésekre akkor, amikor nem széptani verseny zajlik a médiumok között, hanem hírverseny.

Talán éppen ezért van szükség rá. És azért, mert a kommunikációs képzésben részt vevő intézmények nem csupán újságírókat képeznek, hanem – néhány típust felsorolva csak – tanítókat és tanárokat, rendezvényszervezőket, kulturális menedzsereket, sajtóreferenseket, de könyvtárosokat is. És azért, mert a hírverseny, bár fontos, egyre fontosabb, de nem a legfontosabb.

A magyarországi bulvársajtó kialakulásának egyik feltétele volt az, hogy különvált a hír két építőköve, az érdekesség vagy közérdekűség és az igaz-



ság vagy hitelesség. Egy magyar újságíró lehet gyors és érdekes, lehet közérdekű és informatív, de vallomásunk szerint nem lehet hiteles akkor, ha nem ismeri a nyelv és a stílus érzéki lehetőségeit. Kosztolányi Dezsőt idézve ismétlem az oktatási gyakorlatban is megvalósítani kívánt üzeneteket:

„Az a tény, hogy anyanyelvem magyar, és magyarul beszélek, gondolkodom, írok, életem legnagyobb eseménye, melyhez nincs fogható. Nem külsőséges valami, mint a kabátom, még olyan sem, mint a testem. Mélyen bennem van, vérem csöppjeiben, az idegeimben, metafizikai rejtélyként. Ebben az egyedülvaló életben csak így nyilatkozhatom meg igazán. Naponta sokszor gondolok erre. Éppannyiszor, mint arra, hogy születtem, élek és meghalok.”

**Mankó Mária**

## **Kommunikáció szakos hallgatók képzése a Berzsényi Dániel Főiskolán**

Ma már közhelyként hat, amikor azt mondjuk, hogy e században az információ központi helyen áll a társadalmi folyamatokat illetően. Tendencia az emberrel foglalkozó szakterületek világméretű tényerése. Az újfajta társadalmi kihívás egyik, a felsőfokú képzésben is megjelenő ténye a jó tíz éves múlttal rendelkező hazai önálló kommunikációképzés. E szakterület erősen interdiszciplináris jellegű. Világszerte megfigyelhető az is, hogy egyre intenzívebb érdeklődés fordul az interdiszciplináris szakok felé. Ez az érdeklődés – különösen a kommunikáció szak esetében – divatjelenségként is értékelhető, s „mérhető” a kommunikációs képzések népszerűségével, illetve a felsőoktatási intézmények egyre intenzívebb kommunikációs-zak-indítási törekvéseivel.

A Berzsényi Dániel Főiskolán 1999 szeptembere óta folyik kommunikáció szakosok képzése, amelyért a Művelődéstudományi és Kommunikáció Tanszék felel, amely két szakot: a művelődésszervezőt és a kommunikációt gondozza. Az első évfolyam 35 fővel indult, pótfelvétel keretében kerültek be a hallgatók. A 2001/2002-es tanévben az intézménybe *első helyen* jelentkezők esetében már ötszörös, a 2001/2002-es tanévben hétszeres, s most a 2002/2003-as tanévre nyolcszoros a túljelentkezés. A kommunikáció szak ezzel főiskolai szinten a nappali képzés vonatkozásában a legnépszerűbb szak, megelőzi a gazdálkodási szakot, s az eddig vezető művelődésszervező szakot is. Ez sajnos azt is jelenti, hogy tömegképzési jellegzetességeket kezd felvenni a szakon folyó munka, egyre intenzívebben érvényesítve intézményi mennyiségi szempontokat.

A képzési követelményeknek megfelelően Szombathelyen is egy széles alapozó szakasszal kezdődik a munka. Itt a kommunikáció elméleti kérdéseivel, a kommunikációkutatás elméleti-módszertani problémáival, szervezetelméleti alapokkal, szociológiával, szociálpszichológiával ismerkednek meg a hallgatók. A képzés utolsó két éve szakirányos tudnivalókra koncentrálnak. Hallgatóink négy szakirány közül választhatnak: újságíró, PR, tömegkommunikáció s hálózati kommunikáció szakirányok között. Ennek a tantervi (moduláris) struktúrájának nagy előnye lehetne, hogy igényekhez igazodó, flexibilis képzéssé váljon a kommunikációképzés. A tanterv nagy óraszám-ban tartalmaz szakiránytól függetlenül is készségfejlesztést. Nagy súlyt fek-

tetünk olyan kulcskompetenciák alakítására, mint pl. kreativitás, problémamegoldás, önállóság, együttműködés, tanulási képesség fejlesztése. Ez utóbbi pl. külön tanegységet is képez, hiszen a kommunikációs szakterületen a naprakész tudás olyan gyorsan változik, hogy megkerülhetetlen a már „kész” szakember számára is a folyamatos tanulás.

A képző szempontjából ez olyan kihívásként jelenik meg, amely kapcsán folyamatosan felül kell vizsgálni a képzési tartalmat. A fentebb leírt tantervi struktúra remek lehetőséget teremtene a széles alapozáshoz kapcsolható speciális munkaerő-piaci igényekre reagáláshoz. A központi követelményrendszerhez történő alkalmazkodási kényszer azonban fékezi ezt a folyamatot, s gátolja a képzők proaktív magatartását és szakmai színességét. (Gondolok itt arra a tényre, hogy a központi követelményrendszer a szakirányok megnevezésével, ezek kötelező használatával csökkenti a fentebb említett flexibilitást.)

A továbbiakban a képzést igénybe vevőkre koncentrálok, az érdekel, hogy a Szombathelyen kommunikáció szakra felvettek milyen elvárásokkal, igényekkel, elképzelésekkel léptek be a képzésbe, s eddigi tapasztalataik alapján milyennek látják azt.

Ezt kérdőív segítségével vizsgálom, amelyet jelenleg nappali képzésben részt vevő kommunikáció szakos hallgatói létszámunk 90%-a töltött ki.

#### *Kik választják a kommunikáció szakot?*

Szombathelyen 2002 áprilisában 185 diák tanult az I–III. évfolyamon, 60%-uk nő. A tanár szakokkal hasonlítva kedvezőbb a férfi–női hallgatók aránya ezen a szakon annak ellenére, hogy a kommunikáció szakos képzés kötelezően szakpáros képzés. Megkérdezett hallgatóink 85%-a a kommunikáció szakhoz választott számára teljesíthetőnek tűnő másik szakot. A szombathelyi intézmény sajátossága, hogy igyekszik rendkívül rugalmas lenni a szakpárokat illetően, a hallgató igen nagy szabadságfokkal a létező szakok közül. A kommunikációval párosított legnépesebb szakpárjaink: művelődésszervező, történelem, magyar. Ezeket a nyelvekhez kapcsolódó szakpárok követik. A 2002/2003-as tanévre jelentkezők között a rajz és a testnevelés párosításra jelentkezők száma nőtt észrevehetően.

A jelenlegi hallgatóink 87%-a gimnáziumi érettségivel jön a szakra, 62%-uk jó, 13%-uk jeles, s 25% közepes minősítéssel érettségizett. (Ezek az arányok azért is érdekesek számunkra, mert a művelődésszervező nappali tagozatos hallgatók közül egyre többen jönnek szakközépiskolából, zömük közepes, kisebbrészt jó minősítésű érettségivel.) Nappali tagozatos kommunikáció szakon tanuló hallgatónk 72%-a első generációs értelmiségi lesz. Az apák iskolai végzettsége magasabb, mint az anyáké.

### *Miért választják a kommunikáció szakot?*

A válaszok négy nagy csoportba sorolhatóak:

a) A válaszolók egy ötöde a *felsőoktatásba akart bekerülni*, s azt mérte fel, hogy ő miben jó, s azt vizsgálta meg, hogy milyen feltétellel lehet egyes szakokra bejutni. Így döntött pl. jó magyar nyelvi és irodalmi tudása okán a kommunikáció szak mellett. (Szombathelyen magyar nyelv és irodalomból van felvételi.) Ennél a csoportnál a szombathelyi intézményválasztást legnagyobb arányban a lakhely közelsége motiválta. A szakpárválasztás megindokolásánál a kommunikáció szak választásához hasonló módon döntöttek.

b) A második csoportot a megkérdezettek egy negyede alkotja, akik a „tág” tudományterületet, *sokféle tudást* jelölik a szakválasztás indokaként. Ez a csoport erősen érdeklődésmotivált. Ennek az érdeklődésnek nem konkrétan megfogható tárgya van, a sokszínűség, a nyitottság ígérete a vonzó számukra. Ez a csoport is a lakhely közelségét említi a Szombathely melletti képzési hely választásának indokaként, de esetükben már megjelenik a jó intézményi hírnév hatása is: (Barátoktól, ismerősöktől, itt végzettektől jókat hallott az intézményről.) Ez még nem a kommunikáció szak pozitív imázsa, induló képzésként azonban profitál a szak a jó intézményi hírnévből.

c) A harmadik csoportot azok képviselik, akik a szakterület újdonságához kapcsolhatóan *érvényesülésre* vágnak. Ők kihívásokkal teli szakterületnek mondják a kommunikációs szakmát, amely nagy lehetőséget ígér számukra. Ők a választ adók egyharmadát képviselik. Indokaik között szerepel például, hogy a szak viszonylagos újdonságából adódóan remélhetően kevesen vannak a pályán. Biztos jövőt várnak a szakterülettől. A szakpárt is tudatosan választották (rajz, nyelv), pontosan megfogalmazott karrierelvárásaik vannak, amelyek elsősorban a profitorientált szervezetekhez kötődnek.

d) Az utolsó csoport 35 hallgatóját az előző csoportnál is nagyobb tudatosság jellemzi választását illetően. Ők azok, akik a szakhoz kötődően a szakirányokról is beszereztek a jelentkezés pillanatában információkat. Megokolásuk a szakirányokhoz kötődik, a szombathelyi intézmény előnyben részesítését a többféle választási lehetőséggel indokolják, „versenyképes oklevelet” várnak el a képzéstől, munkaerő-piaci előnyöket.

A szakirányok népszerűsége egyébként még azonos elvárásmegfogalmazások mellett is évfolyamonként változó (és kiszámíthatatlan). Jelenlegi III. évesek a PR szakirányt részesítették nagyrészt előnyben, kisebbrészt a hálózati kommunikációt. Az újságíró szakirányt érdeklődés hiányában egyszerűen nem tudtuk beindítani.

A II. évesek újságíró és PR szakirányon tanulnak, esetükben a hálózati kommunikációt nem tudtuk érdeklődés hiányában beindítani. Az elsőévesek az év végére vannak túl a szakirányválasztáson, az újságíró, a PR és a

tömegkommunikációs szakirány indul, a hálózati kommunikációs szakirányra ismét csekély volt az érdeklődés.

A legnépszerűbb szakirány jelenleg a public relations szakterülethez kötődő. A PR-t hallgatók pályáaspirációi és motivációi esetében nem a pálya konkrét ismertségéből és személyes példák nyomán születő hivatásválasztásról van szó. Erős motivátorként kezelhető a szakterület újszerűségéből fakadó vonzódás. A formális képzéstől valamennyien azt várják, hogy kompetens tudást adjon, vonultasson fel nagy (gyakorlatban dolgozó) egyéniségeket. E szakirány népszerűségét (nem csak kommunikáció szakosok között kutatva) a szakirány-választási indokok négy nagy csoportba sorolhatóak:

1. A PR-munkának tulajdonított jellemzők: „fantázia van benne, változatos, van jövője, felelősségteljes, kreatív, emberközpontú, *kihívást tartalmazó, érdekes*”.

2. A karrierlehetőség mint sikerkritérium s választási indok: „nagy az esély az érvényesülésre, sok sikert ad, munkahelyi előlépéshez biztosít esélyt, *vállalkozási lehetőséget hordoz*”.

3. A szakmának tulajdonított presztízsre utaló jellemzők csoportjában ilyen megfogalmazások, mint: „*divatos, felkapott, odafigyelnek rá, még nem tömegszakma, sok pénz kereshető vele, titokzatos terület számára, a jövő szakmája*”.

4. Személyes érintettséget megfogalmazó okok csoportja: „*ismerősök körében van sikeres PR szakember, tömegkommunikációból ismer ilyen egyéniségeket, s ez a vonzó számára*”.

A nyílt kérdéseken túl a „miért”-re az egyetértés fokát mérő skálával is rákérdeztünk. A 10 fokozatú skálán a megkérdezettek 70%-a kilences erősséggel jelölte a „mert gyorsan karriert csinálhatok” és a „mert sok pénz kereshetek” megállapításokat.

Ez az arány arra utal, hogy a nyitott mondatok (Miért választották a kommunikáció szakot?) információi csoportosítását alapul véve a c) és d) csoportok tagjai képviseltetik itt válaszaikkal nagyobb részt magukat.

A megkérdezettek közel egy tizede jelölte 10-es erősségű egyetértéssel a következő megállapításokat:

Azért választottam a kommunikáció szakot, mert:  
„nagy a szellemi szabadsága és önállósága”,  
„megvalósíthatom önmagam”,  
„a szakember szellemileg izgalmas munkát végez”.

---

\* A szakirányválasztás motívumaira évek óta figyelünk, szisztematikusan gyűjtjük az adatokat. A PR szakirányt először a művelődésszervezés szakhoz kapcsolódóan indítottuk. A dönt betűvel szedettek a kommunikáció szakosok válaszaiban is megjelennek.

A pályaválasztást befolyásoló tényezők rangsora visszaigazolja a nyílt kérdések megfogalmazásait: jelenlegi hallgatóink többsége a „több szakirány közötti választási lehetőség”-et jelölte, ezt a „társadalmi megbecsülést szeretnék” megállapítás követi. A következő két leggyakoribb említés: „az befolyásolt, hogy gyorsan szeretnék sikerélményhez jutni” s a „sok pénzt szeretnék keresni” megállapítás.

*Hogyan látják a képzést? Mely tanegységek a legkedveltebbek?*

Az alapozó és törzsképzési szakasz (a szakirányok tanegységeit nem számítva) 25 tanegységet tartalmaznak a szombathelyi tantervben. Ebből két tanegység esik mindössze a hetedik és a nyolcadik félévre. Ezekről tehát a megkérdezettek még nem tudnak nyilatkozni, hiszen III. évesek képviselik a legmagasabb évfolyamot.

Tehát 23 „megtapasztalt” tanegység birtokában érdekesek a vélemények, amelyek azt jelzik, hogy milyen tárgyak érdeklik/érdekelték leginkább a hallgatókat, s melyek egyáltalán nem.

A választ adók a leginkább érdekes tanegységek között tízet neveztek meg (sorrendben): szociológia, kultúraelmélet, kommunikációs készségfejlesztés, PR-alapok, kulturális antropológia, kommunikációelmélet, hermeneutika.

Az érdeklődést legkevésbé kiváltó tanegységek (sorrendben): nyelvművelés, pszichológia, szemiotika, kutatómódszertan, esztétika, filmesztétika, informatika.

A megkérdezettek a szakirányos tárgyakhoz egyértelműen vonzódnak, érthető is a dolog, hiszen érdeklődésüknek megfelelően választanak szakirányt, s az érdeklődés erős belső motivátor. A szakirányos modulok megjelenésével a hallgatók tanulmányi eredménye is változik, jobb átlagok születnek, mint az alapozó szakaszban. A tanulmányi átlagok javulása nyilván köszönhető annak is, hogy mire a szakirány belép a képzésbe, egyfajta tanulási rutinra már szert tesz a hallgató, de a javulás nem magyarázható teljes egészében ezzel. A hozzáállás is változik. Amíg az első évfolyamokon nehéz megmozdítani a hallgatót nem kötelező elfoglaltságok irányába (önkéntes segítség egy-egy rendezvényhez kötődően, nyári munkaajánlatra pozitív válasz, TDK-munkában részvétel, fakultatív intézménylátogatások, szakmai egyesületekben részvétel stb.), a szakirányos képzési szakaszban egyre tudatosabban igyekeznek „referenciákat” gyűjteni maguknak adott szakterületen.

*Milyen erősségeit és gyengeségeit nevezik meg a képzésnek?*

A képzés erősségeinek és gyengeségeinek tartott jellemzők között a következő rangsor született:

<b>Erősségek</b>	<b>Gyengeségek</b>
Felkészült oktatók	Kevés gyakorlati lehetőség
Nagy munkabírású tanárok	Túl elméleti képzés
Szakirányok száma és színvonala	Túl sok (felesleges) elméleti alapozó tárgy
Sokszínű tanterv	Külső óraadók óráinak tömbösítése
Szigorú, magas követelmény	Leterhelt tanárok
Széleskörű tudást ad	Sok a pszichológia és az információ-technológia
Jó légkör, közvetlen, barátságos	Túl nagy a létszám

A képzést a megkérdezettek szerint jellemző tulajdonságok szakiránytól független elemei: a *nagyvonalú*, az *elméleti*, a *széleskörű*, a *nyitott* jelzőkkel írható le.

Az újságíró szakirányon tanulók kevésbé jellemzik a képzést a *kreatív*, az *alapos*, az *izgalmas* jelzőkkel, míg a PR szakirányosok legnagyobb részt a *kreatív*, az *érdekes*, a *nagyvonalú* jelzőkkel írják le. A magyarázatot feltehetően az adja, hogy míg az újságíró szakirányosok gyakorlati lehetőségei zömében az intézményi laphoz, tévéstudióhoz, városi tévéhez kötődnek, a PR szakirányosok korán bekerülnek az élet sűrűjébe, rendezvényszervezési, intézményi gyakorlatokkal.

A kommunikációs szakember „ideálképében” a válaszok szerint a következő tulajdonságok a leg súlyosabbak: a kommunikációs szakember legyen: sokoldalú, kreatív, kezdeményező, kitartó. Sereghajtó tulajdonságok a sorban: legyen jó fellépésű, kudarcűrő, bátor, példamutató, szuggesztív, agilis. A középmezőnyben elhelyezkedők szerintük: a művelt, a tájékozott, a szavahihető, az előítéletektől mentes, a gerinces és az udvarias.

Nem kis ellentmondást hordoz az a tény, hogy nappali tagozatosaink szakválasztási indokoktól függetlenül s a szakirányválasztástól se függően 52%-ban helyi szerkesztőségeknél, országos médiumoknál kereskedelmi rádiónál, tévénél szeretnének elhelyezkedni. (Emlékezzünk a szakirányválasztási rangsorra! A szak az intézményben (munkahelyben) megtestesülő képe alapján az évfolyamok 90%-ának az újságíró szakirányt kellene választania.

Még inkább elgondolkodtató a (szakválasztási) tudatosságot illetően az az eredmény, amelyet a következő kérdés feldolgozása után kaptunk:

*Ön szerint mik a kommunikációs szakember hivatásának legfontosabb elemei?*

<b>Megállapítás</b>	<b>Összes említés</b>
Megszervezni, hogy az emberek hozzájussanak az információhoz	86
Megszervezni és nyilvánosságra hozni a legfontosabb információkat	72
Kapcsolatokat szervezni és működtetni	31
A valóságnak megfelelően tájékoztatni	97
Megfelelő vállalatpolitikát alakítani	15
Kedvező képet formálni a szervezetről	27
Publicitást teremteni a szervezetnek	82
Jól kezelni az információs és kommunikációs technológiát	37
Az információk és az összegyűjtött ismeretek gyors terjesztésének módszereit ismerni, technikáit biztos kézzel kezelni	19
Megismerni és kezelni az információs ipar vállalkozási ágazatát	13
Megismerni és megérteni a tudástársadalmat mint egy intellektuálisan kreatív társadalom modelljét	17
Menedzselni azt, hogy az emberek hozzájussanak a számukra fontos információkhoz	52
Az emberek felüdüléséről, pihenéséről gondoskodni	12
Érdekes tudósításokat, cikkeket írni	97

Az elemek említési száma azt sugallja, hogy inkább az újságíráshoz kötődő elemeket részesítették a válaszokban előnyben. Magyarázható azzal, hogy ismertebb számukra ez a tevékenység, s esetleg azzal is, hogy a PR szakterülettel kapcsolatban a sajtóhoz kötődő mozzanatok kapnak súlyt a válaszokban annak ellenére, hogy nagyon tudatosan hangsúlyozzuk a képzés során, tanszékünkön a PR szakirány a szervezeti PR-hez kötődik, szervezetcentrikusan szemléli az egész szakterületet, s erre építi fel a képzési tartalmat is, illetve a legelső, amit megtanítani szándékozunk, hogy a PR nem azonos az újságírással, s nem egyenlő a sajtókapcsolatokkal.

Ezek az ellentmondások arra utalnak, hogy a képzésben lévők fejében nem egyértelmű a kommunikáció szak mint szakmára felkészítés jelentése, vagyis úgy tűnik, hogy a szakra jelentkezők erős motiváltsága nem nagyon párosul a szakterület konkrét ismeretével.



## Összegzés

A szombathelyi kommunikáció szakos hallgatók motivációit, elvárásait, a képzéssel kapcsolatos néhány vélekedését vizsgáltam. A válaszok alapján a következők állapíthatók meg:

1. A kommunikációs szakterület újdonságából fakadóan a divatszakmává válás útján jár, átstrukturálva az intézmény szaknépszerűségi térképét.

2. A hallgatók kevéssé körvonalazott és konkrét elképzelésekkel lépnek a képzésbe. Többségüknél nincs tudatos „karriertervezési” gondolkodás. Nem a szakterület ismerete (Mit csinál a kommunikációs szakember? Milyen intézményi lehetőségekhez köthető tevékenysége?) a fő motivátor a szakválasztást illetően, hanem a szakterületnek tulajdonított jellemzők (biztos jövő, siker, megbecsültség). A Gordió Tanácsadó Csoport Kft. 2002-es országos vizsgálata (internetes megkérdezése) azt mutatta, hogy általában igaz az, hogy elsősorban egy szakma kereseti lehetősége és jövője motiválja a választást, másodsorban az, hogy tehetségesnek érzi magát a választó a konkrét szakterülethez, harmadsorban pedig az érdeklődés. Hasonló elemekkel (és sorrenddel) találkozunk hallgatóink válaszaiban is.

3. Szintén a Gordió Tanácsadó Csoport országos vizsgálata szerint a megkérdezettek fele gondolta úgy, hogy könnyen el tud helyezkedni a választott szakterületén. A kommunikáció szakosaink esetében ez az arány magasabb, ugyanis 72% vár biztos jövőt a szakterülettől.

4. A szombathelyi képzés erősségeit és gyengeségeit a realitáshoz közel állóan látják és fogalmazzák meg.

5. A hivatás legfontosabb elemeinek tulajdonítottak, s az elemeket hordozó feladatkörök, illetve elhelyezkedési vágyak közötti ellentmondások a 2. pontból következnek. Ez felhívja a figyelmet arra a kérdéskörre is, hogy lezajlott-e egy szakmásodási folyamat a kommunikációs szakterülethez kapcsolódóan? A válasz csak az lehet, hogy nem, mert a szakterülethez kapcsolható szakirányok többsége is olyan területeket képvisel (lásd PR), amelyek maguk is erősen küzdenek identitásproblémákkal. Egy bizonytalan szakmai identitás nemigen hordozhat letisztult, egyértelmű viszonyulásokat az említett (vizsgált) kérdések esetében.

6. A Gordió Tanácsadó Csoport elemzéséből az is kiderül, hogy a megkérdezettek 3,1%-a (!) szeretne igazán elsősorban főiskolán továbbtanulni, míg 63%-uk egyetemre aspirál. A magasabb képzettségi szint felé törekvés esetünkben is nyilvánvaló, megkérdezett hallgatóink 67%-a szeretne egyetemen továbbtanulni. Nem téveszthet meg bennünket az első helyen jelentkezők ma még igen magas aránya. A jövő, a képzést érintő újabb kihívás hamarosan az egyetemi szintű képzési jogosítvány megszerzése lesz – Szombathelyen.

## **Kommunikáció oktatása a BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Karán**

Főiskolánkon 1991 szeptemberében került sor a kommunikáció alapjai és az üzleti kommunikáció oktatásának bevezetésére. Az első évfolyamon a kommunikáció alapjai, míg a felsőbb éveseknél az üzleti kommunikáció oktatása kezdődött el. Mivel a felsőbb évesek nem tanultak addig kommunikációt, az üzleti kommunikáció mellett kimenő rendszerben foglalkoztak a kommunikáció alapjaival is.

Jelenleg a főiskolánkon minden képzési formában jelen van a kommunikáció alapjai és az üzleti kommunikáció, hogy mikor melyik félévben és melyik szakon, azt a mellékelt táblázat mutatja.

A *kommunikáció alapjai* című tantárgy bevezetésének célja a kulturált magatartás és viselkedési formák ismertetése és elsajátítása. Hallgatóinkban tudatosítani akarjuk, hogy a megfelelő kommunikáció mindennapi emberi kapcsolataikban és kereskedelmi, vendéglátó és idegenforgalmi szakemberként egyaránt nélkülözhetetlen. Szeretnénk, ha hallgatóink tanulmányaik során felismernék az e tantárgyban tanult ismeretek fontosságát, és kialakulna bennük az igény önmaguk viselkedésének állandó, tudatos kontrolljára és folyamatos tökéletesítésére.

### **A kommunikáció című tantárgy témakörei:**

A kommunikáció fogalma, története, fejlődése.

A közvetlen emberi kommunikációs csatornák.

Verbális kommunikáció (beszéd kialakulás, a beszélgetés indítása, fenntartása, aktív figyelem, metanyelv, diszkvalifikált üzenetek, kérdések szerepe a kommunikációban).

Nem verbális kommunikáció (testbeszéd: arckifejezések, gesztusok, távolságtartás, testtartás, szaganyagok, vokális csatornák, emblémák).

A hatékony kommunikáció feltételei: önismeret, empátia, önbecsülés, önbi-zalom, önérvényesítés, ön bemutatás, benyomáskeltés, önmagunk megkedveltetése, népszerűség.

Etikett és protokoll – fogalma, története, fejlődése, színterei (általános magatartási formák, viselkedési szabályok: köszönés, megszólítás, bemutatkozás, bemutatás, pontosság, telefonálás, ajándékozás, névjegyhasználat, öltözködés).

A tantárgy gyakorlatorientált. A távoktatás kivételével (konzultációk vannak) kommunikációs gyakorlatok vannak.

A tanári előadások a kommunikáció alapjainak, történetének ismertetésére vonatkoznak, a fent megjelölt témákat beszélgetésekkel a diákok által tartott kiselőadások formájában dolgozzuk fel. Az órák színességét, változatoságát gyakorlatokkal, tévé, videó, írásvetítő és egyéb segédeszközök alkalmazásával biztosítjuk.

### **Üzleti kommunikáció, avagy az eladás művészete**

A karon folyó *Üzleti kommunikáció* oktatási programja illeszkedik a főiskola sajátosságaihoz. Nevezetesen figyelembe veszi a képzés gyakorlatorientáltóságát, valamint azt a tényt, hogy a szakmák mindegyike számos kultúra és sokféle ember találkozási helye a munka szolgáltatási jellegéből adódóan.

Az *Üzleti kommunikáció* oktatásának jellemzői: mindhárom szakon és tagozaton a hallgató

azonos elméleti alapról indul,  
azonos óraszámokban tanul,  
azonos számonkérési rendszerben vizsgáznak,  
azonosak a tematikák.

A tematikák fő témacsoportjai:

*Állás pályázat:* mindhárom szakon a csoport létszámától függően törekünk az órákon a felnőtt tanulás sajátosságait figyelembe vevő, az egyéni élményszerzést megtapasztalható tréning megvalósítására. Így mód nyílik ebben a témában, hogy a hallgatók jártasságot szerezve az álláskeresési technikákban, az interjúra való felkészülésben, valamint a várható kérdésekre adható válaszok kialakításában elhelyezkedésüket megkönnyítsük.

*Tárgyalástechnika:* a szakmák nem azonos súllyal ugyan, de intézményen belüli és kívüli tárgyalást is tanítanak. A kereskedelmi szakon az intézményen kívüli, míg az idegenforgalmi és vendéglátó szakon az intézményen belüli kap nagyobb szerepet.

A *konfliktusok* téma a tárgyalástechnika elengedhetetlen része, de a szakmák is számos egyet nem értéssel terheltek, emiatt több időt szánunk a feldolgozásra. A tréningeken tesztek, esetmegbeszélések, esettanulmányok segítik a hallgatókat. Célunk az együttműködést segítő, kompromisszumot kereső készségek fejlesztése.

*Levelezés:* mindhárom szakon eltérő mértékben fordítunk időt a téma feldolgozására, és építünk a nyelvi órákon megtanultakra.

*Protokoll:* beleépítve az üzleti kommunikáció témakörébe is beszélünk elsősorban előadás formájában az üzleti protokollról, de önálló 30 órás tantárgy is minden szakon (ez az akkreditált képzés része).

A *vendéglátó* szakon külön az üzleti kommunikáció részeként kezelendően két témával foglalkozunk kiemelten:

- a nehéz emberekkel való bánásmód
- és az önismeret kérdései.

A hallgatók részéről felmerült az igény, hogy ezt a sokféle embert és kultúrát szeretnék jobban és tudatosabban kezelni, annak ellenére, hogy elméleti alapokat kaptak pszichológiából, így alakítottuk ki ezt a két témakört hangsúlyozottan kiscsoportos foglalkozásokon.

A *Vendéghelyzetek kezelése* fakultatív tárgy, amely kapcsolódik az üzleti kommunikációhoz, de önálló órakeretben és számonkérési rendszerben tanítható. A tantárgy elindításának célja, hogy a szakmai gyakorlaton szerzett tapasztalatokat, példákat strukturált beszélgetéseken, szerepjátszással dolgozzuk fel, és a hallgató kaphasson válaszokat bizonytalanságaira, kérdéseire.

### **Számonkérés**

Minden szakon és tagozaton a számonkérés a kommunikáció alapjaiból és az üzleti kommunikációból egységes, melynek során gyakorlati jegyet kap a hallgató.

A gyakorlati jegy alapja:

- a házi dolgozat,
- kiselőadás,
- ZH (késztségelemző).

A hallgatók felkészülését saját főiskolai jegyzeteink biztosítják.

Minden eszközt felhasználunk, hogy a hallgatók leendő munkáját, választott hivatását segítsük, hiszen emberekkel bánni nem könnyű, tapasztalat nélkül még nehezebb. Figyelünk arra, hogy hallgatóink munkájuk során felhalmozódott feszültségeiket kezelni tudják, és ne terheljék magukat és környezetüket a szükségesnél nagyobb mértékben. Szeretnénk elhittetni, hogy ezek a szakmák jelentősen befolyásolják az emberek közérzetét, a külföldiek rólunk kialakított véleményét, tehát közvetetten a gazdasági helyzetet.

Tehát filozófiánk, hogy szakmai tevékenységünkkel teremtünk hidakat egymás között.

Képzési forma	Általános komm.		Üzleti kommunikáció							
	Félévek	1.	2.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
<b>Nappali tagozat</b>	2 óra									
Kereskedelmi szak							2 óra			
Vendéglátóipari szak						2 óra				
Idegenforgalmi szak								2 óra		
<b>AIFSZ tagozat</b>		2 óra								
Kereskedelmi szak				2 óra						
Vendéglátóipari szak				2 óra						
Idegenforgalmi szak				2 óra						
<b>Távoktatás (ciklus)</b>	4 óra									
Kereskedelmi szak				8 óra						
Vendéglátóipari szak				10 ó.						
Idegenforgalmi szak			10 ó.							
<b>Szakoktató szak</b>	2 óra							2 óra		
<b>Tanár szak</b>										
Kereskedelmi szak									2 óra	
Vendéglátóipari szak										2 óra
Idegenforgalmi szak										2 óra

## Rövid áttekintés a Károly Gáspár Református Egyetemen folyó kommunikációoktatásról

### A képzés történetéről, szemléletéről és küldetéséről

A KRE vezetése évekkel ezelőtt érzékelte az igényt, hogy az egyházak általában és a Magyar Református Egyház különösen nélkülözi a jól képzett médiaszakembereket, hogy az egyetem teológiai fakultásán és bölcsészettudományi karán kevés az alkalmazott kommunikációs oktatás, és általában nem megfelelőek az ismeretek az egyház és a vallás kommunikációs jelenségei terén. Leginkább az egyház médiaszakembereire való tekintettel kezdett foglalkozni kommunikációs szak indításával. 1996 óta folytak erre vonatkozóan az előkészületek, a jelenlegi tanszékvezetés és munkatársak segítségével. Több munkatárs rész- vagy teljes állásban az egyetem alkalmazottja lett, és különböző keretekben kezdett kommunikációs tárgyakat oktatni, de a tanszék alapjainak lerakására és szervezett, koordinált kommunikációs oktatás elindítására csak 1999-ben került sor (ekkor még csak specializációként).

Bár a szakindításban a pécsi Janus Pannonius Tudományegyetem BTK-n 1990 óta folyó kommunikációs képzése jelentette számunkra a követendő modellt, a KRE-n folyó kommunikációs oktatásban apróbb módosításokra volt szükség. Néhány sajátos szempontot figyelembe kellett vennünk, hogy igazodjunk az egyetem arculatához és küldetéséhez.

A képzést szaktudományos és pragmatikus szemlélet jellemzi, tehát egyrészt a kommunikáció interdiszciplináris szakterületét dolgozza fel, az alaptudományokra erősen támaszkodva, másrészt nagy súlyt helyez a gyakorlati kommunikációs készségekre és teljesítményekre.

Az egyetem jellege az oktatásban több szinten is jelentkezik. Egyrészt abban a körülményben, hogy a képzés és oktatás markáns értékarculatot kap. Az értékek megfelelnek a református vallás alapértékeinek, de e sajátos területen úgy jelentkezik, mint proszociális értékek, vagyis a szolgálat és a másik ember feltétel nélküli pozitív elfogadásának, tiszteletben tartásának értékei; ezek között a tolerancia, az egyenlőség, a demokratizmus és az autonómia, a másik ember önazonossága és aktivitása kibontakoztatásának tisztelete, és a kommunikáció szintjén az empátia és a hitelesség princípiuma.

A KRE Bölcsészettudományi Karán 2000-ben második szakként, 2001-től pedig társult szakként, nappali képzés formájában folyik kommunikáció-oktatás.

Az 5 éves (10 szemeszteres) felsőfokú oktatás célja alkalmazott kommunikációs szakemberek képzése, akik a kommunikáció gyakorlati felhasználásának a három szakosodási főirány közül valamelyik területén kommunikátori feladatkörök betöltésére alkalmasak.

a) *Segítő-fejlesztő kommunikátor*: Ez a specializáció az oktatásban, speciális nevelési területen, szociális munkában, rehabilitációban, tanácsadásban való munkára szakosít.

b) *Intézményi és közösségi facilitátor, mediátor*: Az államigazgatásban, szervezetfejlesztésben, egészségpromóciós, közigazgatási, politikai, közösségi és social marketing befolyásolási programok kommunikációs tervezésére készít fel.

c) *Médiaszakember*: A rádió, tv, újságírás és hírügynökségi munka sajátosságaiiban ad jártasságot.

Célunk, hogy az oktatás eredményeként a hallgatók képessé váljanak a kommunikáció jelenségeinek és folyamatainak, valamint intézményes és szociokulturális hátterének elemzésére és megértésére, ezek oktatására, illetve mások kommunikációs készségének fejlesztésére, s egyúttal alkalmassá váljanak a kommunikáció problémáinak kutatóként történő megközelítésére is.

Képzésünk küldetésnek megfogalmazása szerint: „A kommunikáció szak a humanisztikus, tisztességes emberi kölcsönhatások és az etikus hatékonyság oktatóhelye kíván lenni, és ilyen minőségben szervesen illeszkedik az egyetemes és a református egyház hagyományaihoz.” A kommunikáció szak szerencsés helyzetben van abban a tekintetben, hogy a korrekt, tisztességes kommunikáció eszközei mai tudásunk szerint a leginkább hatékonyak is.

Fontosnak tartjuk a manipuláció, a hatalmi kommunikációs sémák és a játszmaszerű kommunikációs stratégiák felismerésének és dekonstrukciójának tanítását.

Az egyetem sajátos arculatának erősítése érdekében a választható tárgyak között minden szemeszterben a hallgatók rendelkezésére állnak olyan vallási, illetve egyházi témák, amelyeknek kommunikációs vonatkozásai vannak (bibliai antropológia, egyházi szervezetek és közösségek, liturgikus kommunikáció, pasztorális segítség stb.), számolva azzal a körülménnyel, hogy a KRE bölcsész, illetve teológus hallgatói közül a kommunikáció szakot választók ilyen érdeklődéssel kívánnak szakképzést szerezni (pl. az egyházi sajtó és más média területén, illetve a diakóniai segítő-fejlesztő és szociális munkában). A képzésben azonban a vallásosság nem feltétel és nem követelmény.

## A kommunikáció szakos bölcsészképzés struktúrája

Tantárgycsoport	Tantárgykörök	Kredit
Alapképzés	Alapozó stúdiumok Társadalomtudományi alapismeretek Nyelvészet Pszichológia	30
Törzsképzés	Pszichológia Bevezetés a kommunikáció elemzésébe Bibliatudomány Általános (közös) tárgyak	48
Szakképzés	Általános (közös) tárgyak Segítő-fejlesztő kommunikáció Intézményi és közösségi mediátor Média	
Szakmai gyakorlat	Évközi terepgyakorlat + műhelymunka: 9 (szemeszter)* x 60 óra = 540 óra = 18 kredit	27
	Nyári szakmai gyakorlat: 1 x 270 óra = 9 kredit	
Szigorlat  I. 5 kredit	Szemiotika Bevezetés a nyelvészetbe Kommunikációelméletek Közvetlen emberi kommunikáció Antropológia Szociológia Szociálpszichológia	10
	Közéleti kommunikáció (társadalmi) Kultúraközi kommunikáció A kommunikáció jogi alapjai Etika és kommunikáció A kommunikációkutatás módszertana Kommunikációs technológiák Specializációs Tanácsadás, konzultáció, szupervízió Szervezeti és intézményi kommunikáció Média-gazdaságtan	
Szakdolgozat		25
Összesen		140



<b>Alapozó képzésben a kötelező tantárgyak I–IV. szemeszter</b>	<b>Előfeltétel</b>	<b>Jellege</b>	<b>Értékelés</b>	<b>Kontaktóra</b>	<b>Egyéni munkaóra</b>	<b>Összes óraszám</b>	<b>Kredit</b>
Íráskészség fejlesztése		szem	gyj.	30		30	1
Szemiotika		ea.	gyj.	30	30	60	2
Kommunikációelméletek I.		ea.	gyj.	30	30	60	2
Kommunikációs technológiák		szem	gyj.	30	30	60	2
Beszéd-készség fejlesztése		szem	gyj.	30		30	1
Bevezetés a nyelvészetbe		ea.	gyj.	30	30	60	2
Kommunikációelméletek II.	5111	ea.	gyj.	30	30	60	2
Audiovizuális komm. elemzése	2111	szem	gyj.	30		30	1
Antropológia I.	5111	ea.	gyj.	30	30	60	2
Bevezetés a szociológiába		ea.	gyj.	30	30	60	2
Szociálpszichológia	4111	ea.	koll.	30	30	60	2
Közvetlen emberi komm. III.	5312	ea.	gyj.	30	30	60	2
Társadalomtud. kutatás alapjai		szem	gyj.	30		30	1
Tömegkommunikáció IV.	5312	ea.	gyj.	30	30	60	2
Tanácsadás, konzultáció és szupervízió		ea.	gyj.	30		30	1
<b>Összes kötelező óraszám:</b>				<b>450</b>	<b>300</b>	<b>750</b>	<b>25</b>
<b>Kötelezően választott óraszám:*</b> (4 féléven át)				<b>60</b>	<b>90</b>	<b>150</b>	<b>5</b>
<b>Mindösszesen:</b>				<b>510</b>	<b>390</b>	<b>900</b>	<b>30</b>

\*Lásd: választható tárgyak listája

<b>Szakirányú képzésben a kötelező tantárgyak V–X. szemeszter</b>	<b>Előfeltétel</b>	<b>Jellege</b>	<b>Értékelés</b>	<b>Kontaktóra</b>	<b>Egyéni munkaóra</b>	<b>Összes óraszám</b>	<b>Kredit</b>
Társadalmi kommunikáció	4421	ea.	gyj.	30	30	60	2
A meggyőzés pszichológiája	4421	ea.	koll.	30	60	90	3
A segítség lélektana	4111	ea.	gyj.	30	30	60	2
Szervezet és vezetés	2621	szem	gyj.	30	60	90	3
A kommunikáció jogi alapjai		ea.	gyj.	30	60	90	3
Média és társadalom	5822	ea.	gyj.	30	30	60	2
A kommunikációkutatás módszertana	5211	ea.	gyj.	30	60	90	3
Kultúráközi kommunikáció	5621	ea.	gyj.	30	30	60	2
Előfeltevések elmélete	3112	ea.	gyj.	30	30	60	2

Etika és kommunikáció		ea.	gyj.	30	30	60	2
Médiapolitika		ea.	gyj.	30	60	90	3
Tervezés, stratégia és taktika a kommunikációban	5621	szem	gyj.	30	30	60	2
Szakdolgozati konzultáció		szem	gyj.	30		30	1
Összes kötelező óraszám:				390	510	900	30
Kötelezően választott óraszám: (6 szemeszter) *				180	360	540	18
<b>Mindösszesen:</b>				<b>570</b>	<b>870</b>	<b>1440</b>	<b>48</b>

\*Lásd: választható tárgyak listája

<b>Szakmai gyakorlat</b>							
Műhelymunka + szakmai gyak. (9 féléven át) 1 félév = 2 kredit		szem	gyj.	270	270	540	18
Nyári szakmai gyakorlat		szem	gyj.	270		270	9
<b>Összesen:</b>				<b>540</b>	<b>270</b>	<b>810</b>	<b>27</b>

<b>Az alapozó és szakirányú képzés választható tárgyai</b>	<b>Előfeltétel</b>	<b>Jellege</b>	<b>Értékelés</b>	<b>Kontaktóra</b>	<b>Egyéni munkaóra</b>	<b>Összes óraszám</b>	<b>Kredit</b>
A magyar sajtó története		ea.	koll.	30	30	60	2
Kommunikációs tréning		szem	gyj.	30	30	60	2
Bibliai önismeret		ea.	gyj.	30		30	1
Kommunikációfejlesztés		szem	gyj.	30	30	60	2
Informatika és internet használata		szem	gyj.	30		30	1
Bevezetés az újságírásba		szem	gyj.	30	30	60	2
A kommunikáció bibliai értelmezése		szem	gyj.	30		30	1
Mentálhigiéné Magyarországon		ea.	koll.	30	30	60	2
A rádió és tv története		szem	gyj.	30	30	60	2
Szerveztelemzés		szem	gyj.	30	60	90	3
Bibliai antropológia II.		ea.	koll.	30		30	1
Egyház, gyülekezet és komm.		ea.	gyj.	30		30	1
Szociolingvisztika		ea.	koll.	30		30	1
Csoportdinamikai gyakorlat		szem	gyj.	30	30	60	2
Médiaprogramok elemzése		szem	gyj.	30		30	1
Szervezeti és intézményi komm.		szem	gyj.	30	30	60	2
Idegen nyelvű szakszöveg olvasás		szem	gyj.	30	30	60	2

Kommunikáció és motiváció		szem	gyj.	30		30	1
Konfliktuskezelés mediációval		szem	gyj.	30		30	1
Interjúmódszerek		szem	gyj.	30	60	90	3
Médiaműsorok szerkesztése I.		szem	gyj.	30		30	1
Esztétika és dialógus		szem	gyj.	30		30	1
Kommunikáció a családban		szem	koll.	30	30	60	2
Médiaműsorok szerkesztése II.	0	szem	gyj.	30	60	90	3
Szerkesztőségi gyakorlatok		szem	gyj.	30		30	1
Globális média		ea.	koll.	30		30	1
A nyelv mint világmodell		ea.	gyj.	30		30	1
Kommunikációs hermeneutika		ea.	gyj.	30		30	1
A segítő kapcsolat kommunikációs sajátosságai		szem	gyj.	30	60	90	3
Egyházi sajtó és média		szem	gyj.	30		30	1
Médiagazdaságtan		szem	gyj.	30	30	60	2
Bibliaismeret		szem	gyj.	30		30	1
Vallásszociológia és valláspszichológia		szem	gyj.	30		30	1
A kommunikátori identitás		ea.	gyj.	30	30	60	2
Multimédia, reklám és marketing		szem	gyj.	30	30	60	2
A kulturális sajtó		szem	gyj.	30		30	1

## Modul rendszerű kommunikáció szakos oktatás az egri főiskolán

Manapság a fejlettnek mondható világban nemcsak a kommunikáció fogalma és szóhasználata divatjelenség, hanem a kommunikációs képzés is. Amilyen képlekeny, szinte áttekinthetetlenül szerteágazó a kommunikáció területe, olyan differenciált az oktatása is. Ezt megerősítik azok az előadások is, amelyek a 90-es évek közepén a budapesti közgazdaság-tudományi egyetemen elhangzottak. (Vö. Kováts Ildikó 1996. A kommunikációs képzés nemzetközi tapasztalatai. *JEL-KÉP* 1, 47–52.) Az európai és az amerikai oktatás sokszínűségében és széttagoltságában három oktatási stratégia körvonalazódik számunkra. Az egyik a kommunikáció elméletét helyezi középpontba, a másik az újságíróképzést, a harmadikhoz az ettől eltérő egyéb specialitásokat sorolhatjuk.

Magyarországon a kommunikáció szakos oktatás a 90-es évek elején kezdődött – és robbant bele a felsőoktatásba. Olyannyira, hogy ma alig van főiskola vagy egyetem, ahol ne folya ilyen nevű képzés. Sőt, azt mondhatjuk, ezekre a szakokra óriási a túljelentkezés. Köszönhető ez egyrészt a divatnak – a kommunikáció divatjelenséggé válásának –, másrészt annak, hogy a jelentős bővülés ellenére a felsőoktatásban még mindig eléggé szűkös a szakkínálat. Vannak, akik az igény növekedését a piaci igényekkel magyarázzák. Ennek ellentmondani látszik a média-, reklám- és PR-cégek vezetőinek nyilatkozatai: ők a munkatársakat nem a végzettség, hanem a rátermettség alapján választják ki. Sőt, úgy tűnik, ők szívesebben járják az utat fordítva: kiválasztják a leendő munkatársat, s csak később – ha beválik – iskoláztatják be. A nagyobb cégek még ezt is úgy szeretik megoldani, hogy az oktatást viszik be a cégbe, s nem a munkatársakat küldik el a képzésre.

Kommunikációelméleti központú képzés Magyarországon jószerével csak a pécsi egyetemen folyik. Igaz, mellette megemlíthetjük azokat a képzéseket is, amelyek kulturális antropológia néven folynak (pl. Miskolcon). A legtöbb helyen a kommunikáció szakos oktatás lényegében újságíróképzést jelöl. Arra korán rájött a szakma, hogy a nyomtatott sajtó nem is elég csábító, és nem is kíván annyi szakembert, ezért nyitott előbb az elektronikus sajtó, majd a reklámszakma irányába, illetve a marketing, majd pedig a közélet felé. (Ezt jelzik az olyan megnevezések, mint üzleti kommunikáció, politikai kommunikáció.)

Egerben a kommunikáció szakos képzés 1995-ben indult hároméves, másoddiplomás levelező tagozatos formában. Egy évre rá nappali tagozaton, szakpárban is elindult az oktatás a Közművelődési Tanszéken. Érdekes módon a levelezőoktatás nem tudott kibontakozni, ellenkezőleg: visszafejlődött. Kétszakos képzés – jelentkezők hiányában – először 1999 őszén indulhatott 8 fővel. Közben leépült a másoddiplomás képzés is. A változást a 2000. év hozta: ekkor mindkét levelezős formában 18 hallgató kezdte meg tanulmányait. Az igazi áttörés 2001-ben történt meg: mindkét csoportban 40 körüli létszámmal indult az évfolyam.

Nappalin a fejlődés dinamikus volt, lényegében folyamatosan nőtt a jelentkezők száma.

Hallgatói létszámok kommunikáció szakon 2002 októberében:

	I. évf.	II. évf.	III. é.	IV. é.	Össz.
Nappali tagozat	140	77	58	45	320
Levelező tag. – 8 féléves képzés	90	30	17	11	148
– 6 féléves képzés	40	29	17	–	86

Az egri kommunikáció szakos oktatás rövid történetének oktatási koncepciójában két szakasz különíthető el. Változást az önálló tanszék megalakulása jelentett 1998-ban. Ekkor készült el, illetve lépett életbe a kommunikáció szakos képzés új rendszere: a lineáris elrendezésű oktatást a moduláris váltotta fel.

Az eredeti programot három tanszék alakította ki paritásos alapon: a Magyar Nyelvészeti, az Oktatástechnológiai és Informatikai, valamint a koordinálást, szervezést is vállaló és a szaknak otthont adó Közművelődési Tanszék. Ez a hármasság alakította ki a tantárgyi blokkokat. A program a hagyományos újságíróképzés igényesen, körültekintően kialakított rendjét követő lineáris program volt, annak ellenére, hogy harmadévtől lehetővé tette a két specializációt: a nyomtatott és az elektronikus sajtó felé lehetett továbblépni. Lineárisnak tekinthető, ugyanis a képzés bázisát jelentő, a hagyományos újságíróképzés témakörébe számító tárgyak – így pl. a hat féléves, szigorlattal záródó sajtóismeret – az első félévtől szerepeltek.

Az 1998 őszén–telén elkészült új, moduláris rendszerű képzés kialakítását a véletlen is segítette. Ekkoriban a magyar felsőoktatásban a képzési követelmények kidolgozása új lendületet vett, s a kommunikáció szak követelményeit kidolgozó munkabizottság tagjaként láttam, hogy korábbi elképzeléseim szinte teljesen egybevágnak a bizottságban körvonalazott törekvésekkel. Ennek a lényege az volt, hogy erős társadalomtudományi és kommuni-

kációelméleti törzsképzés mellett (és alapján) érdemes felépíteni a különféle speciális képzéseket.

Az új oktatási rend szemléletváltása abban nyilvánult meg, hogy a szakmai alapú újságíróképzésről áttért a diszciplináris, kommunikációelméleti alapú képzésre, melynek a profilja alapvetően – de nem kizárólagosan – a (széles értelemben vett) média. Az oktatásszervezésben az igazi újítás a modulrendszer.

A felmenő rendszerben bevezetett új oktatási struktúra 1999-ben lépett életbe, de a képzés kidolgozásának idején már bent lévő elsőéves évfolyam kérvényezte az új rendszerbe való átlépését. Így a modulrendszerű, kreditalapú oktatási rend lényegében az 1998-ban kezdett évfolyammal indult, tehát 2002-ben Egerben gyakorlatilag az új tanrend szerint záróvizsgáztak a végzősök. Ezzel a 2002 szeptemberétől mindenütt érvénybe lépő képzési követelmények főpróbája megtörtént.

Képzésünk három modulból épül fel. Az oktatás középpontjában a kommunikációs tantárgyblokk áll, kiegészülve mediális alapozással. Ezt készíti elő az alapképzési modul, s erre épülnek a szakmairányos modulok. Rendszerük így tekinthető át:

Alapmodul:	20 kredit
Kommunikációs modul:	
kommunikáció	21 kredit
média	18 kredit
Szakmai modul:	26 kredit

Az integrált képzések nagy hátránya, hogy sok külső és átoktató tanárra van szükség az interdiszciplinaritás miatt. Így megnövekednek az oktatásszervezési feladatok. Jelenleg a kommunikáció szakos képzésben 8 főállású, 16 más tanszéken dolgozó és 11 külső oktató vesz részt.

Mint hogy a kommunikáció szakos képzés nem tekint(het) vissza évtizedes hagyományokra – szemben a klasszikus szakokkal (történelem, kémia), de még az újabbakat is említhetjük, mint a szociológia vagy a művelődésszervezés –, folyamatosan kisebb-nagyobb változtatásra kényszerültünk. Az eddigi tapasztalatok birtokában nagy körültekintéssel készültünk, illetve készülünk a 2002 szeptemberétől életbe lépő – a képesítési követelmények végleges előírásaihoz igazodó –, kreditrendszerű képzés bevezetésére. A gyakorlat megtanított bennünket arra, hogy milyen oktatásszervezési nehézségeket, döccenőket, bizonytalanságokat okoznak még az apróbb változtatások is. Elég egy tanegység módosítása (pl. egy előadás szemináriummal történő helyettesítése vagy törlése) ahhoz, az évfolyamuktól valamilyen okból (bukás, külföldi ösztöndíj stb.) lemaradt hallgató a megszűnt tárgyat ne tudja teljesí-

teni. Ezért igyekeztünk most a programunkat nagyon körültekintően úgy alakítani, hogy azon egy ideig ne kelljen változtatni.

Az alapképzésünkben eredetileg a következők szerepeltek:

Általános kommunikációelmélet	2 ea.
Nyelvi kommunikáció	2 szem.
Szemiotika	1 ea.

A kommunikáció blokk súlya megnőtt. Az volt a cél, hogy a szak nevének megfelelően a kommunikáció minden területe helyet kapjon a képzésben. Így alakult ki a két almodul: a kommunikációelmélet és a média.

<b>Kommunikációelmélet</b>	<b>Krp.</b>	<b>Köv.</b>
Bevezetés a szemiotikába	2	gy
Bevezetés a kommunikációelméletbe	2	K
Személyközi kommunikáció	2	K
Társadalmi kommunikáció	2	K
Kultúraközi kommunikáció	2	gy
Tömegkommunikáció	2	K
Nyelvi kommunikáció	2	gy
Kommunikációs technikák I.	2	gy
Kommunikációs technikák II.	2	gy
A kommunikáció elmélete	3	Sz
<b>Médiaismeret</b>		
Médiatörténet I.	2	K
Médiatörténet II.	2	gy
Média jog és médiaetika	2	K
Média és politika	2	gy
Média-gazdaságtan	2	K
Médiatechnológiák	1	K
Médiaismeret	3	Sz
Intézményi gyakorlat I.	2	gy
Intézményi gyakorlat II.	2	gy

A készülő követelményrendszer ismerete lényegesen megkönnyítette e modulok kialakítását. Annál nehezebb és izgalmasabb feladatnak bizonyult a szakirányok kidolgozása. A nyomtatott és az elektronikus sajtó szakirányok

adva voltak a korábbi képzésben, csupán modulba szervezésük, rendezésük volt hátra.

<b>Nyomtatott sajtó</b>	<b>Krp.</b>	<b>Köv.</b>
Sajtó- és műfajismeret	2	K
Nemzetközi médiamodellek	2	K
Hírműfajok a gyakorlatban	2	gy
Riport-publicisztika	2	gy
Belpolitikai újságírás	2	gy
Kulturális újságírás	2	gy
Lapszerkesztés	2	gy
Lapmenedzsment	2	gy
On-line újságírás	2	gy
Szerkesztőségi gyakorlat I–IV.	8	gy

<b>Elektronikus sajtó</b>	<b>Krp.</b>	<b>Köv.</b>
Sajtó- és műfajismeret	2	K
Nemzetközi médiamodellek	2	K
Rádiós és tévés hírműfajok	2	gy
Rádiós és tévés magazinműsorok	2	gy
Beszédtechnika	2	gy
Gazdasági műsorok	2	gy
Szórakoztató műsorok	2	gy
Dokumentumműsorok szerkesztése	2	gy
Film- és műsormenedzsment	2	gy
Szerkesztőségi gyakorlat I–IV.	8	gy

A szakirányok mindegyikében megtalálható két tanegység (Sajtó- és műfajismeret, Nemzetközi médiamodellek). Akár a médiablokkban is lehetne a helyük, de egyrészt szorosan kötődnek a szakirányokhoz, másrészt így a szakirányok felé is lehet specializálni a tananyagot. A harmadik szakirányt egy fölismerés hozta létre. Manapság az újságírásban „túlnépesedés” van, több az újságíró, mint amennyi épp szükséges. Jelentős, nagy múltú és újonnan alapított lapok mentek tönkre, vagy épült le, szűkült le a szerkesztőség. Megnőtt a szerepük a regionális és helyi médiumoknak, amelyekben – az átrendeződés elmaradása miatt: a fővárosi újságírók közül nem sokan mentek el vidéki lapokhoz – a 90-es években nemegyszer kevésbé fölkészült munkatársak dolgoztak – igen lelkesen. Ezt látva az egri főiskola Kommunikáció Tanszéke azt a célt tűzte ki maga elé, hogy a vidéki médiumok számára készít föl kommunikációs szakembereket. Ebből fakad a másik fölisme-



rés: az újságot, rádiót, tévét nemcsak írni, szerkeszteni kell, hanem működtetni is. A médiumok menedzselése – mint ezt is sokan megtapasztalták – külön szakma. Erre is föl kell készíteni az embereket.

<b>Médiamedzsent</b>	<b>Krp.</b>	<b>Köv.</b>
Sajtó- és műfajismeret	2	K
Nemzetközi médiamodellek	2	K
Gazdasági alapismeretek	2	K
Marketingismeretek	2	K
Pénzügyi alapismeretek	2	K
Vállalkozási ismeretek	2	gy
Reklámkommunikáció	2	gy
PR és sajtókapcsolatok	2	gy
Ügynökségszervezés	2	gy
Szerkesztőségi gyakorlat I–IV.	8	gy

A legfiatalabb szakirányunk, az EU-kommunikáció is a valós igények felméréséből jött létre. Az EU-ba igyekvő Magyarországnak már most is szüksége van, (rövidesen pedig nélkülözhetetlenné válik) olyan szakemberekre, akik tisztában vannak az EU-s (és a fejlett világ) médiarendszereivel, azok jogi, etikai, gazdasági, szervezeti stb. környezetével.

<b>EU-kommunikáció</b>	<b>Krp.</b>	<b>Köv.</b>
Sajtó- és műfajismeret	2	K
Nemzetközi médiamodellek	2	K
Szóvivő ismeretek	2	gy
PR és sajtókapcsolatok	2	gy
Gazdasági alapismeretek	2	K
Marketingismeretek	2	K
Nemzetközi jog és közösségi (EU-) jog	2	K
EU-integrációs ismeretek I.	2	gy
EU-integrációs ismeretek II.	2	gy
Szerkesztőségi gyakorlat I–IV.	8	gy

Végül szólnom kell még egy szakirányról. Igaz, ez a kidolgozás fázisában van, de megvalósulásához nagy reményeket fűzünk. Ez pedig a PR-reklám szakirány. Ilyen képzés az ország más kommunikáció tanszékein már folyik, remélem, 2003-tól az erdélyi képzési kínálatában is szerepelni fog.

**Forgács Attila, Barlai Róbert, Fodor László, Kulikné Láng Zsuzsanna, Jachimovitsné Kapitány Magda**

## **Kommunikációs tréning tapasztalatai a Külkereskedelmi Főiskolán**

### **A hallgatói véleményezések tartalomelemzése**

#### **Bevezetés**

A tréningcsoport (T-group) módszer és elnevezés mint a személyiség és különféle képességek hatékony fejlesztési módja eredetileg Kurt Lewin (1946) nevéhez fűződik (13, 14). A tréningcsoportok elméletét és gyakorlatát számos hatás fejlesztette, melyek közül a Moreno-féle pszichodramát, a londoni Tavistock Institute pszichoanalitikus szellemi hatását, valamint a humanisztikus pszichológia, az ún. encounter-csoportok tapasztalatait emelik ki leggyakrabban (3).

A tréningmódszer a személyes tapasztalat átélésére, a csoportdinamikára és a társadalomtudományok ismeretrendszerére épül. A résztvevők a csoporttörténekek személyes átélésén keresztül jutnak el az új ismeretekhez, belátásokhoz, munkájukhoz nélkülözhetetlen kommunikációs és kapcsolatépítő készségekhez (18). A csoport reflexiói és visszajelzései elősegítik a résztvevők tudatos szakmai viselkedésváltozását. A tréningek a személyes bevonódás által az attitűd valamennyi szintjén (kognitív, emocionális és viselkedéses szinten) változásokat érnek el (2).

A tréning nem hagyományos módon folyó oktatás, ahol a tréner aktív és a csoport tagjai a passzív befogadó szerepét töltik be. A tréning *a résztvevői, problémacentrikus tanulás* elvére épít, a foglalkozásokon a résztvevőké a főszerep, a tréner nem oktató, hanem a folyamatokat katalizáló szerepben dolgozik. A feladata az érdeklődés, a személyes átélés, a bizalom, a nyitottság megfelelő szintjének és egy olyan atmoszférának a megteremtése, melyben a résztvevők készek a személyes megnyílásra, illetve a saját és a társak viselkedésének elemzésére (5, 7).

A tréningek egyes szakaszai három részből állnak: (1) kérdőíves önértékelés, (2) saját élményű gyakorlati rész, valamint az ehhez szervesen kapcsolódó (3) rendszerező, elméleti rész. A gyakorlati szakaszban a résztvevők egy társadalmi, kommunikációs vagy egyéb pszichológiai problémát modellező csoportos feladatot kapnak. A csoportos megoldások során a résztvevők személyesen bevonódnak a tárgyalt problematikába. Az egyéni és csoportos

megoldási törekvéseket speciális technikákkal (az előzőleg kitöltött tesztek kiértékelésével, video-feedbackkel, csoportos visszajelzésekkel, az elméleti háttér megvilágításával) elemezzük. Az elméleti részben az átélt tapasztalatok és ismeretek tematikus megbeszélése irányított csoportvitán keresztül történik. Az elméleti részben a történetek értelmezése, valamint a korrekciós modellek és a viselkedési alternatívák kidolgozása történik (1, 6, 8, 9, 10).

A tréning hatására fejlődik a résztvevők önismerete, belső autonómiája, fokozódik magabiztossága. A szociális percepció fejlődésével, valamint a csoportok és dinamikájuk megértésével javul az egyéni szociális hatékonyság. A részképességek területén is fejlődés várható: javul a döntési készség, emelkedik a kreativitási szint, valamint a kommunikáció és az időgazdálkodás hatékonysága. A módszer a csoport légkörére is kedvező hatással van, az együttes élmények által a csoporttagok kapcsolatai szorosabbá válnak, erősödik a bizalom, az egymás megértésére és elfogadására törekvés szintje (5, 15).

A tréningmódszer gyakorlati értékét és népszerűségét az is bizonyítja, hogy az Egyesült Államokban a 60-70-es években körülbelül tízmillió ember vett részt valamilyen tréningcsoportban (20). Hazánkban a 80-as évek elejétől alkalmazzák a tréning módszerét a gyakorlati szakemberek. 1979-ben az ENSZ Iparfejlesztési Intézete, az UNIDO támogatásával 16 tréner-konzultánst képeztek ki Magyarországon (7, 19). 1997-ben jött létre a Tréner Kerekasztal, mely a hazai tréningpiacon vezető szerepet betöltő, üzleti súlylyal rendelkező cégek (pl. Concordia, Omegaglen, Easy Learning, Eurocontact, IMS, TMA) kulturált együttműködését hivatott ellátni. Az utóbbi években több külföldi tréner cég (pl. Hay Management, Anderson, Coopers) hozott létre magyarországi divíziót.

A tréningmódszer alapkonceptiójára építve, számos speciális tematikájú tréning található a hazai piacon is. A számtalan alternatívából csak néhány jellemző tréningtípust kívánunk felsorolni: kommunikációfejlesztő tréning, konfliktuskezelő tréning, sales training, vezetői tréning, empátiafejlesztő encounter training, csapatépítő tréning, relaxációs tréning, imaginációs tréning, önismeret-fejlesztő tréning, outdoor-training stb. (22, 23).

Manapság egyre több hazai felsőoktatási intézményben alkalmazzák a tréningcsoportos képzés valamilyen formáját (4, 8, 9, 11, 15, 17, 21, 22). Éppígy a nagyvállalatok döntő többsége, illetve egyre több költségvetési intézmény rendszeresen szervez a munkatársai számára tréninget (16). A nagyvállalatok 73%-ánál a tréningek havonta kerülnek lebonyolításra. A cégek maradék 27%-a elegendőnek tartja, ha alkalmazottait negyed-, vagy félévente küldi tréningekre. A vállalatok 84%-a egy-egy tréningre 20-25 főt küld. Azért nem többet, mert a tréningek célja (csapatépítés, kapcsolatok kialakulása, empátiafejlesztés) nagyobb létszámú csoportban nem elég hatékony (16). Egy 10-12 fős csoport háromnapos tréningje körülbelül kétfélmillió

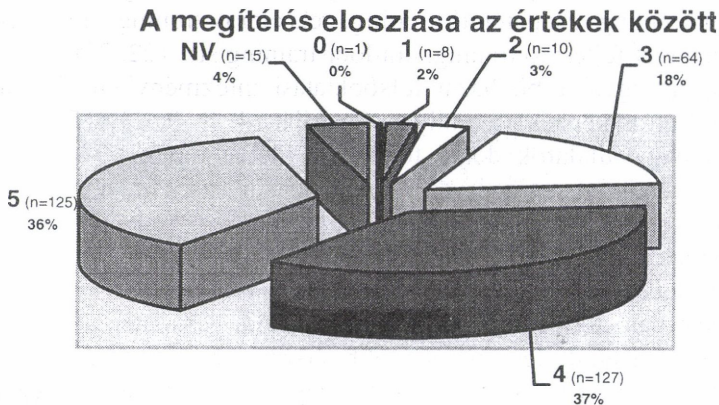
forintba kerül. A cégek 87%-a a 2-3 napos tréninget preferálja, amely rendszerint a hét utolsó napjára esik (16). A legfrissebb adatok szerint a magyarországi cégek kb. nettó 1.549 millió Ft-ot költöttek különféle készségfejlesztő tréningekre (12). A 17 legjelentősebb hazai tréningcégnél cégenként 50 millió Ft-nál magasabb éves nettó árbevétele származott a tréningekből (12). A Külkereskedelmi Főiskolán – az országban elsőként – 1990 óta szervezünk kommunikációs és konfliktuskezelő tréningeket. A kommunikációs tréning 40 órás tanegysége a szorgalmi időszakot megelőző hetekben, ötnapos formában működött, majd 1994-től a program rövidült és háromnapossá szűkült. 1997-ben a tréning programja akkreditálásra került. A főiskola jelentős tréningképző hely, amit az is bizonyít, hogy a Kommunikáció Tan-széken működik az ország egyik legelismertebb tréningiskolája, mely a Magyar Pszichológiai Társaság, valamint a Szervezetfejlesztők Magyarországi Társasága által ajánlott trénerképző hely.

### Vizsgálati minta és módszer

A Külkereskedelmi Főiskolán tanuló 350 elsőéves hallgató vélekedését vizsgáltuk meg a főiskolán 2000-ben szervezett kommunikációs tréninggel kapcsolatosan. Az elemzett tréningcsoportok száma 25. A hallgatók a tréning végén egy 10 kérdésből álló kérdőívet kaptak kitöltésre. A kérdőív egy 6 fokozatú Likert-skálát, illetve 9 nyitott kérdést tartalmazott. A kutatásban két zárt (megítéléses) feladat kvantitatív elemzését, valamint további négy nyitott kérdés tartalomelemzését végeztük el. Először megalkottuk a tartalmi kategóriákat, majd megállapítottuk a tartalmi kategóriák előfordulási gyakoriságát.

### Eredmények és értékelésük

#### 1. A kommunikációs tréning kvantitatív megítélése



A tréningek értékelésének átlaga, a 0-tól 5-ig terjedő Likert-skálán **4,04** lett.

A hallgatók 36%-a (n=125) a maximális, 5-ös értékkel nagyon hasznosnak ítélte a tréninget. A hallgatók 37%-a (n=127) 4-es, 18%-a (n=64) 3-as, a 3%-a (n=10) 2-es, 2%-a (n=8) 1-es, 0,3%-a (n=1) nullás értékelést adott a tréningre. A megkérdezettek 4%-a (n=15) nem adott választ a kérdésre.

## **2. A tréningek erőssége a hallgatók értékelése szerint**

A résztvevők 12 tartalmi kategóriát említettek meg. A kategóriákat az említések gyakoriságának sorrendjében közöljük.

*Mások megismerése.* Ebbe a tartalmi körbe az ismerkedésre, a barátok szerzésére és az emberismeretre vonatkozó utalások kerültek. A tréningmódszer legfontosabb hatótényezőjeként a hallgatók egyharmada említette meg a kategória valamelyik elemét. A hatótényező fontossága abból eredhet, hogy a tréningek a gólyatábor után, a szorgalmi időszak elején kerültek megrendezésre. A hallgatók egyik legjelentősebb pszichikus feladata ilyenkor a szociális integráció az új környezetben. A tréningmódszer a többi oktatási formánál alkalmasabbnak tűnik a szociális beágyazó funkció betöltésére, a hallgatók véleménye szerint.

*Csapatépítés.* Ebbe a tartalmi körbe az olyan proszociális utalások kerültek, mint a kapcsolatteremtés, csapatmunka, a bizalom és az együttműködés. A három nap alatt a részt vevő hallgatók olyan intenzív közös élményeket éltek át, ami növelte a csapatszellemet. A tréningmódszer ezen fontos hatótényezőjét a hallgatók egyharmada említette meg. A hatótényező fontossága az elsőéves hallgatói csoportok státuszából érthető meg.

*Önismeret-fejlesztés.* A tréningmódszer harmadik legfontosabb hatótényezőjeként a hallgatók egynegyede említette meg az önismeret fejlesztését. A hatótényező fontossága abból eredhet, hogy a résztvevők döntő része a serdülőkor végén, az ifjúkor elején jár, amely életkor egyik legfontosabb feladata az identitás megtalálása. A folyamatot segíti az önismeret bővítése.

*Feszültségoldás.* Ebbe a tartalmi körbe olyan utalások kerültek, mint a gátlások oldódása és az oldottabb hangulat. A tréningmódszer ezen fontos hatótényezőjét a hallgatók 15%-a említette meg. A hallgatók – az olykor látványos kompenzációs törekvések ellenére – minden bizonnyal sok feszültséggel teszik meg első lépéseiket a főiskolán, illetve a felnőtt életben. A hallgatók jelentős része úgy érezte, hogy a tréning segített a gátlások és a szorongások egy részének oldásában.

*A problémamegoldó készség fejlődése.* Ebbe a tartalmi körbe olyan utalások kerültek, amelyek a gyakorlatok problémamegoldást fejlesztő jellegét emelték ki. A hallgatók 15%-a említette meg a kategóriát.

*A kommunikációs készség fejlődése.* Ebbe a tartalmi körbe azok az utalások kerültek, amelyek a tréningek címében meghirdetett célra vonatkoztak. A tréningek manifesztált tartalma annyira nyilvánvaló volt, hogy csak a hallgatók 13%-a említette meg ezt a kategóriát. A tréning erősségeit inkább a latens hatótényezők vonatkozásában fogalmazták meg.

*Szempontváltás.* Ebbe a tartalmi körbe azok a válaszok kerültek, amelyek a gondolkodás és a percepció komplexebbé válását implicálták. A hallgatók 13%-a utalt a kategóriára.

*Tárgyi ismeret növekedése.* A résztvevők 9%-a abban látta a tréning fő hozamát, hogy a tárgyi ismerete és a tapasztalata megnőtt.

*Módszer megismerése.* A résztvevők 9%-a magában a tréningmódszerben definiálta a 3 nap hozamát.

### **3. A tréningek gyenge pontjai a hallgatók értékelése szerint**

A hallgatók 23%-a nem nevezett meg semmilyen tényezőt. A minta további része összesen 302 gyenge pontra hívta fel a figyelmet, melyeket 11 tartalmi kategóriába soroltunk. A résztvevők a tréning kétszer annyi erősséget, mint gyenge pontját neveztek meg. A kategóriákat az említések gyakoriságának sorrendjében közöljük.

*Időbeosztás.* Ebben a tartalmi körben a tréning hossza, a feladatok száma és sűrűsége, a kezdési és zárási időpontok alkalmatlansága került megnevezésre. A résztvevők 23%-a utalt a kategóriára.

*Unalmas részletek.* A résztvevők 15%-a említette meg, hogy a tréningnek volt olyan szakasza, amit túlságosan hosszúnak talált, vagy amiben kevésbé volt aktív.

*Elfáradás.* A hallgatók 12%-a panaszkodott arra, hogy a tréning során elfáradt.

*Rövid az idő.* A résztvevők 12%-a azt gondolta a tréning gyenge pontjának, hogy kevés volt rá az idő.

*Valami rossz minőségű volt.* 20 hallgató a feladatok jellegére, 7 fő az elméletek hozamára, míg 1-1 fő a fénymásolatok minőségére, illetve a szervezésre panaszkodott.

*Valami hiányzott.* A hallgatók 5%-a (17 fő) hiányolt valamit a tréningből. A hiányérzetnek olyan sokféle tárgya volt, hogy további kategorizálást nem tudtunk végezni, ezért felsoroljuk őket: PR feladatok, etikettismeretek, tanulási módszerek ismertetése, a főiskola bemutatása, hosszabb szünetek, szabad levegő, szabad társalgás, kényelmes székek, konkrét tanácsok, mélyebb barátság, csapatmunka, személyes szint, motiváció, dinamizmus, előzetes ismeretek felmérése, a tesztek pontos értékelése, találkozás egy másik csoporttal, több videós feladat, több önismereti feladat, több információ a test-

beszédre vonatkozólag. A megemlített tényezők egy része reális, míg a többi irreális elvárás a kommunikációs tréningekre vonatkozólag.

*Kellemetlen szituáció.* A hallgatók 4%-a (14 fő) említette meg, hogy a tréning során valamilyen kellemetlen élmény érte. A feladatok túl személyesek voltak, vagy a megoldásuk kudarcos volt.

*Tréning célja.* A válaszadók 4%-a (14 fő) érezte úgy, hogy a tréning célját nem sikerült teljes mértékben elérni.

*A tréning hozama.* A hallgatók 3%-a (9 fő) említett meg olyan szempontokat, melyek a tréning hozamára vonatkoztak.

*A tréner.* A tréner személyiségére, tevékenységére vonatkozóan 6 fő, a résztvevők 2%-a tett negatív megjegyzést.

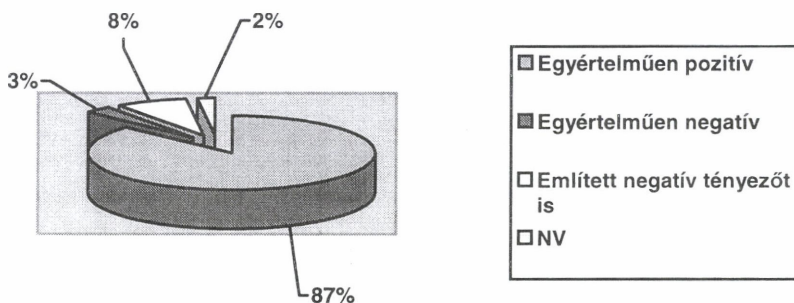
*Konfliktus a hiányzás miatt.* Mindössze 4 fő, a minta alig 4%-a gondolta azt, hogy a tréningen való részvétel és a többi óráról való hiányzás konfliktusokat okozhat neki.

*A tréning ellenértéke.* Egyetlen hallgató (az egész minta 0,2%-a) kifogásolta, hogy a tréningért a főiskola számára fizetni kell.

#### 4. A tréner munkájának értékelése

A hallgatók 87%-a (n=306) egyértelműen pozitívan értékelte a tréner munkáját. A megkérdezettek 8% (n=20) a pozitívumok mellett valamilyen negatív szempontot is megfogalmazott az értékelés során. 9 fő, az egész minta 3%-a egyértelműen negatív attitűddel viszonyult a tréneréhez. 6 fő (2%) nem értékelte a trénerét.

A tréner értékelése



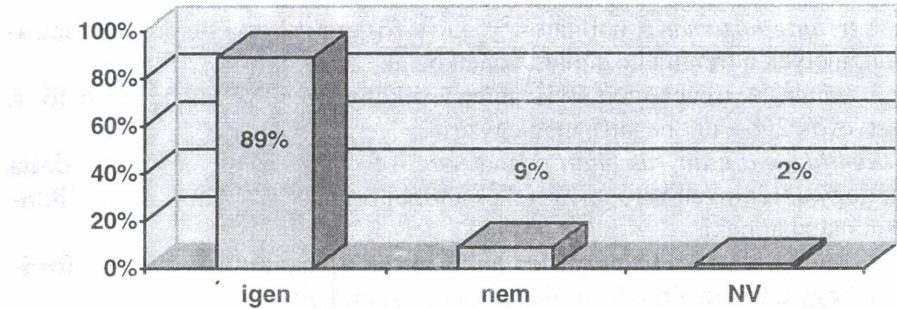
A hallgatók döntő többsége felsőfokban értékelte a trénerét. A válaszokból kitűnik, hogy a tréner nem pusztán egy technikát alkalmaznak, hanem az egész személyiségüket használják a tréning során. A trénerrel könnyen azonosultak a diákok.

9 hallgató (az egész minta 3%-a) egyértelműen negatívan vélekedett a tréner munkájáról. A kritikák egy része komolyan megszívelendő, míg bi-

zonyos szempontok a tréningvezetés szabályaiból következnek, ezért nem róhatók fel a tréner hibájaként. Valamennyi elutasító választ közöljük.

### 5. A résztvevők motiváltsága

Megkérdeztük a résztvevőket, hogy a későbbiekben kívánnak-e részt venni hasonló módszerű foglalkozáson.



A résztvevők 89%-a, 310 fő igennel, míg 9%-a, 31 fő nemmel válaszolt. 9 megkérdeztett, az egész minta 2%-a nem adott választ a kérdésre.

### Megbeszélés

A Külkereskedelmi Főiskola hallgatóinak döntő többsége pozitív attitűdökkel viszonyul a kommunikációs tréningekhez. A képzés ezen formáját, valamint a főiskola hazai trénerképzésben kivívott státuszát érdemes lenne megőrizni. A kutatásunk eredményei megszívlelendő szempontokat biztosítanak a tréning módszerének továbbfejlesztéséhez.

### Hivatkozások

- Adair J. 1987. *Training for Communication*. McGraw Hill Co.
- Babington B.S. & Farrel B.A. 1979. *Training in small groups*. Pergamon Press.
- Back K.W.: Beyond Words 1973. *The Story of Sensitivity Training and the Encounter Movement*. Penguin Books.
- Bagdy E. és Telkes J. 1988. *Személyiségfejlesztő módszerek az iskolában*. Tankönyvkiadó, Bp.
- Bagdy E. és Bugán A. 1997. A pszichológiai csoportmunka mint a személyiség fejlődésének, fejlesztésének színtere és eszköze. In: *A pedagógus hivatásszemélyisége*. (Egy pályaszocializációs kísérlet tanulságai) (szerk.: Bagdy E.) KLTE, Debrecen. 55–86.
- Bagdy E. 1997. Kommunikációfejlesztő tréningcsoportok dinamikai sajátosságai az egyetemi pályaszocializációs csoportmunkában. In: *A pedagógus hivatásszemélyisége*. (Egy pályaszocializációs kísérlet tanulságai) (szerk.: Bagdy E.) KLTE, Debrecen. 148–159.



- Barlai R. és Torma K. 1984. *A tréningcsoportok alkalmazásának néhány hazai tapasztalata a vezetőképzésben*. Kézirat.
- Barlai R. és Szatmáriné Balogh M. (szerk.) 1997. *Önismeret, kommunikáció, csoportjelenségek dióhéjban*. Olvasókönyv a kommunikációs tréningek résztvevői számára. Külkereskedelmi Főiskola, Bp.
- Dávid I. és Páskuné Kiss J. 1993. *Kommunikációs képességek fejlesztése az iskolában* (Elmélet és gyakorlatgyűjtemény) KLTE, Debrecen.
- Friedman, P G. & Yarbrough E. A. 1985. *Training Strategies from Start to Finish*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Gesztes O. és Vikor Cs. 1999. *Nagyító. Középiskolások iskolán kívüli képzése*. Pax Christi Kiadó, Szeged.
- Jelinek G. (szerk.) 2001. *Listák Könyve. Magyarország üzleti és szolgáltatási kalauza*. Budapest Business Journal. 8. kiadás.
- Lewin K. 1972. *A mezőelmélet a társadalomtudományban*. Gondolat, Bp.
- Lewin K. 1975. *Csoportdinamika*. KJK. Bp.
- Páskuné Kiss J. és Koncz I. 1996. Kommunikációs képességek fejlesztése. In: *Pszichológia a tanárképzésben*. (Szerk.: Balogh L. és Tóth L.) KLTE, Debrecen. 62–75.
- Petőfalvi Á. 2001. Magyarországi nagyvállalatok, multinacionális cégek képzés-továbbképzési tréninglehetőségei hazánk kastélyaiban. In: *Szakmai füzetek 9*. (Szerk.: Majoros P.) BGF, Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Bp. 35–55.
- Pék Gy., Szeverényi P. és Forgács A. 1996. *Az orvosi pszichológia oktatásának debreceni modellje: kialakulása, fejlődési lehetőségei*. A Magyar Pszichológiai Társaság XII. Országos Tudományos Nagygyűlése. Bp. 173.
- Pfeiffer J.W. & Jones E. 1986. *A Handbook of Structured Experiences for Human Relations Training*. McGraw Hill Co.
- Rudas J. (szerk.) 1984. *Önismereti csoportok*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont.
- Rudas J. 1990. *Delfi örökösei*. Önismereti csoportok: elmélet, módszer, gyakorlatok. Gondolat, Bp.
- S. Faragó M. 1986. *Beilleszkedés és szakmai szocializáció a felsőoktatásban*. Tankönyvkiadó, Bp.
- Smith S. 1998. *Kommunikáció az ápolásban*. Medicina, Bp.
- Stuart R. R. 1999. *Csapatépítő játékok trénereknek*. Műszaki Könyvkiadó, Bp.

## Kommunikációoktatás az orvosképzésben

### Az orvos–beteg kommunikáció oktatása

Miért is szükséges az orvostanhallgatóknak kommunikációt tanulniuk? Miért nem elég „egyszerűen” kitűnő diagnosztának és terapeutának lenniük? Hadd válaszoljak ezekre a kérdésekre egy személyes történettel. A közelmúltban, amikor meglátogattam a dédnagymamámat, megkért engem, hogy nézzem meg a gyógyszereit, mert már nem emlékszik arra, hogy melyiket írta az orvos a vérnyomására, s melyiket a hátfájdalmára. Dédnagymamám gyógyszerei egy nagy ládában voltak összegyűjtve. Átnéztem a gyógyszereket: számos, különböző típusú vérnyomáscsökkentő volt köztük – s a dobozok többsége fel sem volt bontva...! Ezen meglepődtem, s megkérdeztem, miért nem szedte be ezeket a gyógyszereket. „Kisfiam – mondta nekem –, ha én minden gyógyszert beszedtem volna, amit az orvosok felírnak, akkor már régen nem élnék!”

Nyilván lehetne vitatkozni azon, hogy dédnagymamámnak igaza volt-e vagy sem – az azonban vitathatatlan, hogy a példája korántsem egyedüli. Több vizsgálat egybecsengő eredménye szerint a betegek 20–40%-a egyáltalán nem veszi be az orvos által rendelt gyógyszereket, s még ennél is nagyobb az előírt adagolástól való eltérés mértéke. Hasonlóképpen magas az életmódra vonatkozó utasítások be nem tartásának aránya: a diétára vonatkozó orvosi utasításokat például a betegek 72%-a teljesen figyelmen kívül hagyja. (Pedig ez orvosi vonatkozásban általában nem a szép alak elérése miatt lenne szükséges, hanem azért, mert a megfelelő étrend elengedhetetlen pl. a cukorbetegség vagy egyes vesebetegségek kezeléséhez: az étrend be nem tartása a beteg egészségét – sőt esetenként az életét is – súlyosan veszélyeztető szövődmények kialakulásához vezethet.)

Természetesen nem ezek a jelenségek az egyedüli okai az orvos–beteg kommunikáció tantárgyként való oktatásának, kétségtelen azonban, hogy ezek a felismerések is jelentős szerepet játszottak abban, hogy az 1980-as évektől egyre több orvosi egyetemen vezették be a kommunikáció oktatását. Magyarországon 1993-ban a SOTE-n, az akkor alakult Magatartástudományi Intézet egyik tárgyaként tanultak először az orvostanhallgatók kommunikációt. A tantárgy szemléleti rendszerének meghonosítása, a kezdeti évek tematikájának és módszertanának kidolgozása elsősorban Buda Béla s Németh Erzsébet munkájának az eredménye.

Ma már mind a négy hazai orvosi egyetemen van kommunikációoktatás, bár ezek keretei eltérőek. A SOTE (ma már: Semmelweis Egyetem) Magatartástudományi Intézetének tantárgyai (kommunikáció, antropológia, szociológia, pszichológia, etika) egymással szoros kapcsolatban állva a gyógyítás holisztikus modelljét képviselik, vagyis azt a szemléletet, hogy az emberi lét testi, lelki, szociális és spirituális vonatkozásai egymással összefonódnak, egymásra kölcsönösen hatnak, s ennek figyelembevétele az orvoslásban is alapvető fontosságú.

A magatartástudományi tárgyak oktatása az orvosképzés egészét átfogja. Ennek részeként azonban a kommunikáció sajnálatos módon az elsőéves hallgatók képzésének vált a részévé. Ennek problematikussága nyilvánvaló annak fényében, hogy első évben az orvostanhallgatóknak a betegekkel még nincs kapcsolatuk – többi elsőéves tantárgyuk (anatómia, biofizika stb.) elméleti alapozó tantárgy. (A kommunikációoktatás helyét kijelölő egykori döntés megváltoztatására tett kísérletek az elmúlt években eredménytelenek voltak – változást előreláthatólag a kreditrendszer bevezetése hoz majd.)

A hallgatók saját tapasztalatainak hiánya oda vezet, hogy számos orvostanhallgató téves elképzelésekkel érkezik az első kommunikációs gyakorlatára. Újra és újra találkozunk néhány hallgatónak azzal a véleményével, hogy a kommunikáció oktatása fölösleges, hiszen kommunikálni mindenki tud. A mindennapokban is előforduló, de az orvoslásban kiemelt jelentőségű kommunikációs hibák (információk helytelen átadása, a meggyőző kommunikáció hiányosságai stb.) felismerésének és kiküszöbölhetőségének lehetőségén túl ezek a hallgatók – tapasztalatok hiányában – még nem szembesülhettek azzal sem, hogy az orvosi kommunikáció olyan speciális helyzeteket is magában foglal (rossz hírek közlése, betegségtudat nélküli pszichiátriai betegekkel való kapcsolat, kommunikáció szexuális problémákról, kapcsolat öngyilkosságra készülő vagy öngyilkosságot megkísérelt emberekkel stb.), amelyekkel a hétköznapiakban nem vagy rendkívül ritkán szembesülnének, orvosként azonban ezek mindennapos munkájuk részei lesznek. Hasonlóképpen gyakran találkozunk egy másik téves hiedelemmel, miszerint a kommunikáció nem egzakt tantárgy, ez csupán véleményeken, személyes elképzeléseken alapul. Valójában az orvos–beteg kommunikáció témakörében ma már olyan nagyszámú vizsgálati eredmény áll rendelkezésünkre, hogy természetesen ez a tantárgy is beilleszthető a bizonyítékokon alapuló orvoslás keretei közé.

Mindez azonban azt jelenti, hogy szemben azokkal a felsőoktatási intézményekkel, amelyekben a kommunikáció önálló karként vagy szakként szerepel (s ahová ezáltal a kommunikáció tanulásának szándékával jelentkeznek a hallgatók), az orvosi egyetemen egy speciális problémával is szembe kell néznünk: meg kell győznünk az elsőéves hallgatóink (legalábbis egy részét)

arról is, hogy a kommunikáció oktatása hasonlóképpen fontos része az orvosképzésnek, mint a szomatikus ismereteket oktató tantárgyaik.

Ez az oka a tantárgy első ránézésre furcsa beosztású oktatásának is. A féléves (30 órás) kommunikációképzés két tantermi gyakorlattal kezdődik, ezt követi három előadás, amit további gyakorlatok (s ennek részeként a terepgyakorlat) követ. Logikusabb lenne, ha átfogó előadások vezetnék be a tantárgy ismereteit – mivel azonban az előadások látogatása egyetemünkön nem kötelező, az előítéletekkel érkező hallgatók jelentős része nem jelen meg az előadásokon, ha így kezdődne a félév (amint ezt korábban tapasztalhattuk is). Ezért kezdődik az oktatás gyakorlatokkal, amelyeknek nemcsak a tárgy bemutatása a céljuk, hanem a hallgatói elképzelések feltárása és megvitatása is. Részben ennek a módszernek köszönhetően ma már az előadásokon a hallgatók többsége jelen van

Az orvos–beteg kommunikáció oktatásának közel egy évtizede alatt az oktatás módszertanát is igyekeztünk folyamatosan fejleszteni. Napjainkban az oktatást a következő főbb szempontok jellemzik:

- Az oktatás *gyakorlatorientált*: középpontjaiban olyan témakörök állnak (pl. az orvosi interjú elemei, az anamnéziszfelvétel buktatói, kommunikáció beteg gyermekekkel, a szuggesztiók szerepe az orvosi kommunikációban stb.), amelyek az orvosi gyakorlat mindennapjainak alapvető elemei.

- Mindezeket a gyakorlati ismereteket a *bizonyítékokon alapuló orvoslás keretei között* mutatjuk be, a javasolt kommunikációs stratégiák és technikák hatékonyságát vizsgálati eredménnyel támasztjuk alá.

- Rendkívül fontosnak tartjuk az oktatás interaktivitását. A hagyományos, egyirányú információátadás helyett a témakörök problémaközpontú, *közös megbeszélésére* törekszünk.

- A hallgatói aktivitás elősegítésének másik eszközeként a tantermi gyakorlatok során igen sok *strukturális gyakorlatot* használunk: arra törekszünk, hogy az elméleti ismeretek minél nagyobb részét a hallgatók saját élményeik alapján sajátítsák el.

- Külön kiemelendő a strukturális módszerek közül az *oktatóbetegek* bevonása. Az oktatóbetegek olyan egészséges emberek, akik megtanulnak egy – oktatócsoportunk tagjai által készített – betegszerepet. Ez lehetővé teszi a tantermi gyakorlatok során az orvos–beteg kommunikáció modellezését. (Ezt a hatékony s a hallgatók által is kedvelt oktatási módszert az alábbiakban részletesebben ismertetjük majd.)

- Az oktatóbetegek közreműködésével készült gyakorlatokhoz hasonlóan időnként más strukturális gyakorlatokat is *videóra veszünk* – a felvételek elemzése pontosabb és részletesebb megfigyeléseket tesz lehetővé.

– Számos (részben tévéműsorokból felvett, részben kifejezetten oktatási céllal készült) *videofelvétel* áll rendelkezésünkre – ezek bemutatása nyomán is közös megbeszélésre törekszünk.

– Hallgatóinkat a szakirodalom önálló feldolgozására, *referátumok* megtartására is kérjük.

– Tekintettel arra, hogy az elsőéves hallgatóknak még nincs saját tapasztalatuk betegekkel, a kommunikációoktatás részeként a hallgatók terepgyakorlaton is részt vesznek. (A terepgyakorlatokról az alábbiakban szintén részletesebben is írunk.)

– Bár nem a curriculum része, de az oktatás igen hasznos kiegészítője az a filmklub, amelyet a Magatartástudományi Intézet egy éve indított. Az orvostanhallgatók számára szabadon látogatható filmklub keretei között olyan filmeket mutatunk be, amelyek az orvos-beteg kapcsolatról szólnak. Minden filmvetítést beszélgetés követ, a film témájához kapcsolódó témakörrel.

## **A terepgyakorlatok és oktatóbetegek szerepe az orvosi kommunikáció oktatásában**

Oktatásunk két fontos elemét, a terepgyakorlatokat és az oktatóbetegek bevonását részletesebben is szeretnénk bemutatni.

### **A terepgyakorlatok**

A terepgyakorlatok bevezetését az a tény tette szükségessé, hogy a kommunikáció tantárgy helye a curriculumban sajnálatosan az egyetem első évében van. A hallgatók folyamatos visszajelzései a gyakorlati tapasztalatok hiányáról az egyetemi évek eme korai időszakában, világossá tették az oktatók számára, hogy a tantárgy népszerűségét csakis olyan módszerrel növelhetik, amely kifejezetten a gyakorlatra irányul. Az erre kínálkozó lehetőségek egyike a terepgyakorlat volt.

A hallgatók, miután a kommunikáció alapfogalmait elsajátították, egy általunk előzetesen felkínált terepgyakorlati listából szabadon választhatnak helyszínt. A lista olyan kórházi osztályok, ambulanciák, háziorvosi rendelők adatait tartalmazza, ahol az ott dolgozó személyzet tagjai vállalkoznak az együttműködésre és a hallgatók fogadására. A terepgyakorlati helyszín megválasztásában szerepet játszó kritériumok közül talán kettő a legfontosabb: igyekszünk minél érdekesebb és változatosabb helyszíneket biztosítani (pl. gyerekgyógyászat, addiktológia stb.), továbbá lehetővé tenni, hogy a hallgatók inkább pozitív élményeket szerezhessenek, és kedvező magatartásmintákkal találkozhassanak ezen, általában elsők közt számon tartott, gyakorlati tapasztalataik során. Az itt eltöltött időtartam 4 óra, amelyet különböző orvosi, egészségügyi helyzetek megfigyelésével tölthetnek. Ilyen

megfigyelésre alkalmas helyzetek: orvosi vizitek, orvosi interjúk, műtét, várótermek, orvosi konzíliumok stb.

A megfigyelés javasolt szempontjai:

– a verbális és nem verbális kommunikáció összefüggéseinek megfigyelése, elemzése

– az egészségügyben dolgozók betegekkel, hozzátartozókkal és egymással folytatott kommunikációjának, valamint a betegek egymás közötti kommunikációjának sajátosságai

– különböző orvosi szakterületek (pl. sürgősségi betegellátás, onkológia, nőgyógyászat, pszichiátria stb.) kommunikációs sajátosságai

– betegfelvétel, az exploráció, a vizsgálati módszerek, a diagnózis közlése, a terápiás beavatkozások, a vizit és a személyzeti megbeszélések kommunikációs specifikumai

– kritikus kommunikációs helyzetek

– empátia, kongruencia az orvosi kommunikációban

– a meggyőzés módszerei

A hallgatók a megfigyelésekhez, előzetes egyeztetés után, különböző technikai eszközöket is igénybe vehetnek. Készíthetnek magnó-, illetve videofelvételt, de általuk készített kérdőívek felvételére is van mód.

A helyszíni megfigyeléseket a hallgatónak írásos beszámolóban kell rögzíteniük, majd ezt a csoport előtt egy szóbeli beszámoló is követi. Fontos itt megjegyezni, hogy ennek nem annyira számonkérés jellege van – inkább a tapasztalatok cseréjén van a hangsúly. Ilyenkor számos fontos kérdés kerül felszínre, amelyet a csoportban közösen megbeszélünk, segítve ezáltal is a hallgatók különféle – akár pozitív, akár esetleg negatív – élményeinek feldolgozását is.

### **Az oktatóbetegek**

Az oktatóbetegek bevonását a kommunikáció oktatásába egy éve kezdjük, annak érdekében, hogy a hallgatók számára még több gyakorlási lehetőséget biztosítsunk. Korábban csak az orvosi pszichológia gyakorlatain vettek be oktatóbetegeket, harmadéven, de a tapasztalatok alapján az orvosi kommunikáció oktatásában az elsőéveseknél is kitűnően használható ez a módszer.

Az oktatóbetegek olyan egészséges személyek, akik arra vannak kiképezve, hogy közreműködésükkel az orvostanhallgatók „laboratóriumi” körülmények között gyakorolhassák az orvosi interjút. Az oktatóbetegek nem orvosok, nem pszichológusok vagy más segítő foglalkozásúak, hanem olyan önkéntesek, akik vállalkoznak az együttműködésre. Feladatuk egy – előzetesen betanult – betegszerep „eljátszása” a csoport jelenlétében. Ez tulajdonképpen kétszemélyes szerepjáték, szimuláció, ahol a szimulált beteg eljárás-

szá egy beteg szerepét, míg egy orvostanhallgató az orvos szerepébe bújik. A cél nem a diagnózis megállapítása, hiszen az első évben ez nem lenne lehetséges, hanem az orvos-beteg kommunikáció elemzése. Fontos láttatni, hogy a korábban megismert kommunikációs készségek, stratégiák, hogyan működnek a gyakorlatban. Az is fontos, hogy ez csupán egy állomás az igazi betegekkel való találkozás előtt. A helyzet mesterséges volta miatt itt a kockázat jóval kisebb, és még az elkövetett hibák kijavítására is adódik lehetőség. Szándékosan nem a kockázatmentesség jelzöt használom, mert az orvostanhallgató számára egy idegen személlyel történő beszélgetés a csoport előtt tartogat rizikóelemeket. Ezért az oktatóbetegek bevonása csakis akkor időszerű, amikor a csoport már annyira összekovacsolódott, hogy a tagok szívesen vállalkoznak egy ilyenfajta „játékra”. Gyakorlatilag ez is az egyetlen ellenjavallata az oktatóbetegek bevonásának, azaz ha a csoportkohézió nem megfelelő.

Az oktatóbetegek szereplőit, ún. scriptjeit a Kommunikáció Részleg oktatói készítették el. A scriptek összeállításában az a legfontosabb szempont, hogy túl a betegségtüneteken, a beteg személyisége is kirajzolódjon, lehetőséget nyújtva a hallgatóknak, hogy az adott esetről több szempontból is tájékozódhassanak. Egy másik szempont, amelyet igyekeztünk szem előtt tartani, az volt, hogy lehetőleg olyan orvosi szituációkat jelenítsünk meg, amelyek a mindennapi orvosi gyakorlatban rendkívül gyakran előfordulnak, de megoldásuk mégsem mindig egyértelmű vagy egyszerű. Ilyen szimulált helyzetek legfőbb témakörei a nehéz kérdésekről, tabukról – szexualitásról, halálról – történő beszélgetés vezetése, a meggyőzés jelentősége és szerepe az orvosi gyakorlatban, a beteg együttműködésének elősegítése, rossz hírek közlése, a beteg hiedelmeinek feltérképezése és kezelése stb.

A gyakorlat menete általában kétféleképpen zajlik. Az interjút rögzíthetjük videón, vagy a csoport többi tagját kérjük fel megfigyelőnek. Az orvost megjelenítő hallgatónak egyes esetekben (szintén előre elkészített) információkat adunk a betegséget, a beteg helyzetét illetően, segítve őt abban, hogy kizárólag az interjú kommunikációs vonatkozásaival tudjon foglalkozni (pl. a beteg kész diagnózissal jön vissza a rendelésre, mikor már túl van a fizikális vizsgálatokon). Vannak azonban olyan helyzetek is, amelyekben az orvos és a beteg első találkozását modellezzük – itt értelemszerűen az orvostanhallgatók számára sem állnak rendelkezésre előzetes információk a betegről. A csoporttal előzetesen ismertetjük a visszajelzés adásának főbb szempontjait, szabályszerűségeit, ezáltal is kímélve az orvost játszó hallgatót a túlságosan kritikus megjegyzésektől. A szerepjátékot megbeszélés és elemzés követi a teljes csoport részvételével.

Még mielőtt a teljes csoport bevonódna a megbeszélésbe, lehetősége van az orvost játszó hallgatónak, hogy elmondhassa: ő maga hogyan élte meg az

adott helyzetet, s hasonlóképpen az oktatóbetegeink is adnak visszajelzést arról, hogyan érezték magukat ebben a szituációban, és milyen benyomást tett rájuk az „orvos”. Természetesen inkább a pozitívumok kiemelésére helyeződik a hangsúly: a kedvező magatartásminták megerősítését szorgalmazzuk, nem pedig a hiányosságok lajstromba vételét. Ez persze nem jelenti azt, hogy az esetleges hibákon átsiklunk, csak a súlypontok elhelyezésére különös gondot fordítunk a megbeszélés során.

Az elemzés főbb szempontjaiként a következőket említeném:

- kapcsolatfelvétel a beteggel (üdvözlés, bemutatkozás, keretek tisztázása stb.)
- kérdézési technika (nyílt és zárt kérdések, szuggesztív kérdések stb. használata)
- nyelvhasználat (mennyire igazodik a beteg nyelvhasználatához)
- empátia, aktív figyelem jelei (meghallgatás, összefoglalás)
- meggyőzés, ráhatás módjai
- diagnózis, esetenként rossz hír közlése
- a beteg hiedelmeinek feltérképezése
- a döntéshozás folyamata (a beteg bevonása ebbe a folyamatba)

A gyakorlat rendszerint a tapasztalatok összegzésével, a tanulságok levonásával zárul.

### **Hallgatói visszajelzések**

Igen fontosnak tartjuk, hogy az oktatásról visszajelzéseket kapjunk a hallgatóktól – ez hozzájárulhat az oktatás hatékony elemeinek megerősítéséhez, s a hibák kiküszöböléséhez. Minden félév végén arra kérjük hallgatóinkat, hogy egy névtelen kérdőíven értékeljék a tantárgyat, oktatóikat, az előadásokat, a tantermi gyakorlatokat, a terepgyakorlatokat, s tegyenek javaslatokat az oktatás további fejlesztésére. Az eredmények közül itt csupán néhányat emelnénk ki:

- A tantárgy fontosságát a 30 órás oktatás befejeztével a hallgatók (ötfokozatú skálán) már átlagosan 4,0-nak értékelik. (Ezt a kezdeti előítéletekhez és ellenállásokhoz viszonyítva igen jó eredménynek érezzük.)
- Jelenleg az évfolyam 70%-a a három előadásból legalább kettőn jelen van (annak ellenére, hogy ezek látogatása nem kötelező).
- Gyakorlatvezetőiket a hallgatók átlagosan 4,4-re értékelték.
- Legnépszerűbb oktatási módszerünk évek óta a terepgyakorlat: ennek hasznosságát átlagosan 4,5-re értékelik az orvostanhallgatók.

Felhasznált irodalom: Silverman, J., Kurtz, S., Draper, J. 1998. Skills for Communicating with Patients. Radcliffe Medical Press Ltd., Abingdon.



## Kommunikációképzés az informatikus könyvtáros szakon

Az Eszterházy Károly Főiskola Médiainformatika Intézete a 2001/2002. tanévtől megkezdte informatikus könyvtáros szakos hallgatók képzését – a korábban már működő nappali és levelező képzés mellett – *távoktatásos* formában is.

Ez utóbbi képzési forma különösen igényli a hallgatók önálló tanulását segítő távoktatásos formában elkészített tankönyveket segédleteket, szöveggyűjteményeket és tanulási útmutatókat.

Az *informatikus könyvtáros* szakos képzés feladata a korszerű és dinamikus fejlődő, kihívásokkal teli információs társadalom számára megfelelő szakemberek képzése. Képzésünk kiemelt célja az információval közösségi szinten foglalkozó szakemberek felkészítése Magyarországnak az Európai Unióhoz való várható csatlakozásával szükségessé váló uniós ismeretek megszerzésére (Forgó–Kis–Tóth 2002). A könyvtári területen dolgozók számára a számítógépes és információfeldolgozási ismeretek mellett nélkülözhetetlen a kommunikációs ismeretek és gyakorlati készségek elsajátítása is. A következőkben kommunikációs ismeretek szaktárgyat mutatom be. A *kommunikációs alapismeretek* tárgy az informatikus könyvtáros képzés egyik alapozó elméleti tantárgya. Interdiszciplináris tárgyként a kommunikáció elméletével és gyakorlatával és információval foglalkozó tudományok alapelemeit foglalja magában.

Mivel átfogó, egyetemes, általános kommunikációelmélet, illetve kikristályosodott kommunikációtudomány még nem alakult ki, a tananyag összeállítása során sem tűzhattük ki célul a teljesség és a véglegesség igényét. A fontosabb alapösszefüggéseket számba véve kommunikációval foglalkozó tudományokat emeltem ki, valamint a kommunikációelmélet legáltalánosabb, az információelmélettel kapcsolatos összefüggéseit is.

A képzési tematika összeállítása rendszerszemléletű megközelítéssel történt. Olyan ismereteket közvetítő elméleti és gyakorlati tárgy, amely mind az elméleti fogalmak megismertetését, mind pedig gyakorlati kompetenciák kialakítását szolgálja. A tantárgy foglalkozik a kommunikáció szociológiai ismérveivel, és elemzi a kommunikációkutatás korai és napjainkig terjedő perspektíváit is. A másik rendező elv az alkalmazott kommunikációs formák és a kommunikációs gyakorlatok bemutatása és feldolgozása.

A tantárgy révén a hallgató megismerheti a kommunikáció ismeretrendszerének természeti, technikai és társadalmi meghatározottságát, tények és vélemények széleskörűsége révén jobban megismerheti azt a tudás alapú társadalmat, amelyben él, és hivatását gyakorolja.

Az *informatikai alapozású könyvtárosképzés* c. tanulmány megjelenése óta (Horváth 1980, idézi Pálvölgyi 1999) a magyar könyvtárosképzésben is mérvadó lett, hogy a hangsúly fokozatosan az információra, annak közvetítésére tevődött át, bár a könyvtárakat továbbra is a legfontosabb információközvetítő intézmények egyikének tartjuk. Az 1997-es tantervben a könyvtárostanárról, illetve (köz)könyvtáros szakirány mellett megjelent az információmenedzsment, majd 2001-ben az információbróker szakirány.

Az *információbróker* szakirányon olyan információs szakemberek képeznek, akik tudományos és szakkönyvtárakban, dokumentációs intézményekben, közművelődési könyvtárakban, vállalatok információs részlegeinél, kis- és középvállalkozásoknál *szolgáltatnak* a termékek fejlesztéséhez, és a gyártásához, a kutatáshoz piaci, pénzügyi és jogi *információkat*: *Naprakész tájékoztatást* nyújtanak a kereskedelmi előírásokról, szabványokról, szabadalmakról és ezeket magukban foglaló szolgáltatásokról, függetlenül azok nyelvtől, megjelenési helyétől és adathordozójától.

Az információbróker olyan szakember, aki az információt begyűjti, feldolgozza és értékesíti. Az infobrókeri tevékenység megköveteli többek között a minőségmenedzsmentet, kalkulálási képességet, nyelv- és számítógépes készségeket, az információs környezet ismeretét, mesteri *kommunikációs és eladási* képességeket. Kiváló kommunikációs gyakorlattal rendelkeznek, és készségszinten ismerik a közvetlen értékesítési (direkt marketing) formákat. (Mikulás 2001: 19-27) [...]. Az eredményes infobrókerek elsősorban üzletembernek, másodsorban könyvtárosnak tartják magukat. Több szakirodalom is leírja, hogy az információbrókernek akarnia kell eladni (Mount 1993: 271, idézi Mikulás 2001). Ugyanakkor azt is megjegyzi, hogy ezzel az attitűddel a könyvtáros általában nem rendelkezik. A könyvtárosi kultúra ebben más, és ezt nem szabad figyelmen kívül hagyni.

A *könyvtáros tanár* szakirányon olyan *informatikus könyvtárosokat* képezünk, akik szaktudományi és informatikai ismereteik mellett – szakmódszertani kompetenciájuk révén – alkalmasak a NAT könyvtárhasználat ismeretterületen tanítási órák megtartására, illetve járatosak az iskolai könyvtárakban végzendő speciális munkákban.

### **1. A könyvtárosszerepek – és a kommunikációs kompetenciák**

Az információs szakembereknek az alábbi tulajdonságokkal kell rendelkezniük: (a) olyan személyiségek, akik képesek „határokat átlépve” más intézményekben, szakterületeken, másfajta munkakörben dolgozókkal empá-

tiás kapcsolatot kialakítani, (b) hagyományosan szolgálatra, felhasználóra orientáltak, és elvárható tőlük, hogy kiegyensúlyozottan kezeljék a nyilvános információs és a bizalmas, személyes információs igényeket, (c) nyitottak az új technológia iránt és hajlandók arra, hogy alkalmazzák azokat annak érdekében, hogy az információt specifikus használói igényeknek megfelelően lefordítsák és „újracsomagolják” (Wormell 1995: 48–49).

Ezeket a speciális elvárásokat fejezi ki az amerikai Special Library Association által készített, nemzetközileg is nagy hatást keltett kompetenciajegyzék, mely szakmai és személyes dimenzióban vizsgálja a speciális elvárásokat. A szakkönyvtárosoktól elvárt személyiségjegyek (personal competencies) olyan általános képességek, értékek, attitűdök, melyek a hatékony munkavégzéshez elengedhetetlenül szükségesek.

### **Szakkönyvtárosok személyi kompetenciaterületei**

Az átfogó nemzetközi szinten célszerű a DECIDoc-kézikönyvet, annak szakmai és általános képességterületeit figyelembe venni. Magyarországon elsőként a Regionális felsőoktatási együttműködés, 2000 keretében elemezték e fontos normatív dokumentumot (Pálvölgyi 1999). Az alábbiakban látható, hogy nemcsak a kommunikációs készség, hanem a a htárterületek is megjelennek (együttműködési készség, partnerekben gondolkodás stb.)

A személyi kompetencia területei	Értelmezésük
Elkötelezettség	Elkötelezett a szakmai kiválóság iránt.
Dinamizmus	Kihívásokat keres, illetve új lehetőségeket mind a könyvtárban, mind pedig azon kívül
Összefüggéslátás	A könyvtár és információs központ szerepét egy nagy képbe ágyazva látja
Partnerekben gondolkodás	Partnereket és szövetségeket keres
Környezetteremtés	Kölcsönös tiszteletet és bizalmat tükröző környezetet hoz létre
Kommunikációs készség	Hatékony kommunikációs készségekkel rendelkezik
Együttműködési készség	Képes másokkal egy munkacsoportban jól együtt dolgozni
Vezetési készség	Tud vezetni és másokat bevonni a vezetésbe
Lényeglátás	Előnyben részesít a kritikus dolgokat, képes azokra koncentrálni, azokat megtervezni
Fejlesztésközpontúság	Elkötelezett az élethosszig tartó tanulás és a személyes szakmai fejlesztés iránt
Vállalkozó szellem	Vállalkozási készségekkel rendelkezik, képes új lehetőségeket teremteni
Hálózatban gondolkodás	Elismeri a szakmai hálózatképzés és szolidaritás fontosságát
Rugalmasság és pozitív gondolkodás	Rugalmas és pozitív irányultságú a folyamatos változások korában

## A DECIDoc szakmai képességterületei

A DECIDoc (EUROGUIDE LIS) szerint a szakmai képességek az alábbi területekkel kapcsolatosak: (1) könyvtári és információs szolgáltatások, (2) kommunikáció és információtechnika, (3) vezetés és szervezés, (4) egyéb, a könyvtári és információs munkában potenciálisan felhasználható területek, személyiségjellemzők (Koch 2000).

A képességterületeken belül az alábbiak kapcsolatosak a kommunikáció-tudománnyal:

- interakció a használókkal, ügyfelekkel.
- interperszonális kommunikáció.
- szóbeli kommunikáció.
- írásbeli kommunikáció.
- audio-vizuális (mediális, telekommunikáció).

A fenti elvárásoknak megfelelően került kialakításra a kommunikáció szaktárgy tematikájának kialakítása.

### 2. Kommunikációelmélet és gyakorlat tantárgy

*A tantárgy célkitűzései:* A képzés általános célja, hogy a megismertessük a hallgatósággal a hatékony kommunikáció elveit és gyakorlatát, melyre a szakma gyakorlásakor, ill. a könyvtári (iskolai) és az üzleti szférában szükségessége lesz. Fő feladatnak tekintjük a kommunikációs szemlélet kialakítását, a személyiség fejlődésének gazdagítását olyan korszerű kommunikációs szemlélettel bíró ismeretek elsajátíttatását, melynek révén a jelöltben tudatosul a kommunikáció egyetemessége és a kommunikatív megnyilvánulások kultúráltságának fontossága. (FORGÓ 2000)

*Követelmények:* A tanulónak legyen ismerete a kommunikációs folyamat elemeiről, a kommunikáció folyamatáról, a kommunikációs közegekről. Ismerje meg a hatékony közlés (szóbeli, test általi, mediális, írásos, képi) ismérveit. Ismereteit tudja hatékonyan alkalmazni a mindennapi munkája, találkozásai alkalmával.

*Kapcsolódó tantárgyak:* Információelmélet; tájékoztatás-elmélet, írás-és könyvtártörténet.

A tantárgyhoz távoktatási tankönyv is készült. A tananyag négy fő modulra tagolódik:

A) *Az első modul* a kommunikáció általános elméleti fogalomrendszerét, valamint a kommunikációs modelleket és a különböző tudományterületekkel való kapcsolatát tárgyalja.

B) *A második modulban* a kommunikációtörténeti és kutatástörténeti vonatkozások kaptak helyet (nem mellőzve a korszakolást és a kutatómódszertani aspektusokat sem).

C) A *kommunikációs* rendszerek modulban a kommunikáció biológiai és társadalmi vonatkozásai szerepelnek.

D) Az *alkalmazott kommunikációs* formák fejezetben a hivatali és hétköznapi kommunikáció, valamint a hivatali és pedagógiai kommunikáció már sajátos sok partikuláris törvényszerűséget magában foglaló területeiről esik szó.

E) Külön fejezetet kapnak a kommunikációs tesztek, *gyakorlatok*, és a *tréningek*. (E témakörökről a hallgató részletesen a tantárgyhoz szerkesztett szöveggyűjteményben olvashat.) A szöveggyűjteményben az írásos és szóbeli megnyilvánulások elméleti és gyakorlati ismérveit dolgozhatja fel a hallgató. (H. Varga 2002).

### **A tantárgy tematikája**

#### *I. Bevezetés a kommunikáció elméletébe*

1. A kommunikáció fogalmának értelmezései
2. Kommunikációs modellek (Shannontól, Horányiig)
3. A kommunikációelmélet és a tudomány területek

#### *II. A kommunikáció kutatás története és forrásai*

4. Az ókori gondolkodóktól az önállósulásig.
5. Az önálló kommunikáció kutatás kialakulását követő korszak

#### *III. Kommunikációs rendszerek*

6. A biológia és az állatvilág kommunikációs formái
7. Társadalmi kommunikációs formák
8. A kommunikációs formák szociológiai rendszerezése.

#### *IV. Alkalmazott kommunikációs formák*

9. A közvetlen és közvetett megnyilvánulási formák
10. A nemverbális kommunikációs formák
11. A szóbeli kommunikáció
12. A közvetett (írásbeli) kommunikációs formák
13. A viselkedésformák kommunikatív jellegzetességei (üzleti, hivatali kapcsolatfelvétel)

#### *V. Kommunikációs gyakorlatok*

14. Kommunikációs tréningek, tesztek.

### **A leckék felépítése**

Minden lecke az alábbi szerkezeti egységekből áll:

1. A lecke céljának leírása
2. A lecke tartalmának rövid ismertetése
3. A lecke elméleti anyagának a közlése, úgymint
  - az elméleti tudnivalók leírása
  - definíciók
  - példák

- a megértést segítő kérdések
- a megértést segítő részfeladatok.

#### 4. Összefoglalás

5. A leckék végén a tananyag elsajátítását ellenőrző kérdések találhatóak.

A könyv végén kötelezően beküldendő feladatokat talál a hallgató.

A megértéshez sokrétű segítség áll rendelkezésre. Maga a könyv magyarázó szövege is erre szolgál. Az ajánlott irodalom és általában a hivatkozott források azt az alapot jelentik, amelyen a megértett és rendszerbe szervezett ismeretanyag felépül. A konzultációs lehetőségeknek az a célja, hogy a meg nem értett illetve homályban maradt ismeretek kellőképpen tisztázódjanak.

Az egyes leckék szövegében kétféle kérdéssel találkozhat a hallgató. Vannak olyan kérdések, amelyek egy-egy probléma felvetését szolgálják, és ezekre a lecke további szövege adja meg a választ.

*A számonkérés módja:* A félév anyagából gyakorlati jegy megszerzése: ami írásbeli és a beküldendő feladatok részéből áll.

A szemeszterek anyagát záró írásbeli vizsgák elméleti jellegű tesztek és esszékérdéseket, illetve gyakorlati jellegű feladatokat tartalmaznak. A kérdéseket és feladatokat a tankönyv kérdései, illetve a szöveggyűjtemény alapján állítottuk össze.

A szemesztert záró írásbeli vizsgakérdéseket és feladatokat a vizsgán ki nyomtatva kapja meg. A vizsgán segédeszköz nem használható.

A gyakorlati jegy megszerzésének az előfeltétele; egy feladatjegyzékből választható feladat megoldása és elküldése témavezető tanár számára.

A kommunikációs alapismeretek tárgyhoz tanulási tanácsokat is készítünk, annak érdekében, hogy a hallgatói felkészülés sikeres legyen. A tankönyv az elméleti anyagot mutatja be, a szöveggyűjtemény pedig a szakkifejezések jobb megértéséhez ad példákat.

Az önértékelő tesztek kommunikációelmélet és gyakorlat témaköreit egyaránt felölelik.

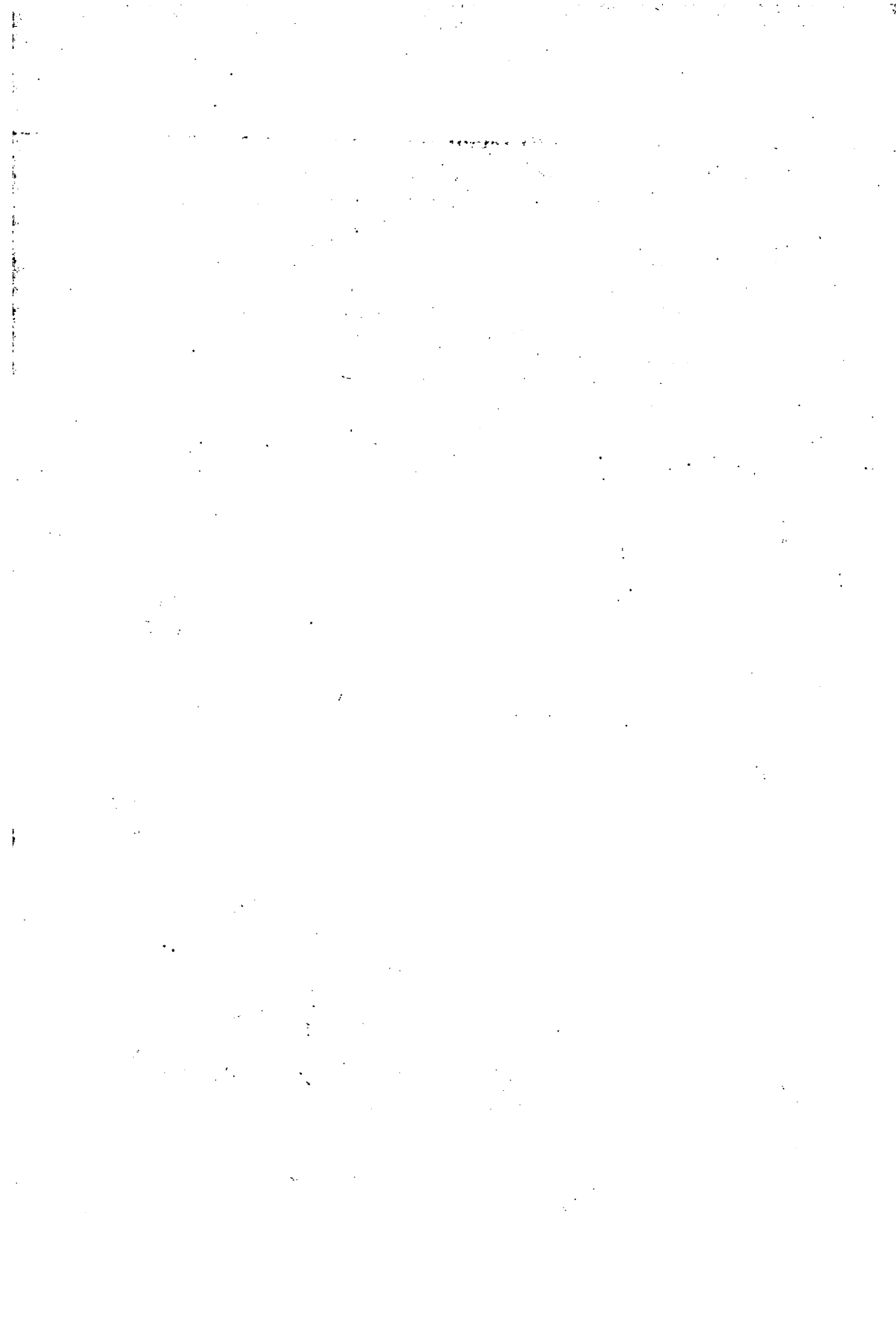
A tesztkérdések segítik a feladatmegoldást. A hallgató az önértékelő tesztekben megoldásokat is talál. Ezzel tudja ellenőrizni munkája helyességét.

Összességében a tankönyv és a hozzá tartozó segédletek – mint a tanulási útmutató és a szöveggyűjtemény – végigvezetik hallgatót a kommunikáció elméleti és gyakorlati vonatkozásain.

A kommunikációs ismeretek egyre nagyobb jelentőséget kapnak az élet minden területén. Az itt megszerzett ismereteket nem csak könyvtárakban tudják majd hasznosítani a hallgatók, hanem az üzleti szférában is. Alapos és pontos felkészítésre, felkészülésre van szükség, mert a kommunikációs formáktól, stílustól is függ majd a könyvtárhasználók elégedettsége.

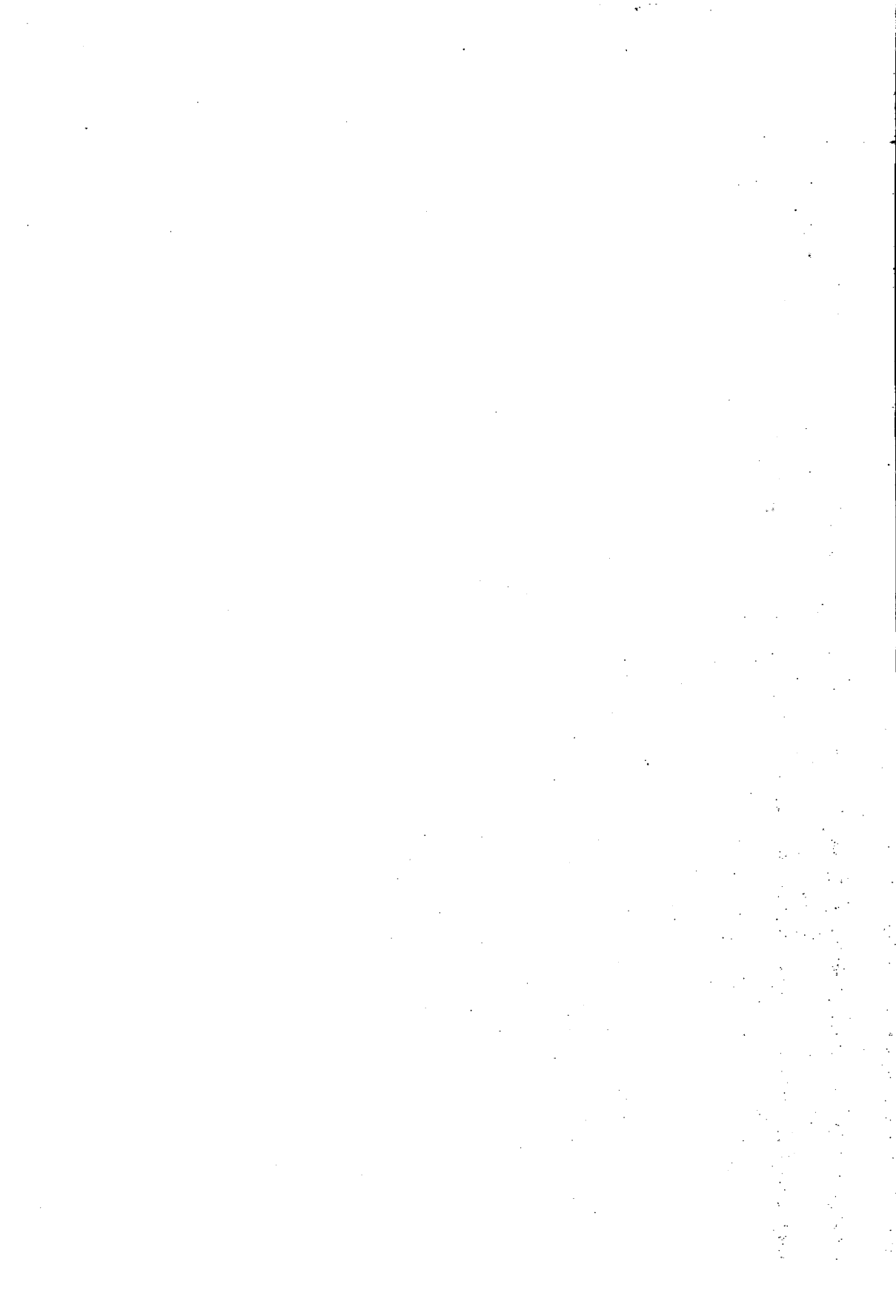
## Hivatkozások

- Forgó Sándor–Kis-Tóth Lajos 2002. *Ajánlások a speciálisan távoktatási céllal készített nyomtatott anyagok szerkesztésére*. EKF. Médiainformatikai Kiadványok Eger.
- Forgó Sándor 2001. *Tanulási útmutató a Kommunikációs alapismeretek tantárgyhoz*. Médiainformatika Kiadványok. Eger.
- H. Varga Gyula 2001. *Kommunikációs ismeretek*. Hungarovox Kiadó, Budapest.
- Koch, Manfred 2000. *Vergleich/Analyse der 29 Kompetenzbereiche aus dem Zertifizierungshandbuch (DECIDoc) mit dem Studienplan FHS Informationsberufe*. Eisenstadt.
- Mikulás G. 2001. *Könyv Könyvtár Könyvtáros*. Szeptember. 19–27.
- Mount, Ellis 1993. Founder and principal of an information brokering firm / Marydee Ojala. In: *Opening new doors : alternative carreers for librarians*. Washington, Special Libraries Association.
- Pálvölgyi M. 1999. *Az információmenedzsment*. Szombathely, BGyTKF.
- Wormell, Irene 1998. *Térítéses információ szolgáltatás: a siker titka*. Budapest Informatikai és Könyvtári Szövetség.





## **PUBLIC RELATIONS**



## A kapcsolati marketing és a lobbizás

Az állam szerepvállalása a modern gazdaságokban nyilvánvaló és elkerülhetetlen. A nemzetgazdaság legfontosabb szereplője a kormány, mely nem csupán a legnagyobb munkaadó és legnagyobb beruházó, hanem a legtöbb termék-szolgáltatást vásárló szervezet is. Az államháztartás kiadásai napjainkban Magyarországon mintegy felét teszik ki a GDP-nek, ez az arány nagyjából megegyezik az európai országok többségének hasonló mutatójával.

### Az állam mint vásárló

Az állam a lakossági szükségletek általános megjelenítőjeként lép fel. Makrogazdasági feladatvállalása a célok átfogó megfogalmazásában nyilvánul meg, míg a célok megvalósítása (a folyamatosan felmerülő, rangsorolt szükségletek kielégítése) az állam szervezeti mivoltában történik. Az állam mint szervezeti vásárló különböző intézményein keresztül jelenik meg a piacon. A központi kormányzat, a minisztériumok és egyéb költségvetési szervezetek, az állami tulajdonú társaságok stb. egy közös koncepció végrehajtóiként eszközlik beszerzéseiket, közös forrásokból – a költségvetésből – fizetnek az eladóknak. A makrocélok differenciálása ugyanakkor „felpuhítja” a korábban minden állami szervezet által elfogadott (a költségvetésben is tükröződő) prioritásokat. Ezek a prioritások egy alku utáni konszenzus eredményeképpen alakultak ki, a megegyezés azonban nem szüntette meg az intézmények közötti érdeklentéteket, amelyek a beszerzések megvalósítása során is hatnak.

Az éves költségvetési vitákban a különböző állami szervezetek – jellemzően az egyes tárcák – igyekeznek a maguk számára minél nagyobb költségvetési hányadot kiharcolni. Az indok nagyjából azonos: a tárcához rendelt feladatok végrehajtása – az állami szükségletek rájuk bízott részének kielégítése – „a források maximumát igényli”.

A fentiekből következik, hogy az állam különböző intézményei szervezeti vásárló minőségükben elsősorban saját intézményi célkitűzéseiket próbálják érvényesíteni. Ez a magatartás teljesen azonos a szervezeti vásárlók egyéb (ipari és viszonteladói) csoportjainál tapasztalhatóval, és világosan mutatja, hogy az állam a piacon – több-kevesebb önállósággal rendelkező – szervezetenként van jelen.

## **Fordított marketing**

A business to business ügyleteknél, ahol jellemzően szervezetek adnak el és vásárolnak, különös jelentőségük van a partnerek között kialakuló kapcsolatoknak. A beszerzési folyamat résztvevői között az ügylet megvalósulása során sokpólusú érintkezés jön létre. A „kapcsolati marketing” kifejezés, mely az utóbbi években honosodott meg a marketing szakirodalmában, a szervezetek közötti kapcsolatok marketing alapú kezelését jelenti, mégpedig kifejezetten a vevő aspektusából. Ez az aspektus azért különleges, mert a marketing általános irányultsága, problémaközelítése eladói szemléletű: a piacot, a marketing eszközszerét és ennek működését az eladó perspektívájából vizsgálja. A kapcsolati marketinget egyes szerzők ezért „fordított marketingnek” nevezik (Leenders-Blenkhorn [1988]). A „fordítottság” lényege, hogy a szervezeti beszerzéseknél – és különösképpen az állami beszerzéseknél – az ügylet kezdeményezője a vevő, akinek igényeit az eladó előzetesen (a specifikált ajánlatkérésig) legfeljebb csak sejtetheti. Egy eladó nehezen és rossz hatásfokkal ébreszthet fel (tehet effektívvé) latens állami szükségleteket: a kezdeményezésnek általában az állam részéről kell kiindulnia.

Történeti tény, hogy Robert Fulton 1803 júniusában bemutatta működő gőzhajóját a francia admirálisnak, a tengernagyok – és maga Napóleon – azonban nem ismerték fel a találmány hallatlan katonai jelentőségét (erre valószínűleg csak az angoloktól két évvel később elszenvedett trafalgari vereséget követően döbbsentek rá). Az „egészséges állami bizalmatlanság” számos – később hasznosnak bizonyult – termék (eljárás) bevezetését hiúsította meg vagy késleltette.

A kapcsolati marketing eszközszerete nem különbözik lényegesen az eredeti marketing-eszközszeretől: az eltérések a már említett ellentétes irányultságból fakadnak. A termék-, ár-, értékesítési és promóciós politikák értelemszerűen más tartalmat kapnak, esetenként új vonásokkal bővülnek. Néhányat nézzünk meg ezek közül.

A szervezeti vásárlók termékigényei jellegzetesen funkcionális igények. Korábban utaltunk rá, hogy az állami vásárlásokat a mindenkori divat gyakorlatilag nem befolyásolja, ezt a megállapítást most azzal egészítjük ki, hogy a bevásárlási döntésekben a termék márkája sem játszik érdemleges szerepet. A márka bevezetettsége, presztízse az individuális fogyasztó esetében gyakran meghatározó tényező, az állami beszerzéseknél viszont csak akkor válik kiválasztási szemponttá, ha a presztízsismérv gyakorlati jelentőséget kap.

Ismert, hogy a magyar állami vezetők beosztásuktól függően különböző márkájú szolgálati gépkocsikat használnak, általában Volkswagen, Audi és Mercedes (újabbán Saab) modelleket. Ezek funkcionális (biztonság, felsze-

reltség stb.) tekintetben lényegében nem különböznek egymástól, eltérő presztízsértékük viszont tükrözi a használó hierarchikus helyzetét.

A kapcsolati marketing fontos eleme az állami vásárló számára – a kapcsolat révén elérhető – kedvező beszerzési ár lehetősége. Az eladó által nyújtott ár- és egyéb kedvezmények (pl. soronkívüliség, egyedi igények kielégítése, kiemelt szervizszolgáltatás stb.) bonyolult kölcsönhatáson alapulnak. Az eladót nem csupán a magas ügyleti érték és a tartós együttműködésből származó finansiális kilátások sarkallják speciális, csak egyetlen vagy igen kis számú exkluzív partner számára fenntartott árak kialakítására. Az eladót sajátos presztízs-szempontok, az „udvari szállítóvá válás” – egyéb eladásokat igen kedvezően befolyásoló – kilátásai is ösztönzik erre.

Az egyik jó nevű magyarországi márkaképviselő úgy nyert a közelmúltban kiírt, felsőkategóriás (luxus) személygépkocsik szállítására szóló állami tenderen, hogy ajánlatában a benevezett modell listaárából 35,1 százalékot engedett. A gesztusra nyilvánvalóan nem szubjektív okokból, hanem gondosan mérlegelt üzleti megfontolásokból került sor.

Az állami szervezet az ár- és egyéb említett kedvezmények (időtényező, járulékos szolgáltatások stb.) összevetése után választja ki a legmegfelelőbb szállítót, az viszont az engedményeket a kapcsolatból származó egyéb előnyökkel egyenlíti ki. Mint látható, a kapcsolati marketing a vevő és az eladó érdekeinek kölcsönös, egymástól függő, arányos érvényesítésén, elismerésén alapul. Felmerülhet: az individuális fogyasztóhoz képest az állam mennyire manipulálható az eladók részéről, mennyire ébreszthetők látszólagos, csupán (vagy főként) az eladók érdekeit szolgáló állami szükségletek. Nos, a manipuláció lehetősége természetesen nem zárható ki, a kontroll azonban sokkal nagyobb, ezért az állam manipulálásának veszélye elvben kevésbé áll fenn, mint egyéni fogyasztók esetében.

Azért csak elvben, mert a társadalom olyan központi intézményéről van szó, mely egyszersmind közhatalom is. E közhatalmat egyének gyakorolják, hordozva egyúttal önmaguk mint fogyasztók jellegzetességeit. A közhatalmat különböző szinten gyakorló egyének csak magas fokú erkölcsi-szakmai elkötelezettséggel képesek saját fogyasztói attitűdjeiket és személyes érdekeiket az állami prioritások alá rendelni. Tanúi lehetünk, hogy ez – finoman fogalmazva – nem mindig sikerült.

### **Államérdek és összefonódás**

A kapcsolati marketing további jellemző vonása, hogy vevő és eladó szervezetek közös struktúrát dolgozhatnak ki az ügyletek hatékony lebonyolítására és általában a kapcsolat működtetésére. Az eladó pl. kihelyezett szerviz- és raktárbázist létesíthet a vevőszervezetnél, amely viszont ehhez ingyenesen vagy kedvezményesen biztosítja az elhelyezési és infrastruktúra-

lis feltételeket. Az együttműködés ilyen szintje már meghaladja a hagyományos marketingre jellemző eladó-vevő kapcsolat tartalmát és intenzitását: új minőség alakul ki, a kooperáció mind kifejezettebb.

Meg kell jegyeznünk, hogy a kapcsolati marketing révén előállt sokoldalú, szoros vevő-eladó együttműködésnek egy ponton túl lehetnek kedvezőtlen hatásai is. A már-már „bensőséges” viszony, a tartós partnerségből származó kölcsönös informáltság, az erős személyes kapcsolatok a két szervezet üzleti szuverenitásának és valamelyik fél érdekeinek sérüléséhez vezethetnek. A kialakult helyzetet egyes szerzők olyan házassághoz hasonlítják, ahol a feleket – a kölcsönös vonzalom gyengülésével – a megszokás, a közös múlt és a tapintat tartja össze. Egy ilyen szituáció mind a vevő, mind az eladó érdekeit sértheti, de előbbire nézve valószínűleg hátrányosabb.

### **A lobb**

A kapcsolati marketing tárgyalásánál kell szólnunk egy olyan fogalomról, mely a magyar állami beszerzések gyakorlatában is egyre inkább jelen van. Ez a fogalom a lobb. (Meghonosodását az is mutatja, hogy magyaros írásmódja – az eredeti angol „lobby” helyett – napjainkra általánosan elfogadottá vált.)

A lobb érdekcsoportok céljainak intenzív képviselését, törekvéseik érvényre jutásának fokozott segítségét jelenti a döntéshozóknál.

A lobbinak tipikusan három szereplője van:

- az érdekcsoport, mely határozott üzleti célokat (pl. állami megbízások, koncessziós jogok elnyerése stb.) szeretne megvalósítani;
- a lobbista, aki a fenti célok érdekében igyekszik közvetve vagy – gyakrabban – közvetlenül befolyásolni a döntéshozókat;
- a döntéshozók, akiknek tiszte és felelőssége az ajánlatok mérlegelése és közülük a legkedvezőbb kiválasztása.

A lobbizás a piacgazdaságokban elfogadott, széles körben, a különböző döntési szinteken egyaránt zajló tevékenység. Elvi háttere már-már „fennkölt”: a lobbista önzetlenül, pusztán a jó ügy iránti elkötelezettségéből „segít” a döntéshozóknak, mintegy rávezetve őket az egyedül üdvözítő megoldás megtalálására. A gyakorlat némiképp más: a lobbisták közvetve vagy közvetlenül valamilyen módon érdekeltek az üzleti csoport szándékainak megvalósulásában. A lobbista formális részvételét az érdekcsoportban (irányító vagy ellenőrző – pl. felügyelőbizottsági – szerep) a különböző piacgazdaságokban érvényes jogszabályokat általában akkor teszik lehetővé, ha az illető személy közvetlenül nincs benne a döntéshozói körben. Az érdekcsoportok ugyanakkor fokozottan igyekeznek megfelelő befolyással, személyes presztízzsel, kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkező személyeket lobbistájuknak megnyerni, ami teljesen érthető: céljaik megvalósítását csak valóban „fajsú-

lyos” támogatóktól remélhetik. Ezek a támogatók ezért általában politikusok – leggyakrabban képviselők –, akik valóban hatékonyan munkálkodhatnak egy-egy ügy „felkarolása” érdekében.

A lobbizás mindaddig összeegyeztethető a marketing általános értékrendjével, míg valóban az eredeti elveknek megfelelően működik, vagyis ténylegesen segít a döntéshozóknak a felmerült igény optimális (optimális-közeli) kielégítésében. Ebben az összefüggésben valójában lényegtelen, hogy a lobbista szolgálataiért részesül-e juttatásban, vagy sem. A lobbista tevékenysége sajátos versenyeszköz, mely egyes elemeiben a személyes eladás, más vonatkozásaiban a reklám speciális megjelenéseként is definiálható. A lobbista a döntéshozók aktív befolyásolása során közvetlenül igyekszik rábírni a vevőket az érdekcsoport termék-ajánlatának elfogadására: ez a személyes eladás OTC- (over the counter = pulton keresztül) és ügynöki technikáit igényli. Ugyanakkor rendkívül fontos sikertényező a lobbista személyes presztízse, ismertsége és elismertsége, társadalmi-gazdasági pozíciója, egyáltalán: azok az imázslemek, melyek a döntéshozókat szubjektív módon is befolyásolhatják.

A lobbizás a gyakorlatban nem mindig felel meg az előzőekben leírt elvi modellnek: előfordul, hogy a lobbisták olyan törekvések szószólóivá szegődnek, melyek hasznossága, „jó ügy” volta legalábbis aggályosnak minősíthető. Ha ezzel a lobbista is tisztában van, ám a kilátásba helyezett személyes előnyökért mégis vállalja az ügy képviselőségét, a tevékenység nyilvánvalóan etikátlanná válik, egyes esetekben pedig már büntetőjogi kategóriákba fordul. Időről időre értesülhetünk kifogásolható beszerzési döntésekről, melyek már nem írhatók a szakszerűtlenség vagy alulinformáltság számlájára: tudatos „eltérítésekről” van szó, melyek oka szinte bizonyosan a nehezen tetten érhető korrupció.

Herendy Csilla

## A települési önkormányzatok kommunikációs (Public Relations) tevékenységéről<sup>1</sup>

### Bevezetés

Valahányszor az ideális politikai kommunikációról esik szó, eszembe jut Kanada esete, ahol a Miniszterelnöki Hivatal politikai iránymutatásában leszögezte: „a kommunikáció több mint pusztán információcsere, hiszen alapvető összetevője az információ cseréjének a módja. Ennek minősége nem csak az adott információk használhatóságára, de a kormányról a közvéleményben kialakult képre is döntő befolyással van....A választott vezetés objektíven és időben tájékoztatja a közvéleményt politikájáról. Programjának kialakításakor mindenkor szem előtt tartja a köz érdekeit.”

A kommunikációs funkció – azaz a mindennapi kapcsolattartás megtervezése és összehangolása – szerves része a választott politikai szervek irányító tevékenységének. Ez a fajta (politikai) kommunikáció magában foglal mindent: a választási versengés hangvételét, az ellenzéki pártok sajtóval való kapcsolatát, azt, hogy milyen stílusban zajlanak a sajtótájékoztatók, hogy az önkormányzatok és a kormányzó pártok megvitatják-e a politikai javaslatokat az állampolgárokkal, tartanak-e kapcsolatot nonprofit szervezetekkel, értékelik-e a közvélemény-kutatások eredményeit stb. A közösséggel való konzultáció hozzásegíti a kormányzó pártokat ahhoz, hogy a döntések fogadtatásáról még azok hivatalos bemutatása előtt képet kapjanak. Az ilyen típusú párbeszéd bevett módszerei a közmeghallgatások, kerekasztal-beszélgetések, a különböző konferenciák és az érdekcsoportokkal, nonprofit szervezetekkel való egyeztetések.

A „kommunikációs hálózatban” azt a kommunikációt nevezzük politikai kommunikációnak, ami a hatalom megszerzésére vagy megtartására irányul. A politikai hatalmat az különbözteti meg az élet egyéb területein működő hatalmaktól (gazdasági, szociális), hogy a politikai hatalom bír a fizikai erőkkel és a kikényszeríthetőség legális lehetőségével.

---

<sup>1</sup> Rövidített tanulmányom alapja a *Politikai Public Relations, különös tekintettel az önkormányzatok és a civil szervezetek kapcsolattartására* című szakdolgozat, melyet az „Alapítvány a magyar felsőoktatásért és kutatásért” a „Humán erőforrás fejlesztése a civil szektorban” pályázati ösztöndíjjal támogatott.



A politikai kommunikációnak jellemzője, hogy egy adott közösségre (ország, város, kerület) kötelező döntésekben, illetve az erre való reakciókban fejeződik ki. Döntést hoz a kormányzat, amelyre reagál az ellenzék. Rendeletet alkot az önkormányzat, amit véleményez a lakosság, vagy jobb esetben a döntési folyamatban is részt vesz. Többség és kisebbség, kormányzat és ellenzék: együtt jellemzik a politikát.

A politikai kommunikáció természetes része a választási kampány és része a két választás közti tudatos kommunikáció is, a kormány, az ellenzék és a települési önkormányzatok rendszeres kapcsolattartása a választókkal. A kommunikáció előbbi szakasza izgalmasabb, míg az utóbbi hasznosabb.

A professzionális politikai-kormányzati PR Magyarországon 1998 után jelent meg azzal, hogy a választási kampányt és a kormányzati politikát nemcsak a politikusok szája íze szerint, hanem a tömegkommunikációnak megfelelően alakították, és tudatosan figyelemmel voltak a célcsoportokra. Ez a kampányolási forma az önkormányzati választások esetében sem működött másképp.

A kérdés az, hogy a választások után milyen lesz a kapcsolat a megválasztott képviselők és tisztségviselők (polgármester, alpolgármesterek) és a lakosság között? Figyelembe veszi-e az önkormányzat a lakosság véleményét vagy a civil szervezetek javaslatait az önkormányzati döntések kialakításakor? Milyen lehetőségei vannak az önkormányzatoknak a hatékony, ügyfélbarát kommunikációra, illetve a lakossággal és a civil szervezetekkel való kapcsolattartásra? A tanulmány megírásakor ezeknek a kérdéseknek a vizsgálatát tűztem ki célul.

### **Public Relations**

A szervezetről szóló információknak a környezethez való tudatos eljuttatása a kommunikáció sajátos területének, a PR-tevékenységnek a feladata. A legelterjedtebb meghatározás Edward L. Bernays személyéhez kapcsolódik: „A szervezet azon általános egyénisége és politikája, amelyet a köz irányába kommunikálni kíván. A köz rendszeres tájékoztatásának eszköze. Tevékenység, amelynek célja az, hogy a szervezet programjait hozzáigazítsa társadalmi környezetéhez, és közvetítse azokat a társadalom felé.”

„célba találjanak”, illetve hogy a lehető legegyszerűbben jussanak el a választókhoz. Segít megfogalmazni az ígéreteket, de mit sem ér, ha a választások után minden kapcsolat megszakad az állampolgárok és a hatalom között. Nem véletlen az, hogy sokszor éreznek ellentmondást az állampolgárok a között, amit a politikusok hirdetnek, és amit tesznek. Gyakran a politikusok esnek abba a hibába, hogy tevékenységüket nem rendelik alá feltétlenül az ország vagy a település és a közösség érdekeinek, de az is előfordulhat, hogy egyszerűen megfelelnek arról, hogy tevékenységüket, sikereiket a lakosság felé kommunikálják. Könnyebb helyzetben van az a képviselő, polgármester vagy önkormányzat, aki számára természetes, hogy a helyi lakossággal és a civilekkel kommunikáljon, mert megelőzheti és könnyebben kezelheti a felmerülő feszültségeket.

A kormányzati szervek, a profitorientált és a nonprofit szervezetek kommunikációs tevékenysége között sem elvileg, sem pedig gyakorlatilag nincs különbség. Ha mégis feltesszük a kérdést, hogy mi a különbség a különböző szektorok PR-tevékenysége között, akkor – Barát Tamás (1997) megfogalmazásával élve – a válasz az, hogy csupán a módszerekben, az eszközök felhasználásában, illetve az azokra tett „hangsúlyokban” találunk különbséget. A PR mindennapi gyakorlatában is alig van különbség.

### **Az önkormányzati kommunikáció Magyarországon**

*A helyi ügyek minden állampolgárt közvetlenül érintenek!*

Világszerte növekszik a helyi ügyek iránti érdeklődés, hiszen a demokrácia azon alapelvét, miszerint az állampolgár az őt érintő ügyekben közvetlenül érdekelt, önkormányzati szinten a legegyszerűbb és a leghálásabb feladat megvalósítani.

A szubszidiaritás elve szerint minden döntést azon a lehető legalacsonyabb szinten kell meghozni, ahol az optimális informáltság, a döntési felelősség és a döntések hatásának következményei a legjobban láthatók és érvényesíthetők. (A szubszidiaritás elvét a maastrichti szerződés Európai Közösségre vonatkozó szerződésének 3.b cikke vezette be.)

Magyarországon széles skálán mozog a helyi önkormányzatok kommunikációjának szervezettsége és a helyi társadalom igénye arra, hogy a helyi közügyekben részt vegyen. A hazai tapasztalatok azt mutatják, hogy a megválasztott tisztviselők jellemzően nem veszik figyelembe a választói igényeket, a képviselők kommunikációja a lakossággal minimális (ők is voltak lakosok, tudják, mire van szükség, gondolják).<sup>3</sup> A helyi demokrácia, a köz-

---

ellenzék pedig rendszeresen figyelemmel kísérte a közvélemény alakulását, az akcióik sikerességét.

<sup>3</sup> Így az önkormányzati PR egyéb területei, mint például az arculat, az önkormányzati kommunikációs filozófia vagy a belső információáramlás gyakorlata sem

ügyekben való részvétel igénye még nem kiforrott sem a lakosság, sem pedig a megválasztott tisztviselők részéről. A kommunikáció leggyakrabban kizárólagosan a helyi lapokon keresztül valósul meg. A hatékony „önkormányzáshoz” intenzív kommunikációra van szükség az önkormányzat és a lakosság (civil szervezetek) között. A jobbik eset az, amikor a képviselők egyszerűen megfedelkeznek arról, hogy tevékenységüket, sikereiket a lakosság felé kommunikálják; kevésbé szerencsés esetben a kommunikáció fontosságát tudatosan leértékelik<sup>4</sup>.

A helyi önkormányzat nem engedheti meg magának, hogy ne kommunikáljon a lakossággal. A civilek és a helyi lakosság bevonásának kétféle módja lehetséges. Az egyik esetben az önkormányzat figyelembe veszi a helyi erők véleményét. Ebben az esetben az önkormányzati munka része az, hogy feldolgozzák a lakosság és a civil szerveződések javaslatait. Lényege az együtt dolgozás attitűdje. A másik lehetséges esetben is kommunikál az önkormányzat, de ez kizárólag a meghozott döntésekről szóló tájékoztatásra korlátozódik. Fóruma a helyi újság, hirdetések, (egyelőre csak ritkán) az önkormányzati honlap.

A helyi önkormányzati kommunikáció a helyi szervezetekkel és a lakossággal való közvetlen kommunikáción keresztül valósul meg. Feladata a kétirányú (oda-vissza) kommunikáció technikáinak meghatározása, alkalmazása és válaszkeresés a település, régió lakosai által felvetett kérdésekre. Az önkormányzati kommunikációs tevékenység (PR) feladata sokféleképpen fogalmazható meg. Segíti a megismerést és a megértést az önkormányzat és a helyi lakosok között, megelőzi és korrigálja a szóbeszéd útján terjedő téves információkat, akciókkal, eseményekkel, kiállításokkal emelik az önkormányzat elfogadottságát, hitelét. Összefoglalva: mindazt teszi a PR, ami a helyi önkormányzat és a lakosság közötti kommunikációt javítja.

---

kiforrott, és nem egységes. A kommunikáció szigorúan hierarchikus, formális, ezért meglehetősen nehézkes. Túl nagy a különbség a tudás alapon szerveződött vállalatok belső kommunikációja és az állami szervek hivatali útja között. Ebből két probléma is adódik: egyrészt a nehézkességet megérik az állampolgárok, ezzel csökkenhet az államigazgatás munkájába vetett bizalom, másrészt nehézséget okozhat az önkormányzatoknak a kreatív, innovatív – és ezért a magánszféra irányába áramló – munkaerő megtartása.

<sup>4</sup>Előfordul, hogy az önkormányzat és az állampolgárok közösen ismerik fel a kommunikáció szükségszerűségét, de megtörténhet az is, hogy a korábbi passzivitás után egy-egy ügyetlenebbül kommunikált ügy esetében a felháborodás hívja fel rá a figyelmet. (Az első esetben a PR feladata a tájékoztatás, az utóbbiban pedig a kríziskommunikáció.)

### *Az önkormányzati PR-referens*

A helyi önkormányzatok a kommunikáció elősegítésére, összehangolására PR-referenset alkalmazhatnak. A PR-referens tájékoztatja a lakosságot az önkormányzat tevékenységéről, működéséről, lehetőséget teremt arra, hogy a közvélemény hangot adjon véleményének, nézeteinek, lehetőség szerint még a döntések megszületése előtt. Különösen fontos ez akkor, amikor az életüket jelentősen befolyásoló döntés születik. Bevonja a lakosságot, érdek-egyeztető fórumokat szervez. Ezzel a településen lakó emberek mintegy részeseinek érzik magukat a döntéshozatalnak.

A PR-referens feladatkörével gyakran nincsenek tisztában az önkormányzat tagjai, sok esetben költségesnek és feleslegesnek tartják. Ritkán fordul elő, hogy az önkormányzat teljes munkaidőben, pontosan meghatározott munkakörben foglalkoztat PR-referenst.

### *Az önkormányzati kapcsolattartás fórumai*

Egyre határozottabb napjainkban az az igény, hogy a helyi társadalom minden egyes tagja tudatos részese és alakítója legyen annak a közösségnek, amihez „közvetlenül” kapcsolódik. Az önkormányzat munkájában a lakosság önállóan vagy strukturálisan vehet részt. A második esetben a lakosok helyi szervezeteket hoznak létre érdekeik képviselése érdekében. A döntéselőkészítés, döntéshozás folyamatában való rendszeres részvétel legeredményesebb formája az, ha a lakosság civil szervezeteken keresztül képviselteti magát. Az önkormányzatok és a civilek kapcsolattartását civil referensek segíthetik.

### *A civil referensek*

Azokon a településeken, ahol sok civil szervezet működik, igény mutatkozik olyan személyre, aki összefogja az önkormányzat „civil ügyeit”, és képes azokat közvetíteni a nonprofit szféra felé. A civil referensi intézmény nem tekint vissza hosszú múltra, jelenleg a kialakulás nehézségeivel küzd (MEH 2002).

A civil referensek feladatai sokfélék lehetnek: az önkormányzat és a civilek kapcsolattartásának megszervezése, rendezvényszervezés, pályázatokban való közreműködés, jogi tanácsadás stb.<sup>5</sup> Segítségükkel egyre több településen engednek az önkormányzatok beleszólást az őket érintő ügyekbe.

---

<sup>5</sup> Számos településen a civil referensek közreműködésével elkészült a civil szervezetek regisztrációja, a pályázatok elkészítésében és figyelésében a Civil Házakkal együtt segítséget nyújtanak a szféra szervezetei számára.

## Összefoglalás

A tapasztalatok és a felmérések azt mutatják, hogy a két szféra – önkormányzatok és civilek – egymás mellett létezik. Az egyik döntési pozícióban van, a másik (mivel többségük nem jelenhet meg a döntéshozatali mechanizmusban) tiltakozik – lakossági fórumot rendez, vagy a sajtó útján kísérli meg álláspontját kifejteni. A két szféra összekapcsolódása esetleges és személyfüggő, hiányoznak mindazon intézményes formák és fórumok, amelyeken keresztül egymás valódi partnereivé válhatnának.

A kutatások eredményei (MEH 2002) alapján elmondható, hogy az önkormányzatok kommunikációja, a civilekkel és a lakossággal való kapcsolat-tartása az elmúlt időszakban nem produkált “látványos elemeket”. Az apróbb, kevésbé érezhető eredmények lassanként változtatják meg a szereplők egymáshoz való viszonyát, bizalmát illetve bizalmatlanságát.

A civil szervezeteknek az elkövetkező időszakban számos feladat megoldását kell megtalálniuk ahhoz, hogy a demokratikus intézmények között a fontosságuknak megfelelő helyet tudják betölteni. Ezt a fejlődést gyorsíthatja az önkormányzati civil referensek alkalmazása.

Az önkormányzat és a lakosság kapcsolatának intenzívebbé válását két dolog segítheti: egyrészt az Államigazgatási karról kikerülő – és az államigazgatási szférában elhelyezkedő – hallgatók alapos PR-, és kommunikációs ismeretei, másrészt az önkormányzati PR–referensek alkalmazásának elterjedése. A PR–referensek folyamatosan – nem csak négyévente egyszer – szervezik a kommunikációt, az együttműködést és a megértést a tisztviselők és a lakosság között. Teret biztosítanak, utat mutatnak az önkormányzat „ügyfélközpontú” működésének. A szakirodalomban megfogalmazottakon (a kommunikáció szervezése és a bizalom építésén) túl szerepet vállalhatnak a helyi állampolgári tudatosság fejlesztésében is.

## Hivatkozások

Baráth Tamás 1997. *Tolmács a hídon*. Szent István Egyetem.

Karácsony András: A politikai kommunikáció transzformációja.

MEH, Civil kapcsolatok főosztálya: *Köztes helyzet?! – a civil szervezetek és az önkormányzatok kapcsolatában az ezredforduló Magyarországon*. Budapest, 2002.

## A helyi média és a vállalati marketing PR-kapcsolata

Miért találtam időszerűnek a vállalati marketing, PR és a helyi sajtó, média kapcsolatát e konferencián értékelni? A hely szelleme is meghatározó volt, hiszen itt a főiskolán, a kommunikáció tanszéken nemcsak tanárokat képezzünk, hanem olyan szakembereket is, akik az életben, ha úgy tetszik az asztal mindkét oldalán ülhetnek majd: a médiát képviselve, illetve mint PR-szakemberek, a vállalatuk érdekében tárgyalva. Ugyanakkor mind több tisztázatlan problémát is érzékelek a PR-, marketingmunka terén a médiumok és a vállalatok, vállalkozások kapcsolatában. Bízom abban, hogy e vitával is segíthetünk valamelyest ezek tisztázásában.

Néhány szót előljáróban a helyi sajtó és rádiók, televíziók mai állapotáról. A tradicionális megyei napilapok ma már mind külföldi kézben privatizálódtak, ez meghatározó tartalmi, formai szempontból is. A technika fejlődése, az Internet, illetve a helyi rádiók és televíziók elszaporodása mindinkább fontos lesz mellettük az információs piac kínálatában, hiszen a városi televíziók anyagai eljutnak a falusi kábeltévéhez az itt elkészített saját felvételek mellett.

Az írott sajtónak ezek nem igazán versenytársai, hiszen másféle kínálatot jelentenek, a napilapok külföldi tulajdonosai pedig – jó néhány példát tudnak felsorolni az itt jelenlévők is – gondoskodtak arról, hogy versenytársaik ne legyenek a megyékben. Az országos lapok kiszorításának szándékát is jelzik ugyanakkor a gazdaságilag természetesen előnyösnek mondható megoldások, az úgynevezett központi szerkesztőségek létrehozásával: országos bel- és külpolitika azonos minden megyében, ahol a tulajdonosoknak újságjuk van.

A sajtószabadságot pedig úgy értelmezik, hogy egy fontos szempont van: a nyereség, a bevételek biztosítása. Vagyis bármit meg lehet írni, csak legyen elegendő hirdetésbevétel. Kissé sarkítva kiegészíteném ezt a mondatot: bevétel, bármi áron. Őszintén szólva ez igaz az önkormányzatok által támogatott, de nélkülöző helyi televízióknál és a magánvállalkozó rádióknál is.

E körülmények meghatározzák a vállalkozások és a sajtó, a médiumok kapcsolatát. Részletesebben az írott sajtóval kapcsolatos példákról szólok, hiszen a helyi televíziók közszolgálati jellege, illetve a rádiók kereskedelmi

jellege a médiatörvény szabályozása révén azért valamelyest tisztább viszonyokat tükröz.

Visszatérve az előbb említett sajtószabadságra, vagyis a szerkesztő döntésének megfelelően arra a helyzetre, hogy ma már bármit meg lehet írni. Konkrét példákat hadd említsek, az életből merítve. Tanúja voltam a közel-múltban egy főszerkesztői szobában a főnök és beosztottja beszélgetésének: „...az illető cégnél találtunk egy cikis témát, adóhiány is, meg a dolgozók is háborognak. Jó téma lenne. – Rendben – mondta a főnök –, de kérdezzék meg a cég PR-igazgatóját, menjen-e szerinte, mert különben jó hirdetőnk.” Cím, telefonszám. Újságíró el. A riport egyébként nem született meg.

Természetesen az ilyesmi mindig az anyagi helyzettől és a szerkesztő karakán jellemétől függ. Függhet? Nagyon nehéz kérdés.

Nézhetünk úgynevezett pozitív példát is: egy telefontársaság irodája ünnepélyes átadására készül, pénz nem számít, mazsorett, utcai felvonulás, óriási fogadás. Tudósítás lenne a lapban, hiszen ez esemény, de a cég többet akar, nagyobb teret szentelni ünnepének. Mint említettem, a pénz nem számít. Interjú az igazgatóval, riport az ügyfelekkel, személyzettel arról, hogy minden nagyszerű. Rendben van, mondja a szerkesztő, köszönjük az ajánlatot, természetesen elkészítjük, újságíró kiküldve, s mivel fizetett írás, alá X-et teszünk.

– Micsoda? – kérdezi a kommunikációs igazgató. – Ha ikszet tesztek, azért én nem fizetek semmit. Legyen rendes riport, semmi elkülönítés, mondtam, *azt* megfizetjük.

Anyagi helyzet és karakánság. Meg sajtószabadság.

Ez utóbbi példa már arra is utal, amit bevezetőként megfogalmaztam: nincs igazán tisztázva, és nem egyértelmű a vállalati PR és a médiumok kapcsolata, sokszor talán éppen az erőviszonyok alapján más és más értelmezéssel találkozunk. Kétségtelen, a szakma mindkét oldaláról keresik a jó megoldást, s lehet, hogy éppen az egri alma mater falai közül kikerülők segítenek majd legtöbbit saját gyakorlatukkal.

A helyi vállalkozásokat e szempontból két nagy csoportra osztanám: a multik, illetve a provinciális kis- és középvállalatok csoportjára. A multik nemzetközi gyakorlatuknak megfelelően kialakult módszerekkel érkeztek, hogy teljesítsék a PR, a közönségkapcsolatok alapkövetelményét, a közvélemény jóindulatának megszerzését, a jó hírnév kialakítását, erősítését. Eszerint szervezik sajtókapcsolataikat is. Elegáns meghívók adják tudtul támogatási akcióikról szóló tájékoztatóikat, egy-egy avatást ilyen alkalmakból. Sajtótájékoztatókon látják vendégül, ajándékozzák meg az elbűvölt vendégeket. Nem hirdetés, hanem igazi PR, hiszen esemény, mondanivaló, információ, ráadásul tervszerű és rendszeres. A vállalat újságírókkal és szerkesztőségekkel kialakított együttműködésének célja az, hogy a nyilvánosság jól időzítve

érkezzen, szakszerű, pontos legyen, összhangban az üzleti törekvésekkel. Üzemek bezárása? Elbocsátások? Természetesen ilyenek is akadnak. Nem elhallgatni, inkább irányítani kell az információt, úgy, hogy az még ilyenkor is jó színben tüntesse fel a céget. Sugallja az írás: higgyék el, mi mindent megteszünk...

Ha ez így megy, mindenki boldog: újságíró, vállalat, szerkesztőség. A példányszámot növelő rázós témákat nem ilyen helyeken keresi a szerkesztő.

A másik csoport a kisebb, provinciális vállalkozásoké. Ahol rendszeresen megjelennek a hirdetésszervezők, akik egyébként a multiknál hiába is kilincselnek, legfeljebb egy-két álláshirdetés esik be, a többit akár nem is az országban intézik a multik nagy ügynökségei. A kispénzűek is szeretnének magukról jól olvasni, nekik is fontos lenne a környezet jóindulata, a jó hírnév – és minél olcsóbban.

A módszerek azonban itt már triviálisak, s ennek nem csak anyagi okai vannak. Nem fordítanak elég gondot a cégnél saját PR-szervezetük kialakítására, mellékesnek tekintik. Jellemző egy magánvállalkozás példája: pályázat útján nyert PHARE-támogatást a fejlesztéseihez, ám ilyenkor „pántlikázzák” is a pénzt, meghatározzák, mire költhető, s egy nagyobb összeget marketing-költséggként szabtak meg. Nem részletezem, milyen szabálytalanságokkal próbálkoztak, hogy azt a bizonyos összeget ne kelljen marketingfeladatokra elkölteni, hiszen „az nekünk most éppen nem fontos”. Jó, ha egyáltalán eljutnak a „szükséges rossz” kategóriájáig. Vagyis: rossz, mert pénzbe kerül, de talán mégis kellene...

Ők is abból indulnak ki, hogy a hírt az olvasó tényként fogja fel, így az hitelesebb, mint a kereskedelmi információ, a hirdetés. Ez az oka annak, hogy a PR-tevékenységben a sajtókapcsolatoknak domináns szerep jut. A neki fontos információkat a cég professzionális, a hitelesség szempontjából hatékonyabb közvetítőkre bízva, vagyis felhasználja a sajtó munkatársait. Hiszen a sajtó a közvélekedést befolyásoló erő.

Említettem, e második csoportnál többnyire egyszerű, triviális módszerek uralkodnak. A hirdetésszervező kuncsorog, mert neki nagyon kellene a megrendelés. Válasz: „Adok, ha írtok valamit rólunk”. A szervező szeme felcsillan: lehet PR-cikk is. Elhelyezzük a többi információ között. Vannak ugyan – sajnos – etikai meg törvényi szabályok, amiket néha számon kérnek rajtunk, de mi azért mindent megteszünk. Ne legyen iksz, mert azt már mindenki ismeri. Az olvasók azt is tudják, mit jelent a *pr* aláírás, bár az egy ideig még alkalmazható volt, hiszen lehetett akár Piros Rózsi újságíró szignója is. A hazai törvények szabályozása szerint kötelező feltüntetni valamilyen formában a fizetett közlés reklám voltát, ám a szerkesztői fantázia e tekintetben is határtalan. Nem eltérő betűtípus, nem keret, nem X, legfeljebb egy kicsi háromszög jelez valamit. Hogy mit, azt derítse ki a nyájas olvasó.



Mit tehetünk tehát?

El kell jutnunk oda, kellően felkészített szakemberek révén, hogy a PR-nak nevezett cikkek, akár elkülönítve is ugyanolyan hitelesek legyenek az olvasók számára, miként az egyéb híradások. A vállalatnak is jobb, ha nem öntömjenező, problémákat elhallgató PR-tevékenységet folytat, a sajtónak meg különösen jó, ha nem odakent, elnagyolt, felszínes írásokat közöl a PR helyén. A public relationsnek ugyanis van egy, még nem említett alapkövetelménye: az őszinteség. Őszintének kell lennünk, és megfelelően hatásos módszerekkel el is kell érünk azt, hogy elhiggyék nekünk az őszinteségünket. Természetesen e módszerekre általános recept nincs, ám a kommunikáció összetett, sokoldalú tudománya ajánl használható megoldásokat. Néhány tanácsot én is megszívlelendőnek tartok *Sam Black* és *Szeles Péter* után szabadon:

Igazság, teljes körű információ

Az üzenet legyen egyszerű, lényegre törő

Ne légy túl erőszakos, kerülj a túlzásokat

Keress a drámát, ám ne legyél közhelyes

Ne díszíts túlságosan, ne légy túl extravagáns

Mindig fordíts időt a közvélemény meghallgatására

A folyamatosság létfontosságú

Pozitív és építő legyél

Cselekedj, ne csak reagálj

A közönség fele nő!

Kétségtelenül az is igaz: ha egyszer hitelünket veszítettük, iszonyú munka és költség a hitelesség látszatának visszaszerzése.

Az írott sajtóban manapság terjedő ingyenes kiadványokra, magazinokra ez a követelmény még inkább érvényes. Hisz mivel nem kerülnek pénzbe, az olvasónak, ha nem ügyel a szerkesztő, minden, ami benne van, bővlinak tűnik. Természetesen a hirdetés is. Tehát nem is biztos, hogy minden igaz, amit leír. Itt a PR-nak, a fizetett információnak még inkább el kell különülnie az érdekes, olvasmányoknak szánt írásoktól, amelyeknek egyébként az a dolguk, hogy lapozgatásra késztesék az olvasót, hogy aztán rábukkanjon a hirdetésekre is.

Mert van még egy fontos alaptörvény, igaz, ez már nem a PR alapfogalma: mindannyian a piacról, a piacból élünk. Bizonyára túlzás az a vélemény, amit egyik, egyébként gazdag hetilapunk főszerkesztője fogalmazott meg a közelmúltban: „A PR-szervezet dolga, hogy próbálkozzon, a szerkesztőség dolga meg az, hogy elhajtsa”. Az üzleti és a szerkesztőségi érdekeket, kellő szakmai felkészültséggel és egymás iránti tisztelettel közösen kell érvényesíteni.

## A belső PR szerepe a szervezeti arculatformálásban

A szervezet megfelelő pozíciójának megszerzése, megtartása, a piacon való érvényesülés alapvető feltétele a jó hírnév. A hírnév ápolása körültekintő, integrált kommunikációs munkát igényel, így teremthető meg az egységes arculat. A tökéletes arculat azonban nem mindig esik egybe a tökéletes image-dzsel, és ez nem minden esetben fedi a szervezeti ideált. Hogyan lehet minél közelebb hozni a 3 I-t (image, identity, ideality), hogyan lehet kialakítani a megfelelő eszményképet, és ehhez miként lehet hozzárendelni a leghatékonyabb PR-munkát, ami a szervezet számára a kívánt image-t eredményezi? A válaszhoz legegyszerűbb, ha megvizsgáljuk a három alaptényezőt, és körbejárjuk az egymáshoz való viszonyukat.

Ahogy létezik ideális piaci állapot, úgy létezik ideális image állapot is, ami szerint az eszménykép megegyezik az identitással, az arculattal és az image-val. De ahogy felmerülnek a piaci kudarcok, ami a kezelésére a közpolitika szolgál, úgy felmerülnek az arculati kudarcok is, amit elsődlegesen hatékony public relations munkával orvosolhatunk.

A három I, azaz az ideality, az identity és az image egyenlősége tehát a valóságban ritkán jön létre, de mint irányt és tendenciát mégis érdemes értékelni. Az eszményképet úgy jellemezhetjük, mint a célnak kitűzött identitás megvalósítását, vagy mint a vállalat célkitűzéseinek jövőre történő kivetítését. Tartalmát tekintve olyan image-t értünk rajta, amilyennek szeretnénk, hogy mások lássanak bennünket. Munkánk célja tehát, hogy az általunk kívánt pozitív tartalmak domináljanak, azaz rólunk, a termékről, a cégről, a szervezetről közönségünk, környezetünk jót, vonzót, kellemeset gondoljon. A kívánt image tehát a jövőt, a változás irányát és célját jelenti. Amikor a jövőbeni tervek, PR-kampányok készülnek, elsődleges feladat tehát, hogy a kialakított eszménykép reális legyen, hiszen már itt megtörhet az egyensúly, és lehetetlen felépíteni az elérni kívánt image-t.

Ahhoz, hogy a megfelelő eszményképet fölvázolhassuk, szükséges a több paraméteres image-vizsgálat, amire a mai szervezetek, bár felismerték a kommunikáció szervezésének fontosságát, nem fordítanak kellő energiát. Ma már a kis cégek is igyekeznek tervezett kommunikációt folytatni, PR-kampányokra áldozni, azonban a public relations tevékenység hatékonyság-

mérése sok helyen elmarad. Az abból származó adatok azonban elengedhetetlenek a szervezet erősségeinek és gyengeségeinek feltérképezéséhez.

Itt tehát már egy veszélyforrás fennáll, ami a szervezeti büdzsét jelentősen megkurtíthatja úgy, hogy a kívánt eredményt még csak meg sem közelíti a produkált eredmény. Többdimenziós vizsgálattal a dolgozók belső képe, a fogyasztók, a versenytársak és a környezet megítélése mérhető fel, így a piaci pozícióban bekövetkező változásokat is prognosztizálni lehet. Soha nem állhat fenn az az állapot, hogy a jelenlegi megítélés tökéletesen fedi a kívánatos image-t, hiszen soha nem vagyunk elégedettek, az állandó fejlődés, a még jobb eredményre való törekvés a cél. Ha irreális az eszménykép, az a hiányzó vagy nem részletes hatékonyságvizsgálatnak köszönhető elsődlegesen.

Nemcsak az eszménykép megalkotása, hanem annak kommunikálása is legalább ennyire meghatározó. Az eszménykép közvetítése kettős funkciójú: egyrészt a szervezeten belüli jövőkép felrajzolása motiválhatja a szervezet tagjait többletmunkára, valamint a szervezeten kívül az érdekcsoportok, véleményvezérek reményeit felkelthetjük. A reális eszménykép tehát egyrészt a céltudatos PR-munka előfeltétele, a kívánt image elérésének alapja, és a szervezeti hatékonyság egyik mozgatórugója. A szervezeti eszménykép kialakítása után közel ilyen nehéz feladat annak kommunikálása, hiszen csak akkor tekinthetjük motiváló tényezőnek, ha azt a szervezet tagjai reálisnak ítélik. A legnagyobb probléma a vállalatoknál, hogy a profitforrást jelentő eszményképet nem világosan, közérthetően szállítják le a piramis alsó szintjeire. Hogy a dolgozó magáénak érezze ezeket a célokat, egyéni motiváltsága és ezáltal elhivatottsága legyen „ami a hatékonyságot növeli”, a látszólag elérhetetlen célokat fel kell bontani egy sor világosan érthető lépésként is megvalósítható célra. A kívánt képzetek összessége természetesen a hírnév, megítélés függvénye, azonban még az arculat dinamikusan változó kategória, addig az eszménykép viszonylagos állandóságot mutat, amely hosszú idő alatt nagyon lassan változik. Gyorsan és nagy lépésekben változó eszménykép szervezeti koncepciótlanságra, identitászavarra utal, ami a dolgozóban, a fogyasztóban és a vállalat környezetében lévőben bizonytalanságot szül, ami veszélyezteti a hírnevet és a pozíciót.

A reális eszménykép megalkotását követi a public relations kreatív feladata: az arculatépítés. Az arculatelmélet szerint az arculat a dolgozók vállalatáról kialakított belső képe, a vállalati kommunikáció, a cselekedetek, a fizikai megjelenés, valamint a vállalati struktúra és kultúra szorzata. Az arculatépítők szerint a tényezők közül a második, azaz a kommunikáció, a cselekedet, a design szorzata a meghatározó, ez mutatja a vállalat arculatának előjelét a másik két tényezőtől függetlenül. Ez az arculatépítési szemlélet kevésbé fontosnak ítéli a belső képet, a dolgozók ítéleteit. Ez a szorzati

elem viszont nem elhanyagolható és legalább annyira fontos, mint a tett és a többi már említett tényező.

Az a szemléletmód, hogy a belső kép alárendelt a kommunikációnak, a tettnek és a megjelenésnek téves lehet, ugyanis a dolgozó véleménye, azonosulása, komfortérzete, megbecsültsége az egyik legfontosabb eleme a szervezeti hatékonyságnak. A kommunikáció és a tett eszköze a pozitív vélekedésnek, azok megfelelő működtetése, koordinálása adja az optimális fokú dolgozói képet. A szervezet működéséről, termékéről, szolgáltatásáról kialakult image elsősorban a személyes tapasztalaton, azaz a termékhasználaton múlik, másodsorban az alkalmazottak ismeretein. Azaz a belső információ, ami sok esetben nem publikus 32%-ban járul hozzá a kialakuló image-hez.

Ez a szám nem elhanyagolható, ezért az alkalmazotti motiválásra és tájékoztatásra kellő figyelmet kell fordítani. Az elmúlt esztendőben a magyar vállalatok igyekeztek kiépíteni egyéni humánpolitikájukat, aminek hatására a munkaerő-toborzás, a munkaerő-felvétel, a munkaerő-motiválás és a teljesítményértékelés összhangba került a vállalati kultúrával és erősítette a szervezeti identitást. Ami azonban a magyar szervezetek hiányossága, hogy a humánpolitika sikeres működtetése mellett nem fordítottak arra elegendő figyelmet, hogy a humánpolitikai intézkedések eljussanak a címzetthez, azaz a dolgozóhoz.

Sok esetben ezt a funkciót is a humán erőforrás-menedzsment végzi, azonban a humánpolitikának és a belső kommunikáció szervezésének el kell válnia. A public relations mint szakma megjelent a szervezeteknél, de sajnos a század eleji amerikai funkciót tölti csak be, ami gyakran kimerült a rendezvényszervezésben. Az önállóan működő kommunikációs osztályok PR-menedzserei tehát aktívan részt vállalhatnak a dolgozói belső kép formálásában a megfelelő információ, megfelelő időben, a megfelelő emberhez való eljuttatásával. Ennek a dolgozói képnek olyannak kell lennie, amelyben a munkatárs nem csak alkotórész, hanem amellyel azonosul is.

Az 1/50-es viszonyszám megmutatja, hogy egy negatív vélemény legalább 50 emberhez jut el, hiszen ennyi emberrel vagyunk kommunikációs kapcsolatban, ami egyenként további 50 embert mozgósít. Így a meg nem értésből, elhallgatásból, félreértésből származó elítélő vélemény több ezer embert érinthet rövid időn belül, ami lesöpörheti a szervezetet a piacról.

A céghírnév azonban mindennél többet ér, hiszen a gyárat 90 nap alatt újrá lehet építeni, a jó hírnevét azonban talán soha nem lehet visszaszerezni – ahogy egy amerikai cégvezető mondta.

A belső PR-hoz tartozik a munkaerő-toborzás, az alkalmazottak tájékoztatása és a humán relations, ami magában foglalja a szervezeti egységek és a menedzsment közötti kommunikációt, az egyének közötti kapcsolatok létesítését és fejlesztését, valamint a humánpolitikai feladatkör kommunikációs

támogatását. Ide tartozik még a menedzsmenttanácsadás, a döntéshozatal előkészítése, ami ugyancsak hiányos tevékenység a szervezeteknél, ugyanis a PR-szakma presztízse még igen alacsony a magyar vállalatokban, és a topmenedzsment nem értékeli annak súlyát, hogy az információs társadalomban igenis szükséges az információt kezelő személyek alkalmazása, akik integrált belső és külső kommunikációt végeznek. A belső vállalati PR gyakran kimerül a vállalatoknál a belső kommunikációs eszközök fenntartásában és a nem pénzbeli juttatások kiutalásában, ami dicséretes, de nem biztos, hogy elég.

Az információs társadalom kihívása a hatalmas mennyiségű információ, aminek a lehívása és tárolása a technika segítségével már adott. A legnagyobb kérdés azonban az, hogyan dolgozzuk fel ezeket az információkat, és hogyan szelektáljuk őket. Ezeket a problémákat sem lehet megoldani kommunikációs szakemberek nélkül.

Az a szervezeti felépítés, ahol a hatalmat birtokló, mindenek fölött álló ügyvezető igazgató áll a piramis csúcsán, ő birtokol minden információt, és ő áll a döntések középpontjában, már a múlté. A jövő szervezetei azok a flexi cégek, amelyek mint az amőba, tudnak idomulni a környezeti változásokhoz, és fel tudják venni a versenyt az információs robbanással. A feladat tehát a lelapított piramis típusú szervezeti struktúra kialakítása, ahol a dolgozói vélemény felértékelődik, úgymond lentebb kerül az információ, a döntéshozatali mechanizmus összetettebb lesz, ami ugyan kommunikációs felügyeletet kíván, de a dolgozói hivatástudatot és ezáltal a vállalatot erősíti.

A másik út az ún. sétáló menedzsment alkalmazása, ami a dolgozó és a topmenedzsment közötti átjárhatóságot biztosítja. Az emberközelség a berögzött rossz hiedelemmel ellentétben nem tekintélyt rombol, hanem tekintélyt kovácsol, és ezáltal a dolgozói identifikációt segíti. Természetesen az imént említett feladatok szemléletmód, és struktúraváltást követelnek a szervezetben, aminek alapvető megnyilvánulási formája, hogy a kommunikációs igazgató vagy PR-menedzser felkúszik második számú vezetővé, és a kommunikáció szervezése a menedzsmentmunka részévé válik.

Az arculat természetesen nemcsak a belső képből áll, de mivel gyakran a fizikai megjelenítéssel, a design-nal azonosítják, hibásan, ezért tartottam fontosnak, hogy az első tényezőről, azaz a dolgozói belső képről szóljak részletesen. Az is fontos, hogy az arculat milyensége és minősége nem kizárólag a reklám- vagy a PR-szakemberek felelőssége és privilégiuma, ennél szélesebb körű és átfogóbb aktivitásról kell beszélnünk az arculat kategóriája alatt. A második I, azaz az identity sikertelensége az elbagatellizált belső kommunikáción és az ősrégi vállalati struktúrán múlhat elsősorban. Szerencsés esetben reális eszményképhez megfelelő arculatot lehet teremteni, de sok esetben a harmadik I-nél, azaz az image-nél torzul a kép.

Ha elfogadjuk azt a tényt, hogy az arculat a kép, az ok és az objektív valóság, az image pedig a képmás, az okozat és a szubjektív valóság, akkor számolnunk kell a befogadói pluralitással és az egyéni identitással. A befogadót azonban nem ismerheti a szervezet, hiszen nincs potenciális fogyasztóréteg, a szervezet szava valamennyi érdekszférához szól. Itt körvonalazódik leginkább a reklám- és a PR-szakma különbözősége, mivel a PR nem a szenzációt hajhássza, és a végletes kreativitásból táplálkozik, hanem a hosszú távú kiegyensúlyozott állapotot, a megértést, a bizalmat, a támogatást, a konszenzust kívánja elérni.

Nem a profitorientáció, hanem a szervezet és a köz érdekeinek együttes képviselője a feladata. A PR tehát hosszú távú stratégiát valósít meg, szemben a reklám taktikai lépéseivel. Mivel az arculat lecsapódása, az image kialakulása a szervezet számára rendkívül fontos, ezért érdemes prognosztizálni: kik, hogyan és miért fognak valószínűsíthetően pozitívan vagy negatívan reagálni. A kulturális, a társadalmi, a személyes és a pszichológiai tényezőkön túl, ami a befogadó magatartást befolyásolja, érdemes a várható image előrevetítésekor a szuperszimbolikus gazdaság új kihívásait is szem előtt tartani. Ezek pedig a következők: nő az információs volumen, azaz egyre többen vagyunk, akik el akarunk igazodni az információk rengetegében, és egyre több csatornán bombáznak bennünket információval. A második kihívás, hogy folyamatosan változik az egyén és a szervezet szerepe, a hivatalos kommunikáció mellett megjelenik a második szintű piaci információáramlás: a nem hivatalos magánkommunikáció, amit kontrollálni igen nehezen lehet, viszont a véleményformálásban óriási szerepet játszik. A globalizálódó gazdaság miatt az arculatot kultúrafüggővé kell tenni, hiszen ennek hiánya hatalmas image-veszteséget okozhat egy-egy távoli országban a szervezetnek. El kell fogadni azt a tényt, hogy az image és a minőség mára első számú tényezővé vált, amihez szakembereket szükséges képezni, tehát a minőségbiztosítás és a kommunikációs-szervezés ma létező szervezeti tevékenység, amit hozzáértőknek kell végezni.

A verseny tehát kiélezettebb, mint valaha és ez a kommunikációs iparágban is megjelenik. Ezeket figyelembe véve megteremthető a pozitív image, ami a hírnév ápolásának első lépcsője, ehhez viszont – ahogy már vázoltam – egységes arculatra és reális eszményképre van szükség. Ami viszont rizikófaktor, hogy az image alakításban nemcsak az arculatépítők munkája játszik szerepet, ezt pedig nem tudjuk kiküszöbölni.

Az előadás elején felvetett ideális állapot, ami a három I egyenlőségét feltételezi, szinte soha nem következhet be, de közelíteni lehet hozzá, és minden esetben törekedni kell rá.

## Utószó

Egy kis túlzással, a mutatis mutandis kegyes csalásával úgy is föltehetjük Vörösmarty kérdését: megy-e a kommunikáció által előbbre a világ? Anélkül, hogy a választ körültekintő megfontolások nélkül elhamarkodnánk, annyi bizonyosan leszögezhető, hogy nagyon sokan hisszük, a kérdésre igennel válaszolhatunk. Elegendő csak körülnézni a honi és külhoni egyetemeken és főiskolákon: már évek óta tart a kommunikáció hihetetlen népszerűsége. Az egri Eszterházy Károly Főiskolán hamar felismerték, hogy az oktató ágazat egyik – ma már nem egészen új – kedvence helyet követel, képletesen szólván, a tanegységlistán. E felismerés hozta létre négy évvel ezelőtt tanszékünket, s ennek köszönhető, hogy az akkor még csak három személyes kommunikációs „egység” mára jelentősen kibővült; ennek tulajdonítható az is, hogy az idén áprilisban már arra is vállalkozhattunk, hogy konferenciát szervezzünk főiskolánkon a „Kommunikáció: elmélet és gyakorlat” címmel. Az a kötet, amelyet az olvasó kézbe vesz, e konferencia szellemi hozadéka, s nemcsak az. Hitem szerint tükörképe mindannak, amit a kommunikáció fogalma a hazai oktatási gyakorlatban átfog. Ebből fakadóan mind szellemi tartalmát, mind módszereit tekintve igen sokszínű: a kommunikáció alapvető elméleti kérdései éppen úgy helyet kapnak benne, mint a sajtótörténeti kutatások, az újságíróoktatás „örökzöld” gondjaiból ugyanúgy ízelítőt kaphat e kötet olvasója, mint néhány tanszék, oktató- vagy médiaműhely belső felépítéséről, vagy éppen a kommunikációnak arról a vonulatáról, amely a public relations felé terjeszkedik, s már-már éppen olyan népszerű, mint a kommunikáció többi hajtása.

Nemcsak az oktatásra, a kutatásra is nagy tér nyílik: mi fogja össze e hatalmas anyagot, melyek az eszmei tartó pillérek, meddig tágíthatók a kommunikáció határai? Csak egy szempontot említek, szinte futólag: tanszékünkön az elmélet és gyakorlat összhangját könnyen megtaláltuk. Sem a tanszék vezetője, sem a szak felelőse kezdettől fogva nem csupán a „maga lovát dicsérte”. Az egyiket az újságírógyakorlat erősítette abban, hogy szükség van analízáló képességű és szintetizáló igényű elméleti tudásra, a másik pedig a tudomány felől érkezve fogadta készséggel a médiagyakorlat művelőit. A szerencsés találkozás, no meg egy ugyancsak szerencsés véletlen jóvoltából tanszékünk hamar átvette a magyar akkreditációs rendben foglalt elgondolásokat, amelyek lényege, hogy a törzsképzés intenzív elméleti – társadalomtudományi és kommunikációelméleti – szakasza után a gyakorlat igénye-

it viszonylag rugalmasan követő szakirányok adják a modulrendszerű képzés vázát. Éppen ezt a kettős vonulatot, s persze az oktatás módszertani kérdéseit is taglalta áprilisi konferenciánk, amelynek szervezésében nagy részt vállalt Pólya Tamás, tanszékünk tanársegéde.

Ha Vörösmartyval kezdtem, hadd fejezzem be a Gondolatok a könyvtárban egy kevésbé ismert részletével: „Rakjuk le, hangyaszorgalommal, amit / Agyunk az ihlett órákban teremt.” E nagyon sokszínű, s a készültségeknek sokféle fokát mutató kötetben oktatók, kutatók, médiaművelők tették le hangyaszorgalmuk névjegyét, s éppen ezért bízom abban, hogy az előadások összegyűjtött anyagát haszonnal forgatják majd mindazok, akik akár oktatóként, akár hallgatóként vesznek részt a hazai felsőfokú kommunikációoktatásban.

Martin József









