

A sajtónyelvi-médianyelvi kutatások újabb fejezete

A *Sajtónyelv – médianyelv* c. tanácskozás 2003 őszén indult azzal a céllal, hogy segítse a kommunikáció szakos és más érdeklődő hallgatók ilyen irányú felkészültségét, sajtónyelvi-médianyelvi ismereteik bővítését. Azért is voltak jelen rajta – és vannak azóta is – a főiskolai hallgatók. Mégpedig nagyobb számban levelező tagozatos hallgatók, akik tanulmányaik során az ilyen jellegű diskurzusokból kevesebbet kapnak. Az előadók és a vitákban részt vevők felelőssége tehát megnőtt, hisz hallgatóink elvárásai megtették munkájukat. A rendezvényen 7 előadás hangzott el, illetve ennyinek az anyaga jelent meg a Kommunikáció Tanszék tudományos közleményeinek kötetében.¹

Az első tanácskozáson az előadók azt kívánták tisztázni, hogy mit értenek sajtó-, illetve médianyelven, milyen sajátosságok rokonítják, főleg pedig milyenek különböztetik meg a sajtóban, médiában érvényesülő nyelvhasználatot, nyelvváltozatot a többitől, van-e helye a szociolektusok között. A cél egészen pontosan akkor úgy fogalmazódott meg, hogy a kommunikáció szakos hallgatók oktatásában is felhasználható összefoglalást nyújtsunk a sajtó – és kitágítva a többi médium: a rádió, a televízió és az internet – nyelvhasználatának általános jellemzőiről. Az összegzésre akkor Grétsy László (*A mai magyar sajtónyelv*) és Balázs Géza (*Sajtónyelv – médianyelv – médianorma*) vállalkozott. Ezt követően az előadók bepillantást nyújtottak mindhárom, pontosabban immár négy médium nyelvhasználatába: a sajtóéba (Minya Károly, Zimányi Árpád), a rádióéba (Wacha Imre), a televízióéba (Kemény Gábor) és az internetébe (H. Varga Gyula).

A rendezvény sikerén felbuzdulva a szervezők már akkor elhatározták, hogy lesz folytatása a tanácskozásnak, erre azonban két és fél évet kellett várni. Igaz, ez már egészen konferenciaszerű rendezvény volt plenáris előadásokkal és két szekcióüléssel. A második, tehát a 2006-os konferencián két téma került a középpontba: az egyik a médiabeli műfajok, szövegfajták világa, a másik az ilyen jellegű elemzésekben

¹ *Kommunikáció és nyelvhasználat*. Szerk.: H. Varga Gyula. EKF Líceum Kiadó, 2004. 170 oldal.

kissé háttérbe szorult médium: a rádió. A tanácskozás anyagát tartalmazó kötet hosszadalmas szerkesztői munkák után jelent meg – ugyancsak az EKF Kommunikáció Tanszékének kiadásában – egy tanulmánygyűjtemény első részeként.² A fejezet 14 tanulmányának egy része a kommunikációs üzenetek általánosabb megközelítését tűzte ki célul (Bencze Lóránt, Balázs Géza, Aczél Petra). Külön tanulmánycsoport foglalkozott a tanácskozás központi témájának is nevezhető médiaműfajokkal. Ez utóbbi témakört már Aczél Petra említett tanulmánya fölvezeti, majd H. Varga Gyula, Andok Mónika, Ferenczy Judit, Tomesz Tímea és Viszlai Anita írásai folytatják a sort. Kiemelt szerepet kapott a kutatásokban méltatlanul elhanyagolt rádió: ezt a hiányt kívánta csökkenteni Wacha Imre, Domonkosi Ágnes, Dede Éva, Zimányi Árpád, Balázs Géza tanulmánya. De Nemesi Attila jóvoltából nem maradt elemzés nélkül a televízió sem.

És ezzel elérkeztünk a következő rendezvényhez, illetve annak anyagát egybe- gyűjtő, sorrendben 3. kötethez. Bár a rendezők személye nem, a szervezeti keretek időközben jelentősen megváltoztak. Az első tanácskozás egy éppen megalakult, néhány fős tanszék tűzkeresztségének tekinthető, a második egy külső támogatókkal megerősödött csapat rendezése, a harmadik pedig egy tudományos műhelynek (az MTA Miskolci Területi Bizottságának kommunikációtudományi munkabizottsága), egy szakmai egyesületnek (Diák- és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete), valamint a házigazda Alkalmazott Kommunikációtudományi Tanszéknek a szakmai együttműködésével valósult meg.

Ennek is izgalmas téma került a középpontjába: a bulvárosodó (köz)média. Ez a tanácskozás – éppúgy, mint az előző kettő – nem a médiával, nem a médiajelenségekkel, hanem a médiaüzenetekkel foglalkozik, azokat vizsgálja, elemzi.

A tanácskozás témáját így fogalmazhatjuk meg: a média bulvárosodása. Napjainkban szinte közhely, hogy minden médium, orgánus, csatorna a bulvár felé mozdul el. Kérdés, miben érhető ez tetten. Milyen tartalommal és milyen eszköztárral jelenik meg a bulvár a hagyományos lapokban, közszolgálati rádió- és televíziócsatornákon. Mi ennek az oka, és miben nyilvánul meg a bulvárosodás? Ehhez hasonló kérdésekre keresik a választ a szerzők. Itt és most tehát a bulvárról nem mint médiajelenségről, hanem mint a médiaüzenetekben megnyilvánuló bulváros tartalmi elemekről és kifejezőeszközökről esik szó.

A kötet I. fejezetének bevezetőjében, vitaindítójában arról olvashatunk, hogy mik a bulvár(sajtó) legfőbb jellemzői, céljai, célközönsége, eszköztára, és hogy milyen (pozitív – negatív) befogadói attitűdöket alakított ki. Szó esik a bulvárosodás jelenségéről, folyamatáról, arról, hogy a két markáns irányzat (szerióz/hagyományos vs. bulvár) hogyan nyit egymás irányába (entertainment ~ tabloidizáció) – na nem az ösz-

² *Kommunikáció és szövegkutatás*. Szerk.: H. Varga Gyula. EKF Líceum Kiadó, 2007. 235 oldal.

szebékülés, hanem a könyörtelen verseny, a befogadók megtartása–(vissza)szerzése érdekében.

Tág elméleti keretbe helyezi a bulvár(osodás)t Andok Mónika. A bulvárt mint a kultúra részét szignifikációs rendszerként értelmezi, s óva int a (le)minősítéstől. A két megjelenési mód (szeriöz – bulvár) között egyirányú átjárhatóságot lát, melynek háttérben szerinte a hétköznapi öröm és érzelemgazdagság, a kulturális tudás és az üzenetek eltérő (domináns vs. „ellenzéki”) olvasatai állnak. Az elsőként említett örömszerzés a fő gondolati vonulata Balázs Géza tanulmányának. Több helyen Freudra hivatkozva fejtegeti, hogyan szolgálja a bulvár és nyelvhasználata az emberi örömszerzést (emberi ösztönök, álmok, a pillanat, a részvétel öröme, felszabadultság, tabutörés, intimitás, jólérsülség, leegyszerűsítő sémák stb., stb.). Lényegében az örömszerzés tematikájához kötődik Dede Éva is, azt kutatva, hogy a szerelem összetevőinek dominanciája alapján milyen típusú szerelem(ideál)t jelenítenek meg a női magazinok, illetve az egyik magyar szappanopera.

A fejezet tanulmányainak sorát két nyelvészeti módszerű írás zárja. H. Tomesz Tímea a hagyományos és a bulvársajtó címadási szokásait veti össze. A tudományos igényű, elmélyült munka a címtipológiák történeti áttekintésével jut el ahhoz a szociálpszichológiai alapú rendszerezéshez, melyet legalkalmasabbnak talál a sajtóbeli címek tipológiai leírásához. Végül Minya Károly a szleng térhódítását mutatja be egy ifjúsági magazin nyelvhasználatának elemzésével.

A II. fejezet lényegében folytatja a bulváros témát, pontosabban annak egy szűkebb szegmensét járja körül. Ez pedig a média tabutörése. Az, hogy a társadalmi, erkölcsi normákat mennyire tartja tiszteletben a média, illetve milyen okok és célok motiválják a tabutörést.

A fejezetet bevezető tanulmány a mai magyar közélet és média kommunikációs szokásaiban megnyilvánuló korlátátlépési és tabutörési próbálkozásokat, azok eredményeit taglalja. Arra keresi a választ, hogy mik adják a korlátokat, s kik állítják fel őket. A következő tanulmány szerzője, Aczél Petra nemzetközi kutatásokra és elméletekre alapozva azt követi nyomon, hogy a számítógép által közvetített kommunikáció milyen hatással van a hálón szerveződő közösségekre, azok tagjaira. Feltárja az új-média-kultúrában létrejövő „digitális retorika” veszteségeit és hozadékát, a korlátok gyengülését. Ezt követően érdekes témát vet föl H. Tomesz Tímea. Dolgozatában azt fejtegeti, hogy a kisebbségek (hajléktalanok, bevándorlók, cigányok stb.) hogyan válnak tabuvá a mai közbeszédben, főleg pedig a médiában. Balázs Géza az antropológiai nyelvészet oldaláról konkrét példákon keresztül elemzi a nyelvi tabukat. A fejezetet egy esszészerű írás zárja. Bencze Lóránt – „a nyelvet kulturális forrásként, a beszédet pedig kulturális szokásként vizsgálva” – egy nemrég megjelent könyv elemzésével kívánja feltárni a modern köntösbe, szlenges kiberyelvbe öltöztetett szerzői magatartást és attitűdöt.

Kötetünk zárófejezete egyéb előadások anyagát tartalmazza. A legfiatalabb nemedék, a főiskolások vagy éppen végzett hallgatóink mutatják be kutatásaik eredményeit. Televíziós műsorok vizsgálata áll két dolgozat központjában. Dalmadi Renáta egy közszolgálati (Duna Televízió) és egy kereskedelmi televízió (RTL Klub) hírműsorait hasonlította össze, s mutatta ki a köztük lévő szerkezeti, tartalmi és nyelvhasználatbeli hasonlóságokat és eltéréseket. Támcsu Tímea aprólékos elemzéssel tárja fel, hogy a mai udvariassági szokásrendszer hogyan érvényesülnek a televízió nyelvhasználatában. Garazsi Dániel három napilap (Nemzeti Sport, Olimpiai Metropol, Blikk) olimpiai sporttudósításait vizsgálta összevető módszerrel. Meglepő témával jelentkezett Juhász Rita: szakszerű elemzéssel tárta fel a humor megjelenési lehetőségeit a hírek témavilágában és nyelvi megformálásában.

Végül a Diák- és Ifjúsági Újságírók (DUE) által szervezett kerekasztal-beszélgetés hozzászólásai zárják kötetünket. Ezen Balázs Géza a kommunikációelmélet gyakorlatban érvényesülő hasznáról, Szayly József, a Magyar Rádió alelnöke a közszolgálati média helyzetéről mondta el, illetve írta le gondolatait. Hogy az internet se maradjon képviselet nélkül, Balázs László a frissen létrehozott Médianyelv című honlapot mutatja be. A korábban már említett, a Nemzeti Kulturális Alapnál elnyert pályázat – melynek köszönhető ez a rendezvény és a jelen kötet – nem mellékes eredménye volt egy új, elsősorban fiataloknak készült honlap elindulása (<http://www.medianyelv.com>).

H. Varga Gyula