

**Juhász Rita**

## **Humor a hírekben**

### **A szórakoztató hírközléstől a bakiig**

Elsőre ellentmondásosnak tűnhet a cím: mi köze lehet a humornak ehhez az általában távolságtartó, pontosságot követelő és épp ezért sokszor ridegnek gondolt műfajhoz? Több, mint gondolnánk. A média színes és változatos piacán – csakúgy, mint az élet minden területén – csak azt tudjuk eladni, ami vonzó az emberek számára. Az ember pedig szereti a humort. Persze a hétköznapi élettől egészen eltérő humorról van itt szó: szórakoztató hírközlésről, a hírek, információk jóízű találásáról, élcelődés mögé rejtett szigorú értékítéletéről, no meg arról, amikor a komoly valamiért viccessé válik. És ez, azt gondolom, mindig nagyobb esemény, mintha „csak” a vicces lenne vicces.

### **A hír helye a médiában**

Hírszerkesztő vagyok. A hétköznapiokban végzett munkám alapanyaga és végterméke a HÍR: mondhatni, hogy az informálódásnak és a tömegtájékoztatásnak is a legősibb, legalapvetőbb, legfontosabbnak tartott és így leggyakrabban kutatott műfaja. Egyben ez a legkeményebb, vagyis a valósággal legszorosabb kapcsolatban álló, illetve legszorosabb kapcsolatba hozott műfaj is: amióta világ a világ, a tájékozódást, a körülöttünk lévő gazdasági, társadalmi, politikai életben való eligazodást szolgálta. A híreknek köszönhetjük, hogy ma már bármilyen lényeges közérdekű eseményről szinte a történéssel egy időben tudomást szerezhetünk, részleteket tudhatunk meg. Ezekhez az információkhoz pedig a Magyarországon még mindig legnépszerűbb televízió – televíziós híradón –, és az annál gyorsabb rádió, valamint a mindketőt megelőző internetes újságokon keresztül juthatunk hozzá. A nyomtatott sajtó ma már inkább háttér-információk közlésére szolgál, de ahhoz, hogy tájékozottságunk több legyen felszínesnél, elengedhetetlenek a politikai napi- és hetilapok. Az újabb tanulmányok – egyebek mellett Jenei Ágnes (2001) – azonban már alapvetésnek tekintik azt is, hogy a hírek világa nem egyenlő a valóság világával. Ha egy képzeletbeli táblán elhelyeznénk a médiaműfajok halmazait és a valóság halmazát, akkor természetesen még mindig a hírek műfaja állna a legközelebb a valósághoz, sőt,

közös halmazrésze is lenne vele. A valósághoz legközelebbinek ítéltől kiindulva így állíthatnánk sorba a hír kategóriájába tartozó műfajokat:

VALÓSÁG → hírközlő műfajok: szerkesztett hírek illetve híradások, híradók tudósítások, hírtartalmú interjúk → vegyes műfajok: dokumentumfilmek, riportok → véleményközlő műfajok: publicisztika, vagyis jegyzet, esszé, glossza; kritika → szórakoztató műfajok: szórakoztató műsorok, fikciós filmek → FIKCIÓ

Hiába áll viszont a hír a legközelebb a valósághoz, távolról sem azonos vele, ráadásul, minthogy a hírek szinte soha, semmilyen médiumban nem állnak egymagukban, már maga a szerkesztés módja, vagyis a szelektálás, megfogalmazás, sorbarendezés módja is egyfajta saját valóságot teremt: a hírblokkokat emberek szerkesztik, emberi szempontok alapján. Az újságírókat, szűkebb értelemben a hírszerkesztőket valamikor a médiakutatás ifjúkorában (a 60-as évek végén – 70-es évek elején) nevezte el David Manning White kapuőröknek, Kurt Lewin nyomán, aki egy 1943-as táplálkozási szokásokról szóló tanulmányában az iowai háziasszonyt hasonlította kapuőrhez. Megfigyelése szerint ugyanis mielőtt nekiesnének az ételnek, ezek a háziasszonyok felmérik a családjuk igényeit, majd eszerint és saját belátásuk szerint beszerzik a hozzávalókat, és végül elkészítik az ételt, vagyis tájékozódnak, összegyűjtik az információkat, beszerzik az alapanyagokat, és abból főznek valamit. Nyilván nem a világ összes ételét főzik meg, hanem egy, esetleg két vagy három valamit naponta. Így kell elképzelni a hírblokkokat is: mást adunk ebédre és mást vacsorára. Vannak alapanyagok, de mi döntjük el, hogy a kész ételbe, vagyis híradóba mi kerüljön bele. Jenei Ágnes a már említett tanulmányban erre másik példát hoz, McQuail funkcionális alapú elnevezését, amely a hírszerkesztőket munkájuk alapján útjelzőnek, irányítónak nevezi. A munka funkciója eszerint az, hogy irányt mutasson, értelmet adjon a dolgoknak a zavarba ejtő, illetve zavarosnak tűnő világban. Én – visszatérve David Manning White-hoz, illetve továbbgondolva az ő megközelítését – a tudomány egyes közléseihez hasonlóan a hírközléseket is valamiféle fénycsóvához tudnám hasonlítani, amely rávilágít valamire a nagy sötétségben, a hírszerkesztők pedig azok, akik a befogadó helyett – illetve előtt, hiszen később a befogadó még mindig szelektálhat a különféle csatornák kínálta híradók között – eldöntik, a valóságnak melyik szelete, illetve a történéseknek melyik aspektusa legyen az, ami ezáltal láthatóvá válik. Nagy a felelősségük, ám a hallgatónak-nézőnek-olvasónak ezzel együtt elengedhetetlen kritikusnak lennie, mert ha nem így viselkedik, azzal kiszolgáltatja magát az esetleges manipulációnak.

## **A humor és a hírek viszonya, a szórakoztató hírközlés**

Mint a valósághoz legközelebb álló halmaz, a hír első hallásra összeférhetetlennek tűnik a humorral. A hírek hitelesnek, gyorsnak, pontosnak kell lennie, és ezek a tulajdonságok sem állnak túl közel a szórakoztatáshoz. Pedig a kereskedelmi televíziózás megjelenése óta a hírműfajoknak a nézőszám növelése vagy megtartása, ezáltal pedig a minél magasabb reklámbevételek elérése érdekében ugyanolyan vonzónak kell lenniük a célközönség számára, mint az egyéb műsoroknak. A szórakoztató és informáló műsorok e sajátos, de az 1990-es évek vége, vagyis a kereskedelmi televíziózás hazai megjelenése óta Magyarországon is jól ismert keverékét nevezzük infotainmentnek. Több szakirodalom és értelmező szótár, egyebek mellett az angol nyelvű Wikipedia szerint is elsősorban a televíziózásra jellemző műfaj. Bajomi-Lázár Péter (2004) a következőt írja róla:

„infotainment – A kereskedelmi televízió térhódítása óta a hírműsorok egyre jobban átveszik a show-műsorok formai és tartalmi sajátosságait. Színes látványvilág, dinamikus közelképek, gyors vágások jellemzik őket. Háttérbe szorúlnak a fontos hírek, előtérbe kerülnek az érdekességek: a politikai történések mellett vagy helyett a műsor a sztárok életéről, szenzációkról, botrányokról szól. Az eseményeket dramatizálva, személyiség-központúan ábrázolja, nem tárja fel a háttérükben meghúzódó folyamatokat és összefüggéseket. Ezt a jelenséget jelöli az infotainment kifejezés, amely az angol information (tájékoztatás) és entertainment (szórakoztatás) szavakra utal. Az infotainment megjelenését a kereskedelmi csatornák azon törekvése magyarázza, hogy még a – rendszerint törvény által előírt, ám kereskedelmi szempontból ráfizetéses – hírműsorok alatt se veszítsék el a politika iránt közömbös nézőiket. – Az infotainment társadalmi hatásáról megoszlik a kutatók véleménye. Pierre Bourdieu francia szociológus például úgy véli, hogy »a színes hírcsokor előtérbe helyezésével, a kevéske időnek ürességgel, (majdnem) semmivel való megtöltésével kiszorítják a lényegbevágó információkat, amelyekkel demokratikus jogainak gyakorlásához minden állampolgárnak rendelkeznie kellene«. Mások – például Pippa Norris amerikai médiakutató – szerint azonban az infotainment megjelenése csak bővítette a politikai műsorok kínálatát.”

Jenei Ágnes a Magyarországon egyébként legmagasabb nézettséget produkáló kereskedelmi televíziós híradókról szólva azt írja: „A kereskedelmi televíziók esetében a szórakoztatás irányába elhajló híradókon talán nem is csodálkozik a néző. Feltételezi, hogy a szenzációra vadászó, látványshow-ra emlékeztető képanyagok a nézettségi mutatók fellendítését hivatottak elősegíteni. Ám a legszárazabb, látványos elemektől, zenei aláfestéstől mentes, lecsupaszított közszolgálati híradóban sem ismerhetjük fel az általunk ismert valóságot. A híradók ugyanis a valóságot nem bemutatják, hanem konstruálják. Így a hírműsorban egy mesterséges világot látunk.”

## **A hírek kreált valósága**

Térjünk vissza tehát a szelektáláshoz, mint a szerkesztő legfőbb eszközehez, amellyel hírösszefoglalóját, vagyis a nap általa legfontosabbnak vélt eseményeit az adott médium műsorstruktúrájába, vagyis kreált világába helyez. Mik lehetnek a szelektálás fő szempontjai? A szokásos lokalitási alapszempontra (vagyis: milyen médiumnál vagyunk, mely néző-, hallgató-, illetve olvasóközönségnek készítjük a hírösszefoglalót), valamint a meghatározó kemény hírek – puha hírek vonulaton túl. (A hírszerkesztők nagyrészt a hard news-okra, azaz a kopogós hírekre építik fel híradóikat. Ezek azok a hírek, amelyeket nem lehet kihagyni egy híradásból. Egy részük előre megtervezhető, a többi a váratlan események kategóriájába tehető, ám minden esetben rövid aktualitású, maximum 24 óráig nagy hírértékkel bíró hírek ezek.) A mai, gazdasági alapokon működtetett médiavilágban elengedhetetlen figyelembe venni az érdeklődés tényezőjét. Mit fognak szeretni a nézők? Vagy legalábbis mi iránt mutatnak majd érdeklődést? A kereskedelmi alapú szerkesztés szerint az aktuális, fontos, érdekes, meghökkentő, színes, nevetséges dolgokat. Míg régebben azonban volt egy minőségi megkülönböztetés a „komoly” médiumok, illetve a szórakoztató vagy kereskedelmi médiumok között, ma már ez a határ kezd elmosódni. Természetesen mindenki tudja, hogy mi a különbség a Blikkben, egy női magazinban, illetve egy napilapban közölt hír között, ám a „komoly” újságoknak, tévéhíradóknak, illetve rádiós hírműsoroknak ugyanúgy fel kell venniük a versenyt (nemcsak a nézettségi-hallgatottsági mutatók, hanem elsősorban az eladhatóság, ezáltal a reklámbevételek és a fennmaradás érdekében) a könnyedebb hangvételű hazai műsorokkal, mint a konkurencia hírműsoraival, hírközléseivel. Ahogy Martin József (2007: 81) megemlíti, például a New York Times birtokában lévő, Párizsban szerkesztett International Herald Tribune című nagy múltú és nagy presztízsű lap állandó rovata, a People, bár saját forrásból, illetve hírügynökségi jelentésekből szerzett információk alapján, de sztárokról, hírességekről szóló információkat közöl. Ettől az IHT nem lesz bulvárlap. Viszont bizonyára nagyobb célközönséget győz meg, illetve saját olvasóinak egy újabb fajta érdeklődését is kielégíti, hiszen miért ne vásárolhatna hírességekről szóló könnyed újságot az, aki politikai hírekről is tájékozódik.

## **A humor megjelenési formái a hírekben**

I. A megjelenés okát tekintve, azaz: Mire kellhet a hírekben a humor?

A humort nem csak az inforainment megjelenése óta alkalmazzák az újságírásban: A magyar sajtó története 1867–1875-re teszi a politikai élclapok első magyarországi virágkorát – ekkor jött létre és működött a Borsszem Jankó, az Üstökös, a Lúdas Matyi, a Mátyás Deák vagy a Bolond Miksa –, amelynek aztán újabb korszaka kezdődött az 1880-as évek legvégén megjelenő, az előbb felsoroltaktól elkülönülő Pikáns Lapok című, előbb irodalmi, majd politikai szerepet is felvállaló újságvé-

zett szalonéclap megjelenésével. Ezek az újságok elsősorban politikai indíttatásból jöttek létre és politikai álláspontot, nevezetesen a magyarpárti ellenzékiiséget képviselték, a gúnyos hangvételű jegyzeteken kívül pedig egyre nagyobb teret adtak a Magyarországon soha olyan népszerűségnek nem örvendő karikatúráknak, amelyekről még később – mint a humor hírekben történő megjelenési formájáról – szót szeretnék ejteni.

Itt persze elsősorban véleményközlő műfajokról beszélünk, ám ezeknek a műfajoknak az elkülönülése a közönség számára korántsem volt ennyire egyértelmű. Az 1800-as években a médiafogyasztók majdnem ugyanúgy működtek, mint ma: „Az olvasók először, hovatovább pedig kizárólagosan a tárcát olvasták a lapokban. Aktualitása hírhetségüket, szókimondása és iróniája eligazításigényüket elégítette ki. S ami nem volt feldolgozható a tárcában – munkásmozgalom, agrárkérdés; nemzetiügyi ügyek, világnézeti problémák –, szinte nem is létezett a számukra, illetve csak anekdotikus szinten, mosolyt fakasztó jelenségekként.” (A magyar sajtó története; 1705–1892)

Hangsúlyos, hogy ezeket a méltán népszerű jegyzeteket és szösszeneteket olyan nagynevű magyar írók írták – egyébként egymástól politikailag teljesen eltérő hangvételű lapokba is – mint Mikszáth Kálmán, Bródy Sándor vagy később Karinthy Frigyes. Attól függetlenül azonban, hogy a televíziós illetve rádiós műfajok palettájáról mára szinte teljesen kiveszett, nyomtatásban pedig alig-alig olvasható valóban színvonalas jegyzet, illetve vezércikk, a véleményformáló szerepe ennek a – ma már leginkább az internetes oldalakon, illetve blogokban viruló – műfajnak továbbra is jelentős. Egyebek mellett ezért is tekintek el – elméleti helyett inkább gyakorlati jellegűnek szánt – tanulmányomban a klasszikus értelemben vett hírközlő és véleményformáló műfajok közötti éles határvonástól.

Az említett lapokban tehát máris megjelent a humor egy funkciója, amelyet valószínűleg már az ókori politikusok is alkalmaztak: ez pedig az ellenfél nevetségessé tétele volt.

Hans Speier német politikai szociológus egy, a vicc és a hatalom kapcsolatát taglaló munkájában a humort támadó fegyvernek nevezi, amely bonyolult kérdések felvetését teszi lehetővé az ellenfélnek (Séra 2009). Séra László szerint a politikai humor a viccelődőnek a politikai hatalomhoz és a döntéshozó folyamatokhoz való viszonyáról szól, egyben nem agresszív formában rámutat a kormány tévedéseire és hibáira, ugyanakkor lehet a társadalmi tiltakozás hatékony eszköze, mozgalmak kollektív identitásának építője is. „A gőz kieresztésének eszköze”, ahogy azt például a szocialista rendszer idején a magyar társadalomban tapasztalni lehetett. (Elég Hofi Géza és a politikai kabaré szerepét felidézni a nyolcvanas évek médiavilágából.) Séra László nem felejt el megemlíteni azt a nagyon fontos momentumot, hogy diktatórikus rendszerekben a humor más formákban jelenik meg, mint a demokratikus társadalmakban.

Ugyanez a szerep ma is megjelenik, természetesen közvetve a híradásokban: a médiumok gyakran szó szerint idézik a politikai ellenfelek ironikus hangvételű szócseit, az interneten pedig – afféle modern röplapként – kör-e-mailekben, blogokban és honlapokon, humoros formában terjesztik nézeteiket a szélsőjobboldali szervezetek és pártszimpatizánsok.

### **Mi lehet még a humor szerepe?**

Ugyanúgy, ahogy a politikusok esetében, a médiumok esetében is emberivé, közvetlenné, szimpatikussá tehet a barátságos vagy viccelődő hangnem. Rendkívül népszerű például az Index internetes hírportál, amelyet hírközlő, a politikai napilap szerepét betöltő weboldalként tartanak számon, hiszen ezeknek a kritériumoknak megfelel: elsősorban kemény híreket közöl a címlapon, jól ellenőrzött, illetve saját forrásból dolgozik, kiegyensúlyozottságra törekszik. Mégsem ezek miatt, hanem ezeknek a tulajdonságoknak a humorral történő ötvözése miatt vált a lap közkedvelté. Ki ne szeretné úgy megtudni a legfrissebb információkat, hogy közben nagyon jól szórakozik, nagyokat nevet? Szerintem az elsőként a televíziózásban, aztán kis mértékben a rádióban is megjelenő infotainment műfaját a nyomtatott sajtóban Magyarországban az Uj Péter által szerkesztett Index teremtette meg.

Mind nyomtatott formában, mind pedig a rádiós és televíziós műfajok esetén megjelenhet a humor nemcsak az információ, hanem a hírközlő oldalán is: bár a hírolvasóktól, hírműsor-vezetőktől, illetve riporterektől minden esetben szintén pontosságot, objektivitást, valamiféle méltóságot és komolyságot követel meg a műfaj a hitelesség megőrzése érdekében, az emberek meggyőzése szempontjából nagyon fontos részlet ezeknek az embereknek a kisugárzása, egyénisége. Bár médiaberkekben létezik egy olyan mondás, mely szerint ha néhány hétig egy partvis olvassa a tévében a híreket, akkor őt fogják szeretni a nézők, azért ezek az emberek jó stílusukkal, humorukkal szintén a csatorna, illetve a műsor népszerűségét növelhetik. A hírközlőnek azonban más oka is lehet arra, hogy esetleg humort csempésszen az általa képviselt hírközlő műfajba: baki esetén jó „elkenés”, feloldás lehet, ha intelligensen és stílusosan reagálni tud rá, ha riporterről van szó, akkor pedig lehet akár egy eszköz is arra, hogy közvetlen hangnemet teremtsen az interjúalannyal, aki így várhatóan több információt közöl majd a nézőkkel, hallgatókkal. Az egyik kollégám például egy Dávid Ibolyával az UD Zrt. botrány kirobbanása, illetve az MDF elnökválasztásának időpontja körül készített élőadásos interjúban úgy próbálta ellensúlyozni, hogy a pártelnök megemlítette az általa gyanúsnak vélt üzletember nevét – akiről azonban egyáltalán nem bizonyosodott be, hogy szerepe lett volna az ügyben – , hogy váratlanul azt kérdezte tőle: „Ha felhívom Önt az éjszaka közepén, és azt mondom: elnök asszony, menjünk Zetorral bankot rabolni!, az még nem bizonyítaná, hogy Önnek bármi köze van az általam emlegetett akcióhoz.”



Egy másik alkalommal az egészségügyi szakembertől kérdezte a következőt: „Az influenzajárvány esetleges őszi kialakulása azt jelenti, hogy akkor már annyi ember lesz beteg, hogy azt megérzi a nemzetgazdaság? Úgy értem, minden harmadik ember otthon fog feküdni, és folyni fog az orra?” Ezzel a közvetlen stílussal valószínűleg újabb hallgatókat nyert meg magának.

A humor és az újságíró kapcsolatának említésekor nem szabad megfeledkezni az élő tudósításról sem, amelynek követelménye, hogy valamiféle hangulatot fessen a helyszínről, az adott eseményről, ezáltal pedig újabb szerepet oszt a humorra. Egy politikai tudósítás esetén természetesen ritkán engedhető meg, hogy a bejelentkező riporter humorizáljon, de egy-egy ügyes mondattal lehet némi élcelődést is csempészni a bejelentkezésbe. Könnyedebb közéleti témánál viszont kimondottan jó, ha a riporter nem feledkezik meg az egyedi stílusról, a szemléltetésről. Egy másik kollégám például egyáltalán nem sértőn, ám mosolyra ingerlően úgy tudósított az őszi vasutassztrájkjéről, hogy a szövegében a Nyugati pályaudvaron láthatósági mellényben szobrozó vasutasoktól kezdve egy szenderegő vadászgörényt a karján cipelő, lila tarajos punkig szerepeltek a hallgató előtt megelevenedő képek, a hajdani publicisztikákhoz hasonlóan élvezetessé téve ezzel az amúgy hírközlő műfajt.

A humor szerepe a népszerűsítésen, illetve burkolt támadáson kívül lehet sokkal inkább technikai jellegű (bár közvetve ez is összefüggésbe hozható a kereskedelmi híradók népszerűségével): egy hírblokk végére elhelyezett vicces, úgynevezett „soft news” egyrészt feloldja a „hard news”, a kemény hírek hivatalosságát, drámaiságát (speciálisan, mielőtt például folytatódna a szokásos szórakoztatóműsor-folyam egy kereskedelmi adón), és egy kis szintet visz a komoly és komor világba, ugyanakkor, ahogy Jenei írja (2001: 13): „mivel ezek a hírek kevésbé kötődnek az aktualitáshoz, azzal a funkcionális előnnyel rendelkeznek, hogy szükség esetén az utolsó pillanatban is törölhető, áthelyezhető egy későbbi kiadásba, ha helyet kell biztosítani egy, az utolsó pillanatban befutó hard news-nak.”

Lehetnek olyan napok is, amikor viszont szinte biztos, hogy ezek az úgynevezett töltelék-, vagy gumihírek, színes hírek a szokásosnál nagyobb úrt kell, hogy kitöltsenek, egy eseménytelen napon ezzel mentve meg a híradó becsületét és biztosítva a szükséges műsoridőt. (Természetesen a soft news nem mindig vicces, de általában érdekes hír: a közszolgálati csatornák, illetve a közműsor-szolgáltatók, mint például a BBC szerkesztési hagyományait követő InfoRádió szerkesztői a sztárokról vagy állatokról szóló hírecskéket például tudományos vagy kulturális hírekkel helyettesítik.)

II. A megjelenés módját, illetve formáit tekintve (példák)

1. Tudatos: – téma (pl. színes hír – cél: lazítás, gumifunkció)
  - stílus (pl. megjelenés, nyelvezet – cél: népszerűség elérése)
  - tartalom (pl. karikatúrák – cél: üzenet megfogalmazása, felismerés, képi hírközlés)

2. Véletlen: – szituációból adódó (pl. élő műsorban elkövetett hiba)  
– nyelvi (nyelvészeti szempontból elkövetett hiba: rossz szóhasználat, rossz hír vagy mondatkörnyezet, nyelvbtlás, baki)

1.1. A kis színesek eltérő arányban ugyan, de egyaránt megjelenhetnek a televíziós és rádiós híradásban, weboldalakon és nyomtatott sajtóban. Elsősorban a szórakoztató kereskedelmi adók sajátosságai. A TV2 2009. november 12-ei Tények című hírműsorában például ez a kishír is szerepelt az utolsók között: „Az USA-ban biztonsági kamerák rögzítették, ahogy egy boltos elkergette a boltjába fegyverrel betérő rablót.”

A szórakoztató kereskedelmi rádiók műsorának fő attrakciója a reggeli show, amelyben a humor mind a közlés tartalmát, mind a műsorvezető stílusát illetően megjelenik, ráadásul pedig fűszereződik az élő környezet adta újabb lehetőségekkel. A „nevetés ragadós” elve alapján a műsorvezetők dolga ebben a sávban épp a – néhol önmaguk szórakoztatásának tűnő – kacarászás, mert az jó eséllyel deríti jókedvre a hallgatókat. Egy ilyen környezetben, ebbe az úgynevezett „információs sávban” (általában reggel fél 6 és fél 10 között) megjelenő szórakoztató műsorba ágyazva jelennek meg aztán általában félóránkénti közléssel a hírek. A híreket itt a rádiós környezet teszi speciálissá: a műsor élő, a stúdióban általában többen ülnek, a környezet pedig – épp a közös és „láthatatlan” jelenlét miatt – sokkal intimebb, mint például egy tévéstúdióban. Elvárás a „reggeli show” készítése, tehát egy fokozott hangulatba kell, hogy „megérkezzen” egy friss, ettől mereven elütő stílusú hírblokk. Nem okoz problémát, ha meghagyják ezt az átmenetet, de sok esetben közelítik egymáshoz a két műsorelem stílusát, például a már említett koncepció szerint, a blokkok végén „oldásként” alkalmaznak vidám híreket, celebhíreket, érdekes vagy vicces eseményeket; a műsorvezető párbeszédet folytat az érkező „híres”-sel, vagyis hírszerkesztővel. A Rádió 1-nél például, ahol én 1999-ben a hírszerkesztői pályafutásomat kezdtem, az volt a koncepció, hogy a műsorvezetőnek fel kellett konferálnia, majd a hírblokk végén meg kellett szólítania a hírszerkesztőt. A rögtönzött, csupán fél-másfél perces párbeszéd szólhatott valamelyik hírről – általában a blokk végén kötelezően szereplő színes jó témával szolgált –, de volt példa arra is, hogy a műsorvezető a hírszerkesztő külsejével, stílusával, esetleg egy bakijával élcelődött és ebből alakult ki a párbeszéd. Ugyanezt a koncepciót követik azok a tévéhíradós szóváltások, amelyeket a szó átadásakor-visszavételekor folytatnak le a hírolvasók-műsorvezetők, illetve időjárásjelentők-meteorológusok vagy sporthírolvasók. Ez a CNN-en is jól megfigyelhető, ahol általában ilyenkor néhány mondatban nagyon jókedvűen diskurálnak egymással a műsorvezetők, közvetlenebbé, szerethetőbbé illetve elviselhetőbbé téve ezáltal a szokásosan merev hangvétellű hírműsorokat.



1.2. Itt, a példáknál térnek vissza a stílusában humoros Indexhez, amely mind megjelenésével, mind pedig nyelvezetével egyfajta magas szintű politikai humort képvisel.

2009. november 12-ei, csütörtöki számában például a címek fölött elhelyezett, rovatcímeket helyettesítő „felcímek” (aktuális, cikktől függő, nem állandó rovatcímek), illetve az alattuk sorakozó cikkcímek a következők voltak:

(A felsorolásban figyelmen kívül hagytam a Címlap felcímeit, amely alatt a legaktuálisabb illetve legfrissebb hírek találhatóak.)

A biznyec, az biznyec (gazdaság)

- Tovább nyomul a Mol Pakisztánban
- A számlán vitatkoznak a vizesek

Popkornzabáló kismalac (kultúra)

- 13 teremmel nyitott Budán az új multiplex
- A náci zombik írója Jancsi és Juliskát forgat
- A Mókusokat ráhívják az Avatarra

Miket művelnek ezek? (aktuálpolitika)

- A Fidesz is megállapodást kötne az IMF-fel
- Bajnai decemberben akár már mehetne is
- Egy helyen kezelik a drogosokat, az időseket és a gyerekeket (OPNI bezárása)

Ferenc (vélemény, publicisztika, illetve aktuális-közéleti)

- Demokraták, jó éjszakát (A cikk válasz Gyurcsány Ferenc Demokraták, ébresztő! című, 2009. november 11-ei blogbejegyzésére.)
- Gyurcsány Ferenc vallomásának részlete
- Zuschlag rámenős volt Gyurcsánynál

Mindent úgysem érthetünk (tudomány)

- Majdnem eltalálta a Földet egy aszteroida
- Több száz Facebook-csoportot tört fel egy rejtélyes szervezet
- Óriás jéghegy sodródik Ausztrália felé

Orvosi esetek

- H1N1-gyel kapcsolatos cikkek

Nálunk ilyesmi nem történhet (érdekes, külföldi)

- Nem állhat tér közepén II. János Pál szobra (Chile)
- Öngyilkossági tippeket ad a holland honlap
- Kidobták az ikreket az ablakon (Oroszország)

A humoros nyelvi stílus illusztrálásaként íme egy részlet az említett Demokraták, jó éjszakát! című jegyzetből (Gazda Albert, 2009. november 12, csütörtök):

„Komolyan mondom, tehát nem tréfálok: az utóbbi néhány hónapban jól elvoltunk. Ferenc, az államférfi ment isten hírével, ott sírt, ahol senki se látta, Gordon, az utód jött, tette a dolgát, csend volt, béke, nyugalom, szorgos építkezés. A gazdaság romlása megtorpant, a forint erősödött, a politikusokat nem számítva csak a meggyőződésesek politizáltak. Elszürkült a Népszabadság és a Magyar Nemzet, a híradókat a háromlábú birkák mellett az influenza adta el, legfeljebb Vásárhelyi Mária és Bauer Tamás.”

Szintén az Index múlt szombati számában a címlapon, vezető hírként jelent meg egy anyag „Ez a nép már a saját anyjának sem hisz” címmel (Joób Sándor, 2009. november 14.), „Az Index minden tudományosságot mellőző felmérése” alcímmel az új típusú influenza elleni oltóanyag hatásaival kapcsolatos ellentmondó hírekről. Ennek az infoteinment műfajába sorolható cikknek a további alcímei a következők voltak:

Mintha deltaizomra gyúrtam volna

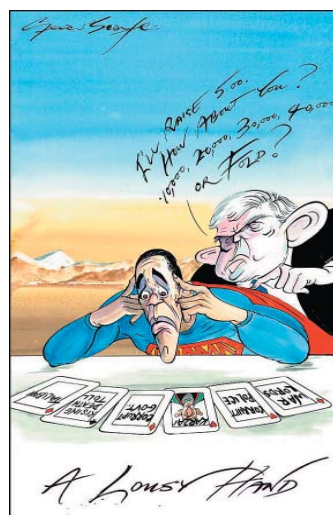
Zöld, kék, sárga, szürke

Ennyivel megúszhatjuk

Placebóhatás.

Ezt a köznyelvi szlenghez, illetve humoros megfogalmazáshoz közelítő nyelvezetet tovább erősítik a címlapon, szinte a saját cikkekkel egyenrangúként megjelenő blog-leaderek. A lap által kiválogatott blogok általában az Indexhez hasonló, vagy annál sokkal lazább stílusban írnak aktuális témákról. A szintén az oldalon közölt videók pedig az aktuális hírekről, illetve történelemsokról készített, kimondottan humoros riportfilmek, tudósítások. Legutóbb egy álhírt közöltek címlapon: Horthy Miklós budapesti bevonulásának 90. évfordulóján az egyébként aktuálpolitikai témáknak tartogatott „Percről percre” rovatban, és videós összefoglalóval tudósítottak arról, hogyan nézne ki, ha Horthy Miklós 2009-ben vonulna be Budapestre.

1.3. Az előző vezércikkhez hasonlóan szintén nem egyértelműen a hírműfajba, talán inkább a véleményközlőbe sorolhatók a már említett karikatúrák. Séra László szavait idézve (Séra: 2009) „Egyik sajátos formája a politikai karikatúra; többnyire szórakoztató módon tálalt hatékony és releváns üzenet. (...) felhívja a figyelmet a prob-



1. ábra Gerald Scarfe:  
A lousy hand.

lémákra, és leírja az emberek és az események közötti kapcsolatot a karikaturista szempontjából. (...) szükségszerűen komoly témájú, „nem szórakoztatni akar, hanem rádöbbeníteni az igazságra. (...) A politikai karikatúrák közvetítik a szerkesztők és az olvasók rejtett igazság iránti igényeit, kötődéseit, tükrözik és befolyásolják az uralkodó közfelfogást, alakítják az érzéseket és a véleményeket, s igazodnak a kommunikációs hagyományokhoz. A legtöbb politikai karikatúrát a napi meghatározó politikai eseményekkel kapcsolatos vélemények, attitűdök befolyásolására tervezik. Kritikai és morális műfaj, mondta valahol Kaján Tibor, a magyar karikatúra doyenje. Demokratikus körülmények között ez egyértelmű.”



**2. ábra „Egy kaját szagoló jegesmedve kukkant be a turistahajó ablakán a Sarkkör közelében, Svalbard-on”**

A karikatúrákat a magya napilapok ritkán közlik címlapon, ám a hátsó, véleményközlő oldalakon szívesen közölnek egy-egy rajzot. Gyakran a karikatúra szerepét tölti be például a HVG címlapján található montázs vagy rajz, illetve hasonló az indíttatásuk a humoros képeknek, amelyek általában blogokon és közösségi portálokon keresztül jutnak el a célközönséghez (2. ábra). A külföldi lapokban, például a brit *The Times*-ban és annak internetes kiadásában is változatlan népszerűségnek és tiszteletnek örvend a karikatúra, és ehhez méltó helyre is kerül (1. ábra).

2.1. A humor nem direkt módon is megjelenhet a hírközlésekben, vagyis valami valami miatt egyszerűen viccessé válhat. Tulajdonképpen az ide tartozó példák összességét lehetne bakinak is nevezni, legyen szó írásbeli vagy szóbeli közlésről. Mire is gondolok pontosabban? Ha egy hírt nem a megfelelő környezetben helyezzük el, már akkor is könnyen nevetségessé válhat. De adódhat humoros helyzet a rossz szóhasználatból, a mondatkörnyezetből, egyéb nyelvtani hibákból. Azért tartottam fontosnak kitérni erre a véletlenszerű humorforrásra is, mert tény, hogy az emberek – mértékkel bár, de – szeretik a bakikat. Rita D. Jacobs amerikai médiakutató *Szüntelen zaj* című tanulmánya (2002) szerint azért, mert a kezdetektől a töké-

letes szerkesztettségre törekvő médiában egyedül a hibákat vagy látszólagos hibákat érezzük megíratlannak, ilyenformán pedig valódibbnak. Úgy fogalmaz: „Titokban mindannyian kukkolók vagyunk, és a média úgy használja ki alantás ösztöneinket, hogy közben még aktívabb kukkolót farag belőlünk.” Rita D. Jacobs felveti azonban azt a kérdést is, hogy ezek a médiakulisszák titkait láttatni sejtető bakik olykor nem a producerek és hirdetőik által kreált álvalóságok-e. A reklámokban, a szórakoztató-műsorokban (a szakember itt a délutáni televíziós talk-show-k verekedős jeleneteit említi példaként) már megjelentek a kreált bakik, a hírekben még nem. Szinte az egyetlen terep a médiában, amely élő, vagyis egyenes adásban zajlik, ezáltal pedig magában hordozza a természetes tévedés, hibaelkövetés veszélyeit.

Szituációból adódó hiba például, ha az interjúalany leesik a székről élő adásban, mint történt ez Garamvölgyi Lászlóval, az ORFK volt szóvivőjével az InfoRádióban, amikor a keze alatt eltört a karfa. Persze a műsor nevetésbe fulladt, de a profi műsorvezető (aki ma már ismert tévés személyiség) elmondta a nézőknek, hogy mi történt, és ezzel feloldotta a kínos szituációt, a hallgató pedig nem azt érezte, hogy bohóckodnak a műsor készítői, hanem hogy bekukkantott a kulisszák mögé.

Szintén az élő adás sajátossága, hogy az interjúalany esetenként mond valami oda nem illőt, mint az egyik magyar sportoló az elmúlt hetekben, aki azt nyilatkozta az InfoRádióknak, hogy a csapatról csak „latinusokban” tud beszélni. Hát ilyenkor nem nagyon tudunk mást tenni, mint abban bízni, hogy a hallgató majd jól érti, és nem a műsor készítőit nézi teljesen dilettánsnak.

Ugyanígy előfordulhatnak váratlan helyzetek az élő hírolvasásnál, ahol a nyelvbörléstől a hangsúlyozási hibán keresztül a stúdióban bekövetkező apróbb balesetig vagy rendkívüli eseményig bármi előfordulhat. Az egyik InfoRádiós műsorvezető például a Fidesz által a jövő évi költségvetés ellen a Kossuth térre szervezett 2009. őszi demonstrációjáról szóló hír felolvasásakor a második mondatban Kósa Lajos helyett Kossuth Lajost mondott véletlenül. De – példa a szöveggörnyezeti hibákra – az is bakinak számít, ha a közlekedési hírekben az autópályakezelő ügyletесе így fogalmaz: „Átszakította a szalagkorlátot egy autó az M3-as autópálya Gödöllői csomópontjánál délután. Itt még tart a korlátozás.” Természetesen forgalomkorlátozásra és nem a korlát megjavítására gondolt a szakember, mégis hasonló hatást ért el, mint a Vakok és Gyengénlátók Országos Egyesülete nevében nyilatkozó hölgy, aki egy interjúban azt mondta: „A szervezet nem lát semmilyen kiutat ebből a helyzetéből”.

Írásban sem nehéz azonban hibát ejteni, a Magyar Távíráti Iroda 2006. augusztus 30-án kiadott egyik jelentésében a tudósító próbálta elkerülni a szóismétlést, ezért a következőt írta: „Ismeretlen tettesek ellopták a bátorligeti templom és a piricsei temető harangját szerdára virradó éjjel, (...) a mintegy száz kilogrammos, fémből öntött, fordított serleg alakú jeladó eszközt (...)” A szinonimán kívül egyébként maga a téma is hordoz magában némi humort: hogyan tudták észrevétlenül elvinni a haranglábról a fémtolvajok az egymázsás harangot?

2009. október 30-án az MTI azért adott ki javítást az ukrajnai új típusú influenza-vírusról szóló egyik hírre, mert korábban véletlenül azt írta: „Egy ember életét bizonyítottan a H1N1 okozta, a másik 29 esetben még nem állapították meg a végzetes betegség okozóját.”

Egy október 7-én délután kiadott javításban pedig ez jelent meg: „16:51 órakor kiadott (...) anyagunk 7. bekezdése helyesen: Lendvai Ildikó azt mondta, hogy az elmúlt húsz évben az MSZP egyszerre volt Nyers Rezső szelíd, csendes, szívós reformpolitikája, és Gyurcsány Ferenc dinamikus és lobogó reformpolitikája. Az eredeti anyagban: „Nyers Rezső szelíd, csendes, szívó reformpolitikája” szerepelt...

### **Konzekvencia**

A hír műfaja tehát nem zárja ki a humor jelenlétét, ahogyan fordítva sem: a humor jelenléte nem zárja ki a hír hitelességét, ám mindenképpen lazít a híradás szerkezetén, könnyebben befogadhatóvá, kissé személyesebbé is teszi azt. Nem véletlenül éltek ezzel az eszközzel a hírlapírás kezdetén éppúgy, mint napjaink villámgyorsan frissülő weboldalain, blogjaiban. Ahogyan az ember természeténél fogva jobban vonzódik a szórakoztató műsorokhoz, mint a megerőltető figyelmet igénylő programokhoz, úgy az is igaz, hogy szeret néha a keményebb műsorok közben is kizökkenni a megszokott menetrendből, bekukkantani a kulisszák mögé, például meglesni egy elrontást, bakit. Hangsúlyozandó azonban, hogy míg egy-egy ilyen véletlen eset akár népszerűbbé is teheti az adott médiumot vagy médiaszereplőt, a hitelesség megőrzése miatt fontos figyelni arra, hogy a hírközlések során a lehető legritkábban fordulhasson elő hasonló hiba. A szórakoztatás és a nevetségessé válás között ugyanis mérhetetlenül nagy a különbség.

### **Felhasznált irodalom**

- Bajomi-Lázár Péter 2004. Magyar Virtuális Enciklopédia. MTA.  
Gazda Albert 2009. Demokraták, jó éjszakát! Index, november 12.  
Jenei Ágnes 2001. Miből lesz a hír. Médiakutató, nyár, Politika rovat.  
Joób Sándor 2009. Ez a nép már a saját anyjának sem hisz. Index, november 14.  
Szabolcsi Miklós (főszerk.): A magyar sajtó története. II/2. (1867–1892). 1979–1985.  
Martin József 2007. Hírtípusok hatásmechanizmusai és metamorfózisai. Andok Mónika (szerk.): A médiahír mint rítus. Líceum kiadó, Eger. 79–85.  
Jacobs Rita D. 2002. Szüntelen zaj. Médiakutató, ősz. Terror rovat.  
Séra László 2009. A politikai karikatúrák humoros és retorikai elemei, Apertúra, nyár.  
Tények, TV2 2009. november 12.  
Wikipedia English: [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)

### **Képek**

- Gerald Scarfe: A lousy hand. Timesonline.com.uk, 2009. november 15.  
Jegesmedve. Napifix.tumblr.com, 2009 július 10.