

**ACTA
ACADEMIAE PAEDAGOGICAE
AGRIENSIS**

NOVA SERIES TOM. XXXVI.

**SECTIO
COMMUNICATIONIS**

REDIGIT
GYULA H. VARGA



EGER, 2009

**AZ ESZTERHÁZY KÁROLY FŐISKOLA
TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEI**

ÚJ SOROZAT XXXVI. KÖTET

**TANULMÁNYOK
A KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNY
KÖRÉBŐL**

SZERKESZTI
H. VARGA GYULA

EGER, 2009

**ACTA
ACADEMIAE PAEDAGOGICAE
AGRIENSIS**

NOVA SERIES TOM XXXVI.

**SECTIO
COMMUNICATIONIS**

A MÉDIANYELV BULVÁROSODÁSA

**REDIGIT
GYULA H. VARGA**

EGER, 2009

Lektorálta:
Zimányi Árpád

ISBN 978-963-9894-47-1

A kiadásért felelős
az Eszterházy Károly Főiskola rektora
Megjelent az EKF Líceum Kiadó gondozásában
Igazgató: Kis-Tóth Lajos
Felelős szerkesztő: Zimányi Árpád
Műszaki szerkesztő: Balázs László

Megjelent: 2009. december Példányszám: 250

Készült: BVB Nyomda és Kiadó Kft. nyomdájában, Eger
Felelős vezető: Budavári Balázs



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 televízió-csatornákon. 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 (szeriöz/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 érzelmegzaldagság, 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, jólértesültség, 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 példákön 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

I. fejezet

A média új nyelve: a bulvár

H. Varga Gyula

Bulvárosodás a médiában

Sajtónyelv – médianyelv című rendezvényeknek állandó résztvevői a főiskolai hallgatók is, így ezek a tanácskozások didaktikai, módszertani szerepet is betöltenek. Hasonlókat mondhatunk el az előadásokat tartalmazó kötetekről is. Ezért most is egy kis témaelőzetessel kezdjük.

A bulvárosodás eredői

Mint tudjuk, ez a francia eredetű szó a magyarban 'körút, sugárút' jelentésben régóta használatos, ám összetételi előtagként meglehetősen pejoratív értelmet kapott. A Magyar értelmező kéziszótárban (2003) a *bulvárlap* ('nagy példányszámú, szenzációt hajhászó napilap') és a *bulvársajtó* ('bulvárlapok összessége') összetételeket találjuk. Hasonló tömörséggel értelmezi vizsgált szavunkat a Bakos-féle Idegen szavak és kifejezések kéziszótára is: *bulvárirodalom*, *bulvárregény*, *bulvársajtó*: művészi igény nélküli, szenzációt, izgalmat hajszoló írás, sajtó. (Bár vitatható az irodalom és a sajtó egy szócikkben való tárgyalása.) A mai nyelvhasználatban terjed a *bulvár* főnév jelzői szerepű használata, és megjelent a *bulváros* melléknév is (pl. *bulváros stílus*). Mivel a legtöbb magyar szó és kifejezés manapság leginkább a helyesírási szótárakban lelhető fel, nézzük meg, miket vesznek föl szójegyzékeikbe. Helyesírási szabályzatunk szótári részében csak a *bulvár* és a *bulvárlap* szerepel. A Magyar helyesírási szótárban ezek mellett megtaláljuk a *bulvársajtó*, *bulvárszindarab*, *bulvárujságírás* összetételeket is. Az utóbbi alakulat kivételével a felsorolt kifejezések az Osiris-féle Helyesírásban is megvannak, újabb példával nem szolgál számunkra. Szótárainkban nemigen találjuk a következő szavakat: *bulváros*, *bulvárosodik*, *elbulvárosodik*, *(el)bulvárosodás* stb.

A mai értelemben vett bulvárlapok kialakulása a 19. század utolsó harmadára-negyedére tehető. Ekkoriban a polgárosodó nagyvárosok nyüzsgő éltét figyelve néhány laptulajdonos fölismerte, hogy érdekesebb az újságot a városok forgalmas helyein (bulvárokon, pályaudvarok környékén, kávéházakban stb.) árusítani, mint előfizetőket gyűjteni, és hozzájuk eljuttatni a lapot. A bulvárok közönsége azonban igencsak más igényeket támasztott a lappal szemben, nem beszélve az újságolvasás körülményeinek (utcán, villamoson, kávéházban stb.) eltéréseiről. Ehhez hozzájárult

még a népszerűségért, a piacszerzésért folyó harc. Csupán idő kérdése volt, mikor alakul ki a bulvárok sajátos laptípusa, elindítva a tömegsajtót.

A bulvárokon árult lapok, azaz *bulvárlapok* célközönsége rendkívül heterogén volt, s a villamosra várva nem elmélyült elemzéseket várt, hanem gyors és tömör tájékoztatást az eseményekről. A figyelemfelkeltés eszköztárába tartozott a szenzációk, pletykák, félinformációk közlése, a harsány tipográfia, képek, rajzok közlése, színes, erőteljes stílus. A bulvár laptípusa tehát önálló tömegtermékké vált, szembekerülve az értékörző, hagyományos újságírással.¹ És ez a kettősség tart a mai napig. Persze a különbség markánsabbá és differenciáltabbá vált. A versenynek annyi haszna feltétlenül volt, hogy a sajtó általános információforrássá, az újság tömegtermékké vált. Felívelését a rádió megjelenése, majd a televíziózás elterjedése, napjainkban pedig az internet térhódítása törte meg.

Mindezek, kiváltképp az internet terjedésével párhuzamosan a nyomtatott sajtótermékek példányszámának folyamatos csökkenése figyelhető meg, egyedül a bulvárlapok tudták példányszámukat megtartani, sőt, néhány esetben növelni. Ennek tudatában, amúgy mérvadó, úgynevezett komoly lapok is bizonyos mértékű arculatváltásra kényszerülnek, ami egyrészt tördelési stílusváltásban, színes szabadidős mellékletek kiadásában mutatkozik meg, másrészt nagyobb teret szentelnek a könnyed, populáris, „bulváros” híreknek. A kereskedelmi rádiók és televíziók világában is a bulvárjellegű híradások uralják a médiafogyasztói piac több mint a felét.

Vélemények, sztereotípiák a bulvárról

Manapság a bulvárral kapcsolatban meglehetősen ellentétes véleményeket hallunk. Egyfelől tapasztalhatjuk töretlen népszerűségét, jelentős olvasótáborát, másfelől disszonáns hangokat, lekezelő, lenéző véleményeket hallhatunk. Jól kiérződik ez az attitűd az alábbi gyűjteményből. 2008 novemberének közepén a *bulvárstílus* szóra a Google keresője az alábbiakat hozta ki (az első 20 adat, válogatás nélkül, eredeti helyesírással):

1. Nagyon nem tetszik ez a **bulvárstílus**.
2. Egyszerűen nem tudom hová tenni ezt a **bulvárstílust**.
3. Információ szinte semmi, inkább **bulvárstílus**.
4. De mivel a **bulvár stílus** meglehetősen távol áll tőlünk, ...
5. Ez a **bulvárstílus** nem méltó az újsághoz.
6. Ez nem oknyomozó munka, öregem, hanem a legalantasabb **bulvárstílus**.
7. Csakhogy ez a **bulvárstílus** túlságosan is balkáni, ordenáré, túleröltetett, tehát semmiképpen sem neveltet, inkább elszomorít...

¹ Az elterjedtebb *minőségi sajtó*, *minőségi újságírás* megjelölések helyett itt és a továbbiakban a kevésbé lekezelő *hagyományos sajtó*, *hagyományos újságírás* kifejezéseket használom. Pontosabb lenne a *konzervatív* (azaz 'értékörző') *sajtó*, *újságírás* megjelölés, de ez a kifejezés más tartalomra van lefoglalva.

8. ... és mivel ez minőségi újságírással nem megy, ezért jön a **bulvár-stílus**, nem baj, sok parasztnak úgy is jó lesz, csak a pénz jöjjön!
9. Féligazságok, **bulvárstílus** egy magát komoly újságírónak vélő embertől, a lap stílusától távoli, kirívó eltérésről nem is beszélve.
10. A **bulvárstílus** ezeket a határokat feszegeti, és ember legyen a talpán, aki a határon innen marad!
11. Az újságíróként elhelyezkedő fiatalok körében is inkább az olcsó népszerűség hajhászása, az igénytelen **bulvárstílus** dívik.
12. ... rendben, ne legyen szakember a kritikus, de eme hiányosságait ne olyan kétes erényekkel leplezze, mint az agresszivitás és a **bulvárstílus**.
13. Nem feltétlen a **bulvárstílus** felé kellene hajlani már „itt” is, eddig a vidék viszonylag mentes volt.
14. A **bulvárstílus** egyre nagyobb teret nyer a politikai életben is.
15. ... mert akkor még parlamenti közvetítések voltak, és nem uralkodott el mindenben a mocskos **bulvárstílus**!
16. Én mindent megteszek a **bulvárstílus** nélküli tájékoztatásért,
17. A külföldi társaságok versenye a **bulvárstílus** térhódításával fenyeget – mondják a Kirch-csoport szétszedésének ellenzői.
18. A sok hatásvadász elem miatt éppen ez – ami pont a lényege lehetne a műsornak – veszik el a **bulvár stílus** miatt.
19. Legfőbb értéke a könyvnek, hogy nem **bulvárstílusban**, csámcsogva ismereti a népszerű színész nő életútját,
20. Én nem **bulvárstílusban** vitatkoztam, én tizenöt oldalas tanulmányt írtam

A 20 megnyilvánulás mindegyikében egyértelmű a pejoratív, negatív minősítés, a *bulvárstílust* kizárólag elítélőleg használták. A bulvárral kapcsolatos véleményeket, állításokat és sztereotípiákat a következőkben foglalhatjuk össze.

Célközönség. Többek véleménye szerint a bulvártémák iránt érdeklődő olvasók elsősorban a kevésbé iskolázott, alacsonyabb műveltségű társadalmi rétegekből kerülnek ki. Mivel nagy létszámú csoportokról van szó, ezért a bulvárlapok – a profit növelése érdekében – őket célozzák meg. A bulvármédia munkatársai ellenvetésként arra hivatkoznak, hogy őket olvassák, hallgatják, nézik a befogadók, az ő produkcióik iránt van kereslet, illetve igény, s közönségük elvárásainak eleget kell tenniük. Ezzel viszont – szól az ellenérv – rászoktatják őket lényegtelen témákra, a szenzációk hajszolására, leegyszerűsített üzeneteikkel, a szórakoztatás fölértékelésével függővé teszik a közönséget.

Tematika. A bulvár elsősorban szórakoztatni akar, ezért populáris, felszínes, egyszerűsített gondolati tartalmakat közvetít. Olvasóitól nem kíván előismereteket, műveltséget. Nem az olvasókról szól, hanem az olvasókhoz. Nem az ügy, az esemény, annak háttere, összefüggései állnak a középpontban, hanem a dolgok felszínét mutatja be. A látványt. Az írások megértése nem kíván alapos előismereteket, mé-

lyebb összefüggések fölismerését, háttér-információkat. Nem a tipikust, az átlagost mutatja be, hanem a különöst, az egyszerűt. Elsősorban a szenzációkról (botrányokról, katasztrófákról, bűnügyekről) szól

Hatás, érzelmi befolyásolás. A bulvármédia nem az értelemhez szól elsődlegesen, hanem az érzelmekre akar hatni. A gyarló emberi tulajdonságokra épít, az emberi érzelmekre, gyengeségekre (kíváncsiság, szenzációéhség, meghökkentés, nyereségvágy, hiszékenység, vágy, szexualitás, irigység, félelem, tehetetlenség, szánalom, részvét, sajnálat, együttérzés). Ezért gyakoriak a szenzációkról, extrém esetekről, botrányokról, katasztrófákról stb. szóló, különleges vagy ismert emberekkel (mai divatos szóval: celebekkel) kapcsolatos – gyakran felnagyított, eltúlzott – üzenetek.

Stílus, nyelvhasználat. A bulvárstílus értékeléséről az előbb már kaptunk egy kis ízelítőt. Jellemzői közé szokták sorolni az erős stílári értékű szavak és kifejezések használatát, a szűk, kevésbé választékos szókincset, a leegyszerűsített nyelvi formákat, a meghökkentő, „ütős” címeket. Fogalmazására az egyszerűség, célratorés, az első olvasásra (átfutásra) áttekinthető mondat- és szövegszerkezet jellemző.

És még valami: a tabutörést témában, formában, nyelvhasználatban egyaránt. De erről kötetünk második részének több írása is részletesen szól.

Formavilág. A bulváriüzenetek formájukkal, harsány megjelenésükkel is felhívják magukra a figyelmet. Az újságokat a sajátos, a hagyományos lapoktól eltérő tipográfiájuk, színviláguk különbözteti meg, a képek dominanciája, színes fotók, kevés, egyszerű szöveg. A rádió-, főleg pedig a tévéműsorok pörgős tempója, extrém figurái és helyzetei, könnyed, viccelődő műsorvezetői, tegeződő, közvetlen szereplői szintén sajátos jegyeknek számítanak.

Politikai semlegesség. A bulvármédia deklaráltan és látványosan távol tartja magát a politikai elkötelezettségtől, többnyire a politikai témáktól is, politikai függetlenségre törekszik. Ez természetesen nehezen valósítható meg, hisz a politikai erők igyekeznek tematizálni a közéletet, így a bulvár is „rámozdul” ezekre a témákra.

Az elmondottak illusztrálására szolgáljon a következő, az internetről származó összeállítás. „Bulvár heti top” (2008. november 14. péntek):

1. Kipenderítik a Megasztárból a rocknagyt
2. Hetek alatt eltűnt Gabi pocakja
3. Fegyveres harc a Nyugatinál, cigányozás az interneten
4. Michelle Wild: Nomen est Omen
5. Újabb gyermekáldás a csillagok között!
6. Botrány és eltanácsolás a sorozatban!
7. Szerelem Barátok közt
8. Nicole is szerepelt Paris szexvideóján
9. Nóci kiszáll
10. Szilveszter Horvátországban (x)
11. Újabb szereplőt írtak ki a Lostból

12. Playboy Top 10 – minden idők legjobb képei!!!
13. Különvélemény Görög Zitáról
14. Ötös lottó – 45. hét – nem volt telitalálat, jövő héten már 186 millió a tét
15. Jemen tiltakozik a Frei Dosszié miatt

Az elmondottak elsősorban a sajtóhoz köthetők, de a jellemzők többsége – mutatis mutandis – megfigyelhető a többi médiumban is. A rádióban például megjelent – a korábban konszolidált, kissé arisztokratikus és szabványos artikulációjú beszéd ellenhatásaként – a pergő, olykor hadaró gyors beszéd, a mindennapi, bizalmas, szlenget nyelvhasználat és stílus. Nem a bemondó, hanem a műsorvezető kapott nagyobb szerepet, aki nem előre megírt, „papírízű”, azaz írott szöveget olvas föl, hanem rögtönöz. A hétköznapi ember egyszerű, kevésbé iskolázott, ám életszerű beszédét követi.

A televízió részint a filmekkel, szappanoperákkal, főleg pedig a jellegzetesen tévés műfajokkal: a show-kkal, a valóságshow-kkal, valamint a bulváros hírműsorokkal, riportokkal engedte be a bulvárt.

Sajátosan alakult a bulvár–antibulvár viszony az interneten. Mivel a hagyományos újságok kissé nehézkesen találtak rá az internetre, ezzel lehetőséget hagytak az online lapoknak a kibontakozására. Előbb az Internetto, majd utódai, az Index és az Origo indultak, s teremtették meg az online újságírást. Modellt alkottak, és szinte máig tematizálják az online sajtót. Ami a bulvárt illeti, azt mondhatjuk, hogy a neten nincs bulvár és minőségi újságírás, hanem a kettőnek valamiféle keveréke jött létre. Az internet bulvárválasztékát részletezi a következő táblázat

Bulvár az interneten (2008. november 17.)

Hazai bulvárlapok	Bulvárhírek	Tiniújságok	Női témák
Best	A legfrissebb	Ifjúsági Magazin	HölgyFórum
Blikk	bulvárhírek (tipp)	BRAVO	Kiskegyed Online
Bors	ökörSZEM (tipp)		Nők Lapja
Bravo	Index	Partik + képek	Nana.hu
Bulváros	BulvárInfoRadio	BuliBlikk.hu	Femina – bulvár
Helyi Téma	MTI Magazinstop!	Bulifigyelő	kendőzetlenül
Juj.hu	Mozaik	Mellesleg	Elite Magazin
Napi Ász	Ma.hu Bulvár	partiképek	InterNő Magazin
Story Online	MTV Retikül	Partypeople.hu	Női Portál
Velvet	HírTv Színes	Partyanimals.hu	Nőivonal.hu
	Magyar Online	Baranya megyei	Nőinet.hu
	Bulvár	bulifotók	Guminó
	Sztárhírek	Bács-Kiskun	Csajok magazin
	Bulvár és sport	megyei bulifotók	Honey
	BulvarSport	Békés megyei	Metropolita
	Samsungsport.hu	bulifotók	
	Juniorsport -		
	Sztártinik		

is talált benne alkalmazható elemeket.) Kialakításában a televízió járt az élen, de fölzárkózott hozzá a rádió is. Mégis a televízió formálta ki azokat az új műsorfajtákat – mindenekelőtt a show legkülönbözőbb változatait –, amelyek alkalmasnak bizonyultak a hírműsorok ilyen irányú „megújításához”. Az infotainment velejárója a bulvártémák beemelése, a látványelemek alkalmazása, az események, szerkezeti egységek felgyorsított, pörgős, tömörített bemutatása. Benne a lényegtelen információk keverednek a lényegesekkel, az érdekes hírek háttérbe szorítják a fontosakat, így ezekből a műsorokból már nem a tényleges valóság jelenik meg a befogadó számára, hanem a média által kreált világ.

A bulvár és a hagyományos újságírás eltávolodott egymástól, hiszen eltérnek alapvető kommunikációs stratégiájukban. A folyamatos pozícióvesztés a hagyományos média szereplőit is taktikai és stratégiai változtatásra kényszerítette. Ez pedig abban állt, hogy a bulvár hatásos eszközeit kezdte átvenni, s megindult a bulvárosodás útján. Aztán már nem volt megállás. A folyamatot s a jelenséget bulvárosodásnak vagy – kevésbé bántóan – tabloidizálódásnak nevezi a szakirodalom. Ezzel a hagyományos és a bulvármédiát elválasztó határvonal elmosódott, témavilágában és eljárásaiban több minőségi lap, rádió, televízió is egyre jobban elbulvárosodik.

A bulvárosodás természetesen kihat a befogadói ízlésre, befogadói attitűdökre, s újragrjesztve közönségigényként jelenik meg. S minthogy ez alól a közélet szereplői sem tudják kivonni magukat, társadalmi közízlést és normát alakítanak. Egy példával élve: a Magyarországon viszonylag rövid lefutású valóságshow-mánia hónapokon át tematizálta, ellentétes vélemények ütköztetésével irányította szinte a teljes magyar médiaszektort és a társadalom jelentős részét. Mintát teremtett arra, hogyan lehet különösebb tehetség és felkészültség nélkül, középszerűként ismertté, sztárrá lenni, egyszóval kiemelkedni a hétköznapi szürkeségből. (Azóta ebből a sztár csinálásból persze már számtalan példát láttunk.)

A politika és a közélet eseményeiből is akkor lesz médiaesemény, ha annak szenzációértéke van. Tudják ezt a közélet szereplői is, valamennyien tanúi lehettünk az elmúlt években több olyan botránynak, amely a közélet színpadán zajlott, közéleti szereplőkkel. Igaz, van ezeknek morális hozadékuk is, ám a legtöbb ilyen „játék” több fölösleges vagy lényegtelen információt terít, mint mély összefüggéseket, sőt, legtöbbször „elalszik” az esemény végkifejlet nélkül.

De ez már másfelé vezetne...

Ezzel zárom bevezetőmet, következzenek a tanulmányok.

Felhasznált irodalom

Bulvársajtó. Elérhető: <http://hu.wikipedia.org/wiki/Bulv%C3%A1rsajt%C3%B3>

Letöltve: 2008.11.10.

Buzinkay Géza 1997. Bulvárlapok a pesti utcán. In: Budapesti Negyed 2-3: 31–44.

- Császi Lajos 2003. A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle* 2. 157–179.
- Gulyás Ágnes 2000. Bulvárlapok a rendszerváltás utáni Magyarországon. *Médiakutató*, ősz.
- Kéri László 2003. Nyilvánosság az új évtized elején. In: *Médiakönyv. Tények és tanok.* (Szerk.: Enyedi Nagy – Polyák – Sarkady) I, 31–47.
- Kiss Balázs 2003. Kampány és tabloidizáció. A perszonalizáció jelensége. In: *Sárközy–Schleicher* 9–41.

Andok Mónika

A bulvár mint kód

A *bulvár* igazi tartalma az a mód, ahogy értelmezi és megformálja a világot. Kétségtelen, hogy a 21. században ez a világ és a lét megértésének egyik bevett formája, bár azt semmiképpen nem állíthatjuk, hogy a legsikeresebb. Hogy miként jutott el idáig a bulvár történelmi és társadalmi szempontból, arra keresem a választ tanulmányomban.

1. Történet: más idők – más kódok

Témánk esetében a történelmi kitekintést azért tartom megkerülhetetlennek, mert a bulvár rendkívül szoros kapcsolatban áll a modern tömegtársadalmak életfeltételeivel. Ezzel kapcsolatban két dolgot állíthatunk biztosan, az egyik, hogy korábban is létezett. A „korábban” alatt azt értve, hogy mióta a magyar nyelvű könyv-, pontosabban kalendáriumkiadás megkezdődött. Már az 1670-es években megjelent kalendáriumokban is olvashatunk földrengésekről, tűzvészekről, szörnyű bűncselekményekről (Andok 2005). Ám – és ez lesz a második dolog, amit állítok – más társadalmi kontextusba ágyazottan jelentek meg ezek a bulvárhírek, s emiatt más kód alapján értelmezték őket, következésképpen mást jelentettek az olvasóközönség számára. A 19. század végéig egy nem szekularizált társadalom, egy nem szekularizált olvasóközönség létezett, amelynek a világertelmezésébe alapvetően beletartozott a morális aspektus. Tehát ilyen értelmezési keretben olvasták a bulvártematikájú írásokat is. Sőt nemcsak ilyen kóddal olvasták, de ilyennel is hozták létre. A megfogalmazás, prezentálás módjában is benne volt a morális ítélet szükségessége, annak megkerülhetetlen volta. Nézzünk erre két példát a Magyar Hírmondó 1784-es, illetve 1787-es számaiból! (Közli: Andok 2008.)

„A történetírásokban, a mi részünkről, akik azokat olvassuk, az esetek azért vagynak feljegyezve, hogy ami jó és szép benne, azt kövessük, ami pedig gonosz, attól irtózva távozzunk. Azoknak részünkről pedig, akikről írnak, azért írnak, hogy a jó dicső jutalmát vegye nemes cselekedetének még a később nyomnál is, a gonosz pedig méltó gyalázzal büntetődjék.” (Magyar Hírmondó 1784. január 17.)

„A nem ember

Írtózik a pennánk, de kötelessége, hogy mind a kedves, mind a kedvetlen dolgokat megírja. Itt Pósonban ma vala egy irtóztató tragédia, a théatrom volt egy álláson

a Sz. Mihály piacán, és a fő aktorok egy asszony és két hóhérinas valának. Ez az asszony apját, anyját és ártatlan fiacskáját méreggel elvesztvén és utoljára férjét is megfojtván, arra ítéltetett, hogy három nap egymás után 50, 50 pálcát vágván fenekére, ha megél utána, az alsó tömlőcbe vason, száraz kenyéren és vizen haláláig raboskodjék. *Kikérem kedves olvasómtól, hogy minekutána elolvasták ezen emberi természet ellen való hallatlan cselekedeteket, azon igyekezzenek, hogy róla többé meg ne emlékezzenek. Mert ennek iszonyúsága a csendes, annyival inkább a gyenge asszonyi érzékenységeknek könnyen ártalmat szülhetne.* N. B. a legelső aktor vala ezen asszonynak a szeretője, ki az asszony férjének halálában részes lévén, az asszony előtt 50 pálcát szenvedé. ¹” (Kiemelés A. M.)

Nézzük meg, a mai társadalmi keretben a szekularizált kódokkal élő bulvármédia miként tálal egy hasonló történetet!

„Hűtőben tárolta gyermekeit az alkoholbeteg asszony

Az amstetteni rém botránya után (sic!) újabb horrorház *titkára derült fény*, ezúttal a németországi Wendenben. ... A bíróság első fokon tizenöt évre ítélte, de ügyvédje *további orvosi vizsgálatokat követel.*” (Bors 2008. 11. 12. P.: 16.)

Míg a 18. századi szöveg esetében a tett szörnyűségén és a büntetés méltó voltán a hangsúly, addig a kortárs szövegben a titokgyártáson (mely a bulvármédia oly kedvelt sajátossága) és a bűnös esetleges mentális problémáin. Ez utóbbi elemhez szorosan kapcsolódik, hogy a 20. század végétől kezdve folyamatosan problematizálódott a bűn fogalma a médiadiskurzusban, a médiaprezentációban. (Andok 2008)

Mindezzel együtt azt is állítottam, hogy a bulvár előretörése kapcsolatban van a modern tömegtársadalmak életfeltételeivel. Értve ezen, hogy az első igazi bulvárlapok a 19–20. század fordulóján jelentek meg. Nagyon árulkodó ez a dátum!

Létrejönnek a nagyvárosok, a nagyvárosi lét, a nagyvárosi tömegközlekedés. Buzinkay Géza írja: „A tömeg mint célpont jelen volt. A főváros fő útvonalain egy évtized alatt megnégyszereződött a közlekedési eszközök utasainak száma: 1896-ban már összesen 71,1 millió utas közlekedett – ami megközelítette a napi 200.000 főt. Számukra készíteni lapot: Ez a nagyváros új kihívása.” (Buzinkay, 1997, 83.) Megjelent a tömegolvasó, akinek egy helyijárat-utazásnyi idő állt rendelkezésére egy lap *végigfutására*. Valószínűleg ehhez igazodhatott a lap *tabloid* mérete is.

Ebben az időben – a 19. század végén – megnő az írni-olvasni tudás aránya, éppen a városokba áramló egykori vidéki lakosság körében. Városi, de nem polgári származású lakosság számára, az ő kulturális kódjaik alapján a bulvár lesz elérhető, otthonos. A bulvár mutatja meg a világot úgy, ahogy azt a régi közösségében megszokta, megtanulta. Csak itt nem a szomszédék Mancikájáról pletykálnak a kispadon, hanem Blaha Lujzáról a körfolyosón.

¹ Magyar Hírmondó 1787. aug. 7. (Kókay szerk. 1981, 196.)

2. Szignifikáció: más kultúra – más kód

Mindannyian társadalmi lények vagyunk, de nem egyformán, nem egyforma módon. Társadalmi háttérünk, mentális adottságaink, később pedig társadalmi pozícióink erősebben befolyásol minket, mint azt az identitásválasztás képviselői láttatják vagy hinni vélik. „... statisztikailag nézve nem mindenkinek ugyanaz az esélye arra, hogy kedvelje például a klasszikus zenét” (Gripsrud 2007, 66). Vagyis kultúránk nem minden aspektusában közös. A kultúra azonos kódokra épülő közösség. A kódok ismerete egy tudásforma (de nem személyes tudás, hanem interszubjektív), mely biztosítja számunkra az otthonosság érzését egy kultúrában, egy közösségben.

A kommunikációelmélet oldaláról a kódok szignifikációs rendszerek. Azt a módot adják meg, hogy egy közösség számára egy érzékszervileg felfogható modalitás valamely változása a kommunikáció szignifikánsává, a valóság egy darabja pedig szignifikátummá lehet (Horányi 1999, 69). Ez alapján azt mondhatjuk, hogy jelölési rendszerként és nem szabályrendszerként határoztuk meg a kódot. S itt a jelölési rendszert kell aláhúzni. (Andok 2007.) A bulvár-, illetve a szeriöz-újságírás más-más jelölési rendszer, más-más kulturális kód. Máshogy értelmezi a világot az egyik, máshogy a másik. Mint kulturális kódok szabályozzák már a hírré válás folyamatát is, az elvárasi horizontot. Mi mindenben különböznek:

	Bulvárújságírás	Szeriöz-újságírás
Szerkesztőségi háttér, újságírói végzettség, újságírói szocializáció	Kevesebb a magasan kvalifikált újságíró, kevésbé hierarchizált a szerkesztőség.	Több magasan képzett újságíró, hierarchizáltabb szerkesztőség.
Tematikus szelekció	3S – John Ryan alapján: skandalum, szexualitás és a sport	Politika, gazdaság, kultúra, a tágabb közélet színterei
Prezentálási mód: vizuális és verbális (stílus)	Személyes, egyszerű hangvétel. Sok helyesírási, nyelvhelyességi hiba. Attraktív külső megjelenés. A szemnek szóló fogyasztás. Inverz szöveg megjelenítés.	A tónus hivatalos, komoly, személytelen. Kevésbé látványos layout.
Szerkesztői cél/hatás	Érzelmekre hat, szórakoztat, drámai hatás jellemzi.	Értelemre kíván hatni, egyfajta döntés-előkészítő szerepet vállal a sajtó, a felelős állampolgárok életében. Komolyan veszi az emberi problémákat, és méltóságteljesen közelít az emberi léthez.

Olvasási mód	Az olvasók élményfogyasztók, szórakoztatást várnak: nevetést vagy sírást. Elaboráció valószínűsége: nem az üzenetről, inkább a felvetett témáról gondolkodnak. Gondolkodás nélküli reagálás: a címben szereplő hívószó egy forgatókönyvet mozgósít az olvasás során.	Az olvasók hisznek abban, hogy létezik objektivitás, objektív igazság. Nem szórakoztatást, hanem komolyságot várnak. Elaboráció valószínűsége: nem csak a témáról, inkább az üzenetről gondolkodnak. Távolságtartó, analitikus.
Olvasó	Kevésbé képzett, Nem él a hermeneutikai önreflexió, tudatos értelmezési folyamat lehetőségével. Kevésbé fejlett nyelvhasználat jellemzi.	Képzett. Hermeneutikai önreflexió jellemzi. Fejlett nyelvhasználat jellemzi.
Kulturális kontextus	Populáris kultúrába ágyazottan jelenik meg.	A magaskultúrába ágyazottan jelenik meg.

3. Átjárhatóság

A két megjelenítési mód nem zárja ki egymást, sőt átjárhatóság van közöttük. De az átjárhatóság csak egyirányú. A nagyobb műveltségű emberek nyitottak a populáris kultúra befogadására. Az alacsonyabb műveltségűek számára nem áll rendelkezése sem a fogalmi készlet sem a kódrendszer.

Három dolog áll ennek háttérben:

a) Az a fajta *hétköznapi öröm és érzelmegazdagság* (Eco), mely a populáris kultúrát jellemzi, az számukra is szórakoztató. De itt is jelen van az önreflexió, vagyis képesek a népszerű kultúra területén szerzett élmények leírására és kiértékelésére.

b) Megvan hozzá a *kulturális tudás*. Ugyanis a populáris kultúra kódjai nem különösebben bonyolultak. A kulturális tőke – nyilvánvaló előny. Az ízlés általánosabb kognitív képességekkel is kapcsolatban áll.

Analógiaként a szociolingvisztikából oly jól ismert Basil Bernstein korlátozott kód – kidolgozott kód párosát említhetném, ahol a kidolgozott kód birtokosai értik a korlátozott kódot is. De fordítva ez nem igaz.

c) Mivel a legtöbb szöveg poliszemantikus, ezért élhetnek a *domináns* olvasat – ellenzéki olvasat játékkal. Bár Stuart Hall² ezt eredetileg a magas kultúra domináns

² Eredeti mű: Hall, Stuart: Encoding and Decoding in Television Discourse. 1973. Később: uó: Encoding/Decoding 1980. Hall (ed.): Culture, Media, Language. London: Hutchinson, pp.128–138.

olvasata és az azt kétségbevonó szubkultúra ellenzéki olvasatára dolgozta ki, úgy vélem, minden további nélkül alkalmazható populáris kultúrabeli domináns olvasat és magas kulturális ellenzéki olvasat diszpozícióra. Ez esetben a magas kultúra kódjai alapján többnyire paródiát fogunk olvasni – ami szórakoztató.

Nem jellemző viszont a nyitottság vagy az átjárhatóság a bulvár felől a szerző-újságírás és ezen keresztül viláértelmezés felé. Míg a magasabb kulturális tudás ajtót nyit a magas és a populáris kultúra felé, „...másoknak viszont meg kell elégedniük egyetlen ajtóval, vagyis csak a populáris kultúrával. Nekik többnyire a megfelelő nyelv sem áll rendelkezésükre, hogy élményeiket kifejezésre juttassák. És bár természetesen jól meg lehet lenni e nyelv nélkül, aligha állíthatnánk, hogy ez előnyt jelentene.” (Gripsrud, 2007, 94.)

A kultúrakutatás mai álláspontja szerint szerencsésebb, ha nem társítunk értékítéleteket a kultúra különböző szeleteihez, csupán leíró módon viszonyulunk hozzájuk. Az egyik ilyen, a másik meg amolyan. Hogy számomra miért jobb mégis a magasabb kulturális tájékozottság és tudás, azzal kapcsolatban hadd idézzem Michel Foucault-ot:

„A tudás lelki kaland és lelki átváltozás. Az, aki tud, nem egyszerűen abban különbözik attól, aki nem tud, hogy ő ismer bizonyos dolgokat, hanem hogy ez az ember már nem ugyanaz. Más szavakkal kifejezve: a tudás az, amely magát a szubjektivitást változtatja meg annál, aki tud.” (Foucault idézi Gripsrud, 2007, 142.)

Felhasznált szakirodalom

- Andok Mónika 2005. A bulvár-tabloid hírek a magyar sajtóban 1780-tól. In: Ivaskó Livia (szerk.): *Érthető kommunikáció*. Szegedi Tudományegyetem Médiatudományi Tanszék, Szeged. 4–14.
- Andok Mónika 2007. Kódok a konvencionalitás és a kulturalitás erőterében. In: *Tanulmányok a kommunikációkutatás köréből*. (Szerk.: H. Varga Gyula) Líceum Kiadó, Eger. 146–151.
- Andok Mónika 2008. A hír mint szövegtípus történeti kialakulása. In: *Szöveg, szövegtípus, nyelvtan. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához*. (Szerk. Tátrai Szilárd, Tolcsvai Nagy Gábor) Tinta Könyvkiadó, Budapest. 113–126.
- Buzinkay Géza 1997. Bulvárlapok a pesti utcán. *Budapesti Negyed*, 1997 nyár-ősz. 31–44.
- Fiske, John 1989. *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Gripsrud, Jostein 2007. *Médiakultúra, médiatársadalom*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest.
- Horányi Özséb 1999. A személyközi kommunikációról. In: Béres István – Horányi Özséb: *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó, Budapest. 57–86.
- Síklaki István 1997. A főcímek demagógiája. In: *Jel-kép* 2. sz. 97–112.

Internetes szakirodalom

- Biressi, Anita – Nann, Heather: The Tabloid Culture. <http://www.roehampton.openrepository.com/roehampton/bitstream/10142/19176/1/02-biressi-text1.pdf>
- Glynn, Kevin Tabloid Television. <http://www.museum.tv/archives/etv/T/htmlT/tabloidtelev/tabloidtelev.htm>
- Does tabloid journalism evaluate the art of storytelling at the expense of the public role of journalism? <http://shwet.wordpress.com/2007/06/01/does-tabloid-journalism-evaluate-the-art-of-storytelling-at-the-expense-of-the-public-role-of-journalism/> (letöltés: 2008. 10. 25.)

Balázs Géza

Az örömelven működő bulvársajtó nyelve*

A celebműsor egyik vezetője megállapítja: „Volt egy kis csokiszag a levegőben”. Tényleg, mintha áradna valami a médiakanálisok felől. Töprengésem tárgya a bulvársajtó és bulvármédia nyelve. Mint antropológus nyelvészhez illik: a kitűzött cél semleges, sőt inkább szeretnivaló, émikus (élményközeli). A bulvárt és persze nyelvét lehet szeretni. A bulvár örömforrás. De milyen?

Kortünet, hogy a sajtó bulvárosodik, a média kommercializálódik. A nyelvhasználat ugyanúgy. A bulvárt sokan olvassák, többen olvassák, mint az ún. „minőség”, szeriöz lapokat! A hasonló a hasonlóknak örvend elve alapján egyre jobban hasonlítanak egymásra a lapok, a rádió- és tévéműsorok. Mindenütt ugyanazok a szereplők, ugyanazok a manírok, ugyanaz a nyelvhasználat.

Biztos van valami titka a bulvárosodásnak. A titok: az ember evolúciós sajátossága: a lehető legkisebb energiabefektetésre és az ellentmondás-mentességre való törekvés. A homeosztatisz állapot, amelyet most nevezhetünk boldog, súlytalan lebegésnek is, az ember harmóniakereső vágyának az eredménye. Az ember vágyaiban leginkább az szerepel, hogy naphosszat heverjen egy illatos tavaszi réten, gondtalanul majszolgasson alpesi csokoládét, legyezgesse egy kis erotika, legföljebb egy csipet szexszel, fogyasszon „lájtos” gyümölcs- vagy szeszes italokat, „bealudjon”, bulvárregényt és bulvársajtót olvasson, habkönnyű kereskedelmi műsorokat nézzon, benne jó nőket és pasikat, trendi ruhákat, kocsikat; érezze a bódító illatokat, az öblítőszeres pihe-puha légységét, és lakása legyen egy lakóparkban, a kék Duna mellett, jachtkikötővel.

Ezt a vágyat a Sigmund Freud által leírt boldogságelv mozgatja: „mi az, amit maga az ember ismer el magatartásával élete céljának és szándékának, hogy mit követel az élettől, mit akar benne elérni... boldogságra tör, boldog akar lenni, és úgy maradni... Észrevehető, hogy egyszerűen az örömelv programja az, mely az életcélt kiszabja.” (S. Freud esszé. Gondolat, 1982. 340.)

Miért és hogyan szolgálja a bulvársajtó, valamint nyelvhasználata az örömelvet?

Például úgy, hogy tematikájában emberi ösztönökre épít: szerelem, erotika, szex, étkezés, játék, szórakozás. Ehhez álmokat teremt: szex & New York & celebek. A

* Előadás formájában elhangzott 2008. november 15-én A média új nyelve: a bulvár című konferencián; első megjelenése: Trefort-kert, II/1.

bulvár tematikája voltaképpen egy metamédia-tematika, vagyis „média a médiáról” világ. Nyelvészeti értelemben többszörös tükrözés, amely az elemezhetetlenségig torzítja a valóságot.

A bulvár már ismert vagy könnyen fogyasztható sémákat kínál. Szájba rágott étel. Gyorsétterem. A sematikus ábrázolásmódot nyelvi értelemben a grammatikai és stilisztikai eszközök egyoldalúsága, a jelentések egyértelműsége, a metaforákban és metonímiákban, vagyis az átvitelekben való szegénység, egyúttal azonban a gyorsaság, a „turbónyelv” jellemzi.

A bulvár egyszerűsít. A világ kaotikus, bonyolult, kiismerhetetlen, a bulvársajtó világa viszont habkönnyű, rózsaszín, konfliktusszegény; gyorsan oldódik, mint egy pezsoátabletta; nincs idő a fejfájásra. Nem bántja mélyebb összefüggés, előzmény és következmény, a pillanat, a mozzanat a lényeg: „elköltözött/talán elköltözött/gondolkodik azon, hogy elköltözzön/megfontolja, hogy visszaköltözzön/visszaköltözött”. A nyelvi egyszerűsítésre is hozhatunk példát. Egy mondás szerint a sportriporterek összesen száz szót tudnak... Ez persze túlzás, de a sportújságot olvasva, a sportközvetítéseket hallgatva, tényleg úgy tűnik, hogy nagyon behatárolt a szókészlet. Más kérdés, hogy azt a kevés szót viszont remekül keverik. A bulvár beszédmód leereszkedő, s laptól függően a 10-14 éves gyermekek nyelvi világához közelítő. Ebben nincs semmi szégyellnivaló, mert a retorikakönyvek szerint az amerikai elnökök beszédmódja évtizedek alatt a 20 évesekre belőtt beszédmódról a 8-10 évesekére csökkent. Talán ezért választanak egyes politikusok szóvivőket a bulvár világából?

A bulvár arra alapoz, hogy az ember vágyik a pillanat örömére. A bulvár képes megállítani az időt, és képes nyújtani a pillanat élményét. Erre a nyelvben a közhelyek, valamint a korjellemző szavak („trendi szavak”) lehetnének a legjobb bizonyítékok. Így lett a felkapott emberből sztár, majd szupersztár, megasztár, gigasztár, most pedig celeb; a szimbolikusból emblematikus, most pedig ikonikus, sőt ikon.

A bulvársajtó megadja a részvétel örömét, mert az ember szeret benne lenni az eseményekben. Az elemző, értékelő sajtóra a post festa(m) (az ünnep utáni) életérzés a jellemző; bölcsészkedő széplelkeknek való öröm csupán. Az „itt és most”-ra legjobb nyelvi példák a bejáratott nevek. Izgalmat kelt, ha azt hallják, hogy Stahl Judit, Stohl András vagy Stihl-fűrész.

Az ember szeret felszabadult lenni. A bulvár humorral ajándékoz meg. Bármiből képes humort csinálni. Pl. „A képviselőknek nem lesz hely a föld alatt”. Nem arról van szó, hogy nem temetik el őket (ősi szokással ütköznék a tett), hanem arról, hogy a Parlament elé épülő mélygarázsban nem biztosítanak nekik helyet. (Kiszólás: nem hiszem.)

Örömet jelent a tabutörés is. A tabuk korlátozzák az egyén és a közösség életét – nyilván jól fölfogott gazdasági, ökológiai, szociális stb. okokból. A tabuk feszegetése vagy átlépése öröm, mert a szabadság érzetét kelti. A nyelvhasználatban ezt mutatja a nyelvtabu-törés. Volt időszak, hogy azt vallották: „Nem túri a nyomdafes-

ték”. A bulvárban most már csaknem mindent tőr a nyomdafesték. A tabutörésnek persze fokozatai vannak. A „négybetűsnek” mondott szavak szinonimái vagy körülírásai: „fajfenntartásra utaló szó”, vagy elferdült változatok: *cseszd meg, wazzeg*. A beszédmód alapja a szleng. Előbb a bulvárban tört utat magának, a blogtérben viszont már kötelezővé vált. „Anyázás nélkül nem kezdődhet cikk” – gondolom ez az Index jelmondata.

Valljuk be, van egy (két...) hibánk. Szeretünk kukkolni. Vagy intimpistáskodni. A bulvár megadja a kukkolás élményét, bepillantani az intimszférába, ahol kivillan a hasihusi vagy a segghusi. (Kiszólás: Gömöri György szómagyarításai.)

Az ember kapcsolatait folyamatosan gondolja, ráadásul vágya, hogy őt is folyamatosan ápolják. Ezt a jelenséget az etológiában kurkászásnak, bolházásnak nevezik, az antropológiai irodalomban fatikus rítusnak, beszédnek, amelynek legfőbb műfaja a pletyka. A pletyka a bulvár örök forrása és terméke. A bulvár maga a fatikus beszéd. Követése után konstatáljuk: nem tudtunk meg semmit. A fatikus beszéd lényege, hogy nem szól semmiről, pontosabban semmiségekről szól, időjárásról, öltözködésről, kedélyállapotról, egészségről, testsúlyról... Ez azonban csak azok számára üresség, puszta szócséplés, fecsegés, akik még megszokták, hogy a sajtó információkat is tud közölni. Ha arra gondolunk, hogy Náncsi néni és Mári néni miről beszélgetnek a kispadon: „jár a szájuk, mint a rokka, letyepetye, lepetye”, nos akkor nem csalódunk a bulvársajtóban. Náncsi és Mári nénik is az örömbeszédnek áldoznak, locsognak, pletykálnak, kevés újat mondanak, szentenciáztatnak... s ugyanezt teszi most már kicsit fejlettebb technikával és bulvárnnyelven a bulvár is.

Biztonságérzetet, ezért örömet kelt az emberben az ismétlés, az ismerőség is. Öröm a rím, a ritmus, a tánc. A bulvár kedvenc módszere az ismétlés: visszatérés régi témákra. Minden újszülött számára minden bulvárhír új. Ki az a Feri, Kati, a Kovács család? Nem tudja. De ha egy részt elolvas, akkor a „folytatásban” (modern időjárási szakkifejezés) már tudja és hiányolja Ferit, a lócsiszárt, Katit, a fodrászt, valamint a Kovács családot Médiafalváról. Mert ők már az ő ismerősei...

Tehát a bulvársajtó (és rokona a kommersz média) sokat tud az ember vágyairól, örömelvűségéről, és folyamatosan arra törekszik, hogy ezt kiszolgálja. A sajtó, a média az egyoldalú, száraz politikai, gazdasági, kulturális információs szolgáltatásából folyamatosan elmozdul az örömelvűség felé. Fontosabb a politikus hajviselete, mint ami alatta van.

Mint jeleztem, nem kívánom föltétlenül ostorozni bulvárt, a siránkozó és médiapesszimista (nálunk pluszban hungaropesszimista) értelmiségi attitűdje pedig távol áll tőlem. Csak megfigyelek, elemzek, ráadásul nyelvi anyagon, mert antropológus nyelvész volnék, és utána értékelek, mert népemért, kultúramért, anyanyelvemért elkötelezett vagyok. Freudtól indultunk, kezdjük az értékelést is vele: „Úgy tűnik, nem vitás, hogy nem érezzük jól magunkat mai kultúránkban...” (Freud i. m. 353.) Hm, igaza van. Mivel nem érezzük jól magunkat, boldogságkeresésbe fogunk.

Ha nem találjuk a boldogságot, jönnek a pótszerek, a gondúzők. „A kábítószer hatását a boldogságért folytatott harcban és a lelki nyomor távoltartásában annyira jótéteményként méltányolják, hogy mind egyedek, mind népek libidóháztartásában állandó helyet foglalt el... a gondúzők segítségével az ember minden időben kivonhatja magát a valóság kényszere alól és egy saját világban jobb érzetfeltételek mellett oltalmat találhat.” (Freud i. m. 342–343.) A „más gondúzőn” most ne a borocskát értsük („öt nem bántjuk”): „Különösen figyelmet érdemel az az eset, mikor az emberek nagyobb része közösen azon kísérletezik, hogy a valóság eszelős átalakításával biztosítsák boldogságukat és a bajtó való védelmet maguk számára.” (Freud i. m. 345.) Freud nem a bulvárra gondolt, amikor ezeket a sorokat leírta, de véletlenül (véletlenül?) tökéletesen ráillik. Fontos a „közösen” módhatározó. Az emberek „közösen kísérleteznek a valóság esztelen átalakítására...” Az egyes embereknek, vagy mondjuk úgy, az emberek egy csoportjának ugyanis van más módszere: „Legtöbbet akkor ér el az ember, ha a pszichés és intellektuális forrásokból eredő örömyerést kellően képes fokozni. Nekik a sors keveset árthat. Effajta kielégülések, mint a művészek öröme az alkotásban, fantáziaképeik megtestesítésében, a kutatóké problémák megoldásában és a valóság felismerésében különös kvalitással rendelkeznek és bizonyos, hogy egy szép napon képesek leszünk ennek metapszichológiai jellemzését adni.” (Freud 1982: 344.)

Sikerült azóta megnevezni azt az erőt, amely a külvilágtól függetlenítheti az embert. Ez a flow vagy áramlás. Csíkszentmihályi szerint a flow-élmények spontán cselekedetek, amelyeknek végzése közben az ember úgy érzi, hogy időn, téren kívül kerül, mintha egy áramlat ragadta volna magával. Ezt érzik az emberek kedvvel végzett éneklés, táncolás, sportolás, egy jó könyv olvasása, e dolgozat írása (bizony éjfél tájban), szerelem és nem föltétlenül csak szerelmeskedés közben, de ugyanilyen érzést élünk át, ha megjavítottuk a kerékpárt, vagy ha szépen rendbetettük a konyhát. A flow kiemeli az embert az unalmas hétköznapokról – persze csak akkor, ha képes a lebegésre. Mert a konyha rendbetétele sokunk számára mégiscsak rabszolgamunka, annak az ócska kerékpárnak már ismét kidurrant a kereke, unom már ezt az állandó „találkozgatást”, térjünk már a lényegre! Ezek nem vezetnek flow-élményhez. A flow lehetősége bennünk van, minden embert megérint, de nem biztos, hogy felfigyelünk rá, és tönkre is tehetjük magunkban.

A flow-ban eltűnnek a mindennapok gondjai, bajai, elmenekülhetünk a hétköznapok gondjai elől, vagyis emberi, intellektuális tevékenységeink okozzák az örömet. A flow és az örömméret között kapcsolat van. (Csíkszentmihályi Mihály: A fejlődés útjai. Nyitott Könyvműhely, Budapest, 2007. 236.) Csakhogy van jó és rossz flow! A jó flow kreativitásra serkent, előrevisz, felszabadít, a rossz flow, a flow-nak mímélése, utánzása azonban leépít: „A mérhetetlen mennyiségű popzenei felvétel, a sok videofilm, a tévéműsorok, a mozifilmek, a ponyvaregények és a bulvár szennylapok hihetetlen méretű figyelmet vonnak maguk felé. Az izgalom képzetét keltik az

agyban, de csak addig, amíg nincs szükség semmiféle képességre, s úgy használják az emberek pszichikus energiáját, hogy közben nem növelik az egyén komplexitását.” (Csíkszentmihályi i. m. 246.)

Itt tértünk vissza a bulvárhoz! A bulvárral nem az a baj, hogy ösztöntematikája van, sematikus-leegyszerűsítő, hogy terjeszti a pillanatnyiség-eseményközbeniség, a nevetés, a tabutörés, a kukkolás, a fatikusság és az ismétlés kultúráját, s velük által, mint minden jó kapitalista termék, Mammont szolgálja (bár azért ez is baj egy kicsit), hanem az a baj, hogy iparilag beavatkozik az emberiség kulturális evolúciójába. Ami lehetne bennünk jó, és előrevivő, komplexebbé tevő, azt ugyanazon örömev alapján megfordítja, átfordítja a maga javára, vagyis mint Faust, szövetséget kötött az ördöggel, az evilági gyors kielégülések szolgálatára. A maga helyén és mennyiségében a bulvár ártalmatlan: olvassák Önök is nyugodtan a sztorilapot és a Kezicsókolomot minden nyáron kedvesük mellett heverészve a Balaton partján. Ha azonban észrevesznek deltás, (telt)karcsú felsőtestükön egy kis lyukat, azaz kilyukad az oldaluk az kíváncsiságtól, hogy mi lett, lesz Ferivel, Katival és a Kovács családdal, ha észreveszik, hogy számolják az órákat a következő bulvárig, akkor baj van.

Akkor hevesen arra kell törekedniük, hogy a jó flow kerítse hatalmába Önöket. Az pedig ott van a mindennapokban: a munkájukban, a tanulásban, a mindennapi élet kihívásaiban, a kreatív önkifejezésben, a baráti és családi kapcsolatok ápolásában. Nyelvi szintre lefordítva, a jó, az építő flow ott van a kultúrában, a kultúra szövegeiben, az irodalomban, a versmondásban, a szertartási szövegekben, a hiteltartott előadásban, az írásban, a szemináriumi dolgozatban, a baráti beszélgetésekben, minden megnyilvánulásunkban, amelyet az odaadás, a szeretet vezérel.

Hogy jelenlegi közérzésünk, a „rossz érzés a kultúrában” megváltozzék, a kiindulópont mi magunk vagyunk: kultúránk, nyelvünk, s ennek szövetébe szőtt emberi kapcsolataink. A bulvár tévút. A tévutakon ugyan mindig sokan tévelyegnek, egy értelmiségnek éppen ezért kutya kötelessége beszélni, szólni, „amíg rossz gégéből telik”...

Károsak azok az igék, amelyek azt mondják, hogy a modern „résztvevői, demokratikus kultúrában” nem lehet különbséget tenni a szent és profán, az értékes és értéktelen, tiszta és szennyezett között. Azt mondják, hogy minden relatív, egybemosódott, minden csak értelmezés kérdése. Nem lehet megmondani, hogy mi az értékes és mi nem, és nem tűzhetjük ki a „kiművelt emberfők” képzését, mert azt sem tudjuk, mi az, meg egyébként is honnan vesszük hozzá a bátorságot, mindenkinek magának kell kiművelnie magát. Amikor elutasítjuk a paternalizmust, az atyáskodást, akkor nem mondhatunk le a nevelésről, az ember küldetéséről, felelősségéről. Csak küldetéses és felelősségteljes emberiséggel menthető meg a Föld. A művelődés remek programot kíván az emberhez méltó élethez, illetve az ahhoz való visszataláláshoz. Nagy a bölcsészettudományok felelőssége, vegyük már észre!

H. Tomesz Tímea

Címek a bulvárban

A tabloidok, színes hírek kezdetől jelen voltak a magyar újságírás történetében, de már az első lap megjelenése előtt is találkozhatunk ezekkel a történettípusokkal a kalendáriumokban. A magyarországi bulvársajtó kifejlődése az 1880-as évek végére tehető, amikor a médiapolitika célpontja már a legszélesebb olvasóközönség, a tömeg volt. Az olvasók számának növekedése, a befogadói igények változása mellett a tömegsajtó, azaz a bulvárlapok, majd a szenzációsajtó megjelenéséhez a sajtóüzlet sikere, vagyis az üzleti alapú lapkiadás tudatosítása is hozzájárult (Buzinkay 1997: 16).

Az utóbbi években a média differenciálódásával, a hírműsorok szórakoztató irányba tolódásával még inkább előtérbe kerültek ezek a beszámolók. Ezt a médiabeli korszakváltást Umberto Eco (2008) az östelevízió és neotelevízió fogalom párral illusztrálja. Azt mondja, hogy a neotelevízió legfontosabb szándéka a valóság és fikció keveredése, valóság hatás keltése. A célja a minél nagyobb nézettség elérése, a figyelem folyamatos felkeltése. Ennek érdekében elveti a hagyományos, statikus műsorstruktúrát, amelyben egymást követik a különböző műfajú műsorok, és helyette olyan dinamikus, látványos, gyors ritmusú műsorfolyamot hoz létre, amelyben láncszerűen kapcsolódnak össze a műsorok. A szórakoztatás elvét szem előtt tartva előtérbe kerülnek a magánélet témái.

Andok Mónika szerint a tabloidok három nagy tematikus csoportba sorolhatók. Az első a különféle katasztrófákról, érdekes természeti jelenségekről szóló beszámolók csoportja, a másodikba a híres emberekről szóló hírek sorolhatók, míg a harmadik a kis, színes híreket tartalmazza (Andok 2005: 8). Császi Lajos szintén három csoportot különít el, némileg más szempontok alapján. Az elsőt leleplezéseknek nevezi, ami leginkább a negatív-kiközösítő rítusokhoz áll közel, ide sorolja a pletykákat és botrányokat. A második típusú tabloidot próbatételnek hívja, ilyenek a balesetekről, szerencsétlenségről szóló híradások. A harmadik pedig az újjászületés csoportja, ahová különleges átalakulás eredményei tehetőek (Császi 2002: 107).

Az általam vizsgált címek a Blikk 2008. november 4-ei és november 5-ei számából valók. Mivel érdekelt, hogy fölfedezhető-e különbség a bulvár és az ún. minőségi lapok címadási szokásaiban, ezért az elemzési korpuszhoz vettem még a Magyar Nemzet november 4-ei lapszámának címeit is, így mindösszesen száz címet vizsgáltam meg.

A címek szerepe, fajtái

Az olvasó többnyire nem olvassa el egy lapszám minden szövegét. A válogatásban, a figyelem felkeltésében, irányításában van kiemelkedő szerepük a címeknek. A cím alkalmas arra, hogy a szöveget mint kommunikátumot megnevezze, kívülről láttassa. Az írásműre mint egészre utal, egyedíti. Ebből az aspektusból nézve a cím nem része a szöveg koherenciájának, szerepe a tulajdonnévhez hasonló: elkülönít, tárgyiasít. Tolcsvai ezt a cím metatextuális funkciójának nevezi (2001: 325). Másrészt a cím a szöveg tartalmi összefoglalását is adhatja, ekkor a szövegre mint tartalmas értelmi egységre utal, része a szöveg globális kohéziójának. Egyszerre lehet önálló kommunikációs egység, illetve a szöveg része (i. m. 2001: 326). Ezek mellett azonban a címnek funkciója lehet az is, hogy a befogadó érdeklődését felkeltse, valamint jelentésével, megfogalmazásával sugallja a szerző véleményét. Kovalovszky a bemutatkozáshoz hasonlítja a cím szerepét: mindkét esetben fontos az első benyomás (1974: 326). Tolcsvai tipológiai szempontból különbséget tesz címmel ellátott és cím nélküli szövegek között (2001: 326–327).

A címmel ellátott szövegek jellemzői

- tervezett
- (többnyire) monologikus
- erősen kifejtő
- szóbeli és írásbeli egyaránt lehet
- formális beszédhelyzetben érvényesül

A cím nélküli szövegek

- spontán
- (többnyire) dialogikus
- erősen bennfoglaló
- szóbeli és írásbeli egyaránt lehet
- bizalmas beszédhelyzetben érvényesülő

A magyar szakirodalomban többféle címtipológiával is találkozhatunk, amelyek között akad irodalomtudományi és szövegtani kategorizálás is. A sajtószövegek címadási gyakorlatát vizsgáló egyik legkorábbi felosztást Pléh Csaba és Terestyéni Tamás dolgozta ki. Munkájukban a címeket aszerint csoportosították, hogy mennyire figyelemfelkeltők, illenek-e formailag a témához. Négy típust különböztettek meg:

Leíró: a cím az esemény helyét, idejét és körülményeit egy teljes mondatban adja meg, pontosan megjelöli a témát. Nyelvtanilag ragozott igét tartalmazó kijelentő, bővített mondatok. Pl.: *Tízmilliárdokat áztatott el az eső.*

Tömör: ezek a címek rövidebbek, a téma körülményeit nem ismertetik. Nyelvtanilag ige nélküli hiányos mondatok Pl.: *Válságsúcs a Fehér Házban.*

Kérdésfeltevő: ezek a címek általában egyetlen körülményt tartalmaznak, amelyikre rákérdeznek. Grammatikailag kiegészítendő kérdő mondatok. Pl.: *Mi lesz Oroszországban?*

Szenzációs: az esemény egy vonatkozását kiemelő szenzációkeltő kifejezéssel találják a témát. Többnyire nincs a címben ragozott ige. Pl.: *Konyec. Vagy mégsem?; Sznobok próbája*

Kemény Gábor kétféle címtipológiát is ad. Az elsőben (1985: 195–198) stilisztikai és szövegszerveződési szempontokat érvényesít. Aszerint vizsgálata a sajtócímeket, hogy azok hogyan kapcsolódnak a szöveg kulcspozícióban lévő, azaz nyitó és/vagy záró helyzetű motívumaihoz. A cím tartalmát, nyelvi formáját nem vette figyelembe.

1. Nyitás = cím. A szöveg a címből indul ki, az ott felvetett ötletet fejleszti tovább. Az ilyen típusú szövegeknél az első néhány mondat a cím magyarázatául szolgál. (Grétsy felvezető címnek nevezi ezeket.)

2. Zárás = cím. Szintén gyakori megoldás, hogy a szöveg címe a befejezést előlegezi, az utolsó mondatok leglényegesebb mozzanatára utal.

3. Nyitás = zárás \neq a cím. Meglehetősen ritka megoldás, a szöveg ugyanazzal a képpel kezdődik, mint amivel zárul, de a cím nem tartalmazza ezt a kulcsmotívumot. A szöveg tehát keretes szerkezetű.

4. Nyitás = zárás = cím. Ez a módszer már jóval gyakoribb, de a Kemény Gábor úgy véli, csak akkor lenne látványos, ha az eredeti ötlet annyira frappáns lenne, hogy elbírná ezt a gyakori ismétlést, ám az elemzett esetek többségében ez nincs így. Ez esetben a cím megegyezik a szöveget keretbe foglaló motívummal.

Kemény Gábor másik felosztása (1989: 102–107) a Pléh Csaba – Terestyéni Tamás által készítetthez nagyon hasonló, annak kiegészített formája. Úgy vélte ugyanis a szerző, hogy az ott említett típusok között átfedés van.

1. A **leíró** címtípusnak három válfaját különíti el:

a) Eseményközlő cím: nyelvtanilag teljes szerkezetű, jól formált mondat, melynek többnyire igei állítmánya van, s gyakori benne a nyomatékos, vagy „rikkancs” szórend. Pl.: *Kettészakadt a Független Kisgazdapárt.*

b) Ténamegjelölő cím: tájékoztató, de rematikus (újságoló) mozzanat nélkül, legfontosabb jellemzője, hogy nyelvtanilag névszói alaptagú szerkezet. Pl.: *A női röplabda-válogatott túrája.*

c) Protokollcímek: nem ragadják meg az olvasó figyelmét, de Kemény Gábor szerint bizonyos mértékig szükséges velejárói a tömegtájékoztatásnak. Pl.: *Magyar belügyi küldöttség megbeszélései Bulgáriában.*

2. A **szenzációs** típusnak három altípusát különbözteti meg:

a) Lakonikus cím: pusztán igei állítmányok egymásutánisága jellemzi. Pl.: *Szakitottak, leszúrta.*

b) Felszólítást tartalmazó: *Töltse szabad idejét bombavetőben.*

c) Kérdést tartalmazó: a bűnügyi témájú cikkek jellemző címtípusa. Pl.: *Egy dráma vége?*

3. **Semmitmondó** cím: ezek sikertelen címadások, mert a cikk tartalmáról sem tájékoztatnak és érdeklődésünket sem keltik fel. Pl.: *Sokoldalú elemzés a balesetek okairól.*

4. Újabb címtípusnak tartja az ún. **mindent-egy-szóba** címeket, amelyek egyetlen összetett szóba próbálják belesűríteni a szöveg tartalmát. Pl.: *Kispadkeringő*.

5. **Cirkalmas** címek: többnyire alliterációt tartalmazó címek. Pl.: *Wilander Wimbledonban villog*.

6. **Idézet** a címben, melynek két fajtáját különíti el a szerző: eredeti alakban idézett, illetve variált idézés.

7. **Közhelyes** cím: divatszó, üres frázis. Pl.: *A menekülés anatómiája*.

8. **Humoros** cím: szintén két változata említhető meg, az egyiket annak is szánta a cikk szerzője, a másik viszont akaratlanul lett azzá. Pl.: *Mesék és vesék, Tétova tetováltak*.

Ez a felosztás az előbbinél jóval szerteágazóbb, a cím nyelvi megformáltságát is figyelembevevő csoportosítás, ugyanakkor helyenként talán nehezen értelmezhető kategóriákat tartalmaz.

Síklaki István teljesen már szempontokat érvényesít (1997: 97–112), a címek hatásából indul ki. Négy szociálpszichológiai mechanizmust emel ki, s azokat a pragmatikai megoldásokat veszi figyelembe tipológiájának kialakításában, amelyek ezekre a mechanizmusokra épülnek: a keretezés, a gondolkodás nélküli reagálás, az elaboráció valószínűsége, illetve az érzelmek hatása a gondolkodásra. A szerző a főcímet tartja a sajtóban a legfontosabb véleményformálónak és hangulatkeltőnek. Az említett mechanizmusok közös jellemzőjének tartja azt a feltételezést, hogy egy hétköznapi szituációban általában mellőzzük az elemző gondolkodást az esemény feldolgozásakor.

A keretezés esetében a megfogalmazás módja a lényeges, ez ugyanis megváltoztatja az észlelésünket. A gondolkodás nélküli reagálás azokra az esetekre vonatkozik, amikor az információ feldolgozásakor egy tanult sémát mozgósítunk. Az elaboráció valószínűségét vizsgálva Síklaki azt mondja, hogy a motiváció és a képesség az, ami meghatározza, hogy elgondolkodunk-e egy üzenet tartalmán. Langer modelljéből, amivel a főcímek hatásmechanizmusát illusztrálja, két mozzanatot emel ki: amikor nem az üzenet, hanem a téma indítja gondolkodásra az olvasót, illetve, amikor heurisztikák hatása várható. Az alkalmazott heurisztikák közül egyet mutat be: ha a befogadó úgy gondolja, hogy nem kompetens, vagy nem szeretne véleményt alkotni, de kap az üzenet forrásának hitelességét igazoló támpontot, elfogadja az illető véleményét. Az érzelmekre ható fogalmazás emeli az olvasó izgalmi szintjét, ami sémákon alapuló feldolgozást eredményez, ekkor tehát az olvasó az előítéleteire fog hagyatkozni.

A mechanizmusok bemutatása után a Grice-féle maximákat figyelembe véve alkotja meg a főcímek kategóriáit:

1. A főcímek megkonstruálásának együttműködő stratégiái:

- Objektív lényegkiemelő. Pl.: *Szociális otthon lesz a Balassa Kórház*
- Értelmező lényegkiemelő. Pl.: *Megmenekülhet egy kórház*

2. A főcímek megkonstruálásának manipulatív stratégiái:

- Elfogult lényegkiemelő. Pl.: *Bezárják a Balassa Kórházat*
- A valódi üzenetet elrejtő. Pl.: *Elvérzik a klinika*

Szikszainé Nagy Irma (1999: 168–172) funkció alapján négyféle címtípust különített el:

1. A témamegjelölő cím a szöveg tárgyára utal. A szerző a leggyakoribb címtípusnak tartja, ide sorolja a tájékoztató szerepű újságcímeket is.

2. A rövidség jellemzi leginkább a címkeszerepű címeket.

3. A reklámszerepű cím figyelemkeltő volta miatt kedvelt főként a publicisztikai írások esetében.

4. Műfajjelölő cím.¹

Tolcsvai Nagy Gábor (2001: 328) szintaktikai osztályozását adja a címeknek, ez ugyanis rávilágít a cím alapvető tulajdonságaira: témát nevez meg, foglal össze, tehát lényegi elem benne a főnévi összetevő.

1. A cím valamilyen főnévi csoport. A főnévi csoportból álló címek jellemzésében két fontos megállapítást tesz: szemantikai szempontból a főnévi reprezentáció aktivizálja az adott főnévhez tartozó tudáskeretet vagy forgatókönyvet, pragmatikai szempontból a hallgatóban vagy olvasóban elvárás keletkezik, hogy az aktivizált sémát a szöveg igazolja.

2. A cím névmás, funkciószó.

3. Nagyobb szerkezeti egységből álló címek összetett reprezentációt alkotnak, valaminek a viszonyát is reprezentálják.

4. Mondat formájú címek: kommunikációs szempontból a szöveghez leginkább hasonlítóak, az aktuális nézőpont minden összetevőjével érvényesül.

A címadási szokások változása

Andok Mónika (2003: 164–173) a sajtócímek – elsősorban a hírek címeinek – fejlődéséről részletes leírást ad, amiben négy nagyobb korszakot különít el:

Az első korszak az 1780–1880 tartó időszak, a referáló sajtó kora. Az első magyar nyelvű lap megjelenésekor kicsi volt a hírlapolvasók száma. Bár ekkor már több külföldi minta létezett, a Magyar Hírmondó formájában nem követte ezeket a lapokat. Mindenekelőtt tájékoztatni kívánta az olvasót, de bekapcsolódott a kor legjelentősebb hazai mozgalmába is, a nemzeti nyelvért és műveltségért folytatott küzdelembe. Felhívta a figyelmet a készülő tudományos munkákra, a közönség megismerkedhetett a kor irodalmi alkotóival, s különösen sok gondot fordított az egységes magyar „tudós és könyvbéli” nyelv kimunkálására. Nyelvi, nyelvhelyességi szempontból Rát Mátyás – az újság első szerkesztője – teret engedett az összes

¹ Balázs Géza (2005: 69) erről a címtípusról mondja, hogy a sajtóban ügyetlen címadási eljárás.

magyar nyelvjárásnak, mert úgy gondolta, hogy ezek egységesítésével lehet majd kialakítani a magyar irodalmi nyelvet.

Rovatai ugyan még nem voltak, de a cikkek témái alapján jól körülható tematikai csoportokat lehet megállapítani, és olykor kiemelt címek is segítették az olvasót az eligazodásban: *Külföldi hadi történetek*, *Magyar hazánkbeli dolgok*, *Hiteles hírek*, *Bizonytalan dolgok*, *Tudományos dolgok*. Az írások közlése nem igazodott sorrendiséghez, többnyire az események időrendjében sorolták be a lapba.

A külföldi hírek forrásai főként német, francia, angol lapok. Ezeket kifejezetten azzal a céllal fizettek elő, hogy begyűjthessék belőlük azokat az információkat, amelyek érdekelhették a magyar olvasóközönséget. Ugyanakkor Rát Mátyás fontosnak tartotta elmondani ezzel kapcsolatban, hogy a cikkek még véletlenül sem fordítások. A szerkesztő a tudósításokat saját megfogalmazásában, magyarázatokkal ellátva közli.

Az újságban megjelenő belföldi írások anyagait a „levelező jóakarók” szolgáltatták. Rát – még a lap megindulása előtt – egy felhívást tett közzé, amelyben kéri a leendő olvasókat, tudósítsák őt a környezetükben történő eseményekről: „Ami a hazabeli dolgoknak megíratását illeti, azt többnyire levelező jóakaróinak és azon úriembereknek fogja köszönni, akik tudósításokkal önként kínálni méltóztattak. Az íróknak ugyan semmi fog múlni, ami leveleit hovatovább mind nagyobb tökéletességre emelheti. Minthogy pedig ez jobbára a hiteles, hasznos és válogatott izenetektől függ, kéri az értelmes hazafiakat szeretettel, hogy afféléket béküldeni ne sajnáljanak. Mindegy lésszen egyébként, akármely nyelven íratassanak meg neki, csak hitelesek legyenek” (Kókay 1981: 46). A levelek szerzői főként iskolázott, latinul is tudó emberek (papok, tanítók) voltak. A külföldi hírek és az ország életét érintő fontosabb történésekről való beszámolók mellett már megtalálhatjuk az újsághirdetések elődjét is a lapban.

A cikkek többnyire cím nélkül jelentek meg, ilyenkor rendszerint a rovatcím orientálja az olvasót (*Belföldi tudósítások*, *Tudománybeli dolgok*, *Gazdaságbeli dolgok*). Ahol mégis találunk címet, azok jobbára tartalmi összefoglalást adnak, ritka az érzelmi színezet. A címek többnyire a szöveg elején, a szövegtestben helyezkednek el, és a hír, tudósítás származására utalnak (*Bécsből*; *Erdélyből*. *Szebenből*; *Kassáról*). Néhány írás elején azért találkozhatunk tipográfiailag jól elkülöníthető címmel is, amelyek témamegjelölő vagy figyelemfelhívó jellegűek (Kegyetlen történet², Felettéb szomorú izenetek³, A közjót illető tudósítás és elmélkedés⁴) „A Magyar Hírmondó” esetében jól látszik, hogy a címek, melyeket ma tartalmi összefoglalás vagy figyelemfelkeltés alapján különítünk el, más-más forrásból származnak. A tartalmi összefoglaló címek a szövegtestből váltak ki, s szakadnak le. Nem is tesznek mást, mint a tartalmi egészre világítanak rá. Ezzel szemben a figyelemfelhívó címek nem

² Magyar Hírmondó, 1784. január 17.

kötődtek olyan szoros szálakkal a hír belsejéhez, hanem inkább a tematikus mezőkre utalva sémákat mozgósítottak az olvasóban, vagy érzelmeit igyekeztek felkorbácsolni. Esetenként a hírlapírók nézőpontjára világítottak rá” (Andok 2003:167).

Az 1806-tól megjelenő Hazai Tudósítások nem sok újat hozott a címadásban. Továbbra is a tudósítás származási helye, illetve a dátum szerepel címként, itt azonban már a belföldi tudósítások esetében is elválik tipográfiailag a szövegtesttől. Andok Mónika (2003: 167) még két kisebb változásra mutat rá: a bűnügyi és belföldi (elsősorban bulvár) híreknek már valódi címük van, amelyek mind objektív, téma-megjelölő címek, illetve a műfaj megjelölését is szerepeltetik sok esetben a címben (*Híradás, Jelentés*).

A következő szakasz 1880-tól a második világháborúig terjedő időszak. Miután az első világháború után megjelenik a tömegsajtó, az olvasóközönség egyre szélesebb, a címeknek is fontosabb szerep jut. Változás azonban már az első világháború előtt is megfigyelhető: 1896-ban engedélyezik a lapok utcai árusítását, aminek eredményeképpen megszületett a címekben az ún. rikkancs szószeret. Ekkor a címek már figyelemfelhívásra is törekedtek, volt érzelmi színezetük. Ugyan az 1887 novemberében megjelenő Kis Újságot még inkább a „nagyvárosi népűjság” kategóriájába sorolták, nem pedig a bulvárlapok sorába, képes borítójának az alján már figyelemfelkeltő tartalommutatókat is talált az olvasó, amelyeket már azzal a szándékkal fogalmaztak, hogy a rikkancsok kiabálhassák azokat: Érdekes! Merénylet a cár ellen. (*Méregkeverő nihilisták*), Gyilkosság az örültek házában, Letartóztatott könyvelő. (*82.000 forintos család*), Borzasztó vasúti szerencsétlenség, A pozsonyi sikkasztás. (*Újabb részletek*).⁵ A bulvárlapokra egyébként jellemző tipográfiai eljárással, a harsányan kiemelt címekkel az első igazi bulvárlapban még nem találkozhatunk. Az Esti Újság nyomdai eljárásait tekintve még a hírlapi hagyományokat követte, a címeknek nincs jelentősebb szerepe, sőt a cikkek többsége még cím nélkül jelent meg (Buzinkay 1997: 17).

A korszak további fontos újdonsága, hogy megjelentek az alcímek, amelyek ekkor még jobbra a főcímben megfogalmazott esemény okára világítottak rá, majd 1920 körül a belső címek is feltűnnek (Andok 2003: 168). A teljes tartalmi összefoglalást adó címek hatalmasra nőnek, kitöltik az újság harmadát-felét, s egyre gyakoribb a kérdés formátum. A második világháború után, különösen az ötvenes években két domináns címtípus marad: az egyikben mint harctér jelenik meg a társadalom, a másik pedig a semmitmondó.

A rendszerváltozástól napjainkig terjedő negyedik korszakban a leglényegesebb a politikai közéleti napilapok és bulvárlapok címadási módjának eltérése. Az előbbire

³ Magyar Hírmondó, 1780. december 2.

⁴ Magyar Hírmondó, 1781. április 21.

⁵ Kis Újság 1890. 1. szám (vö. Buzinkay 1997: 16)

a visszafogottabb címadás jellemző, s elsősorban tartalmi vagy értelmező lényegkiemelő típusú címekkel találkozhatunk, az utóbbira pedig a Síklaki által manipulatív, a valódi üzenetet elrejtő címnek nevezett forma.

A cím fontos funkciója, hogy ráirányítsa a figyelmet az eseményt prezentáló szövegre, továbbá a lényegkiemelés, de emellett hordozza a szerző, illetve az orgánus értékrendét is. Ezáltal képes megváltoztatni a befogadó észlelését, véleményét, tehát rejtett üzenetet közvetít, befolyásol. A szövegválasztás, a cím elhelyezése egyben állásfoglalás is. Azonos témájú szövegek eltérő címe más-más előfeltevést tartalmaz, és más-más asszociációkat kelthet az olvasóban. Ebből kiindulva a bemutatott felosztások közül Síklaki István taxonómiáját tartom a legalkalmasabbnak a gyűjtött címek vizsgálatához. Az általa kialakított tipológia egyértelműen a befogadóra tett hatást emeli ki. A demonstrált négy szociálpszichológiai mechanizmus mintegy egymást erősítve mutatja, hogy a befogadó a cím által kiváltott sematikus asszociációk alapján anélkül alakíthatja ki véleményét, hogy a szöveget elolvasná és racionálisan feldolgozná annak tartalmát, illetve a cím hatására, az azáltal mozgósított sémák által eleve szelektív, torzított módon dolgozza fel a tartalmat. Az objektív lényegkiemelő címbe a tartalom sűrítésére korlátozódik. Az értelmező lényegkiemelő cím a szöveg valamilyen értékelést kifejező implikációja. Az elfogult lényegkiemelő esetben ellentmondás van a főcím és a törzs információja között, tehát kiemeli a törzs lényegét, de egy elfogult értelmezést sugallva. A valódi üzenetet rejtő pedig nem a törzs lényegét emeli ki, s így a tartalmat illetően téveszti meg az olvasót.

A címek vizsgálatát három szempont mentén haladva tehetjük: fontos, hogy milyen laptípusban jelent meg az írás, amelynek címét vizsgáljuk, továbbá hogy az újságszám melyik oldalán található, illetve milyen tartalmú és nyelvi megformáltságú. A bulvár és az ún. minőségi lapok között az első szembetűnő különbség a címek mennyiségében fedezhető föl: a feldolgozott példák között – a hirdetések és apróhirdetések címének kivételével – valamennyi műfajú írás címe szerepel, s így látható, hogy a bulvárban megjelenő írások száma jóval kevesebb (mintegy fele) a minőségihez képest. Ez a különbség, mennyiségbeli eltérés a két laptípus jellegének, filozófiájának különbözőségéből fakad. A minőségi lapok arra törekednek, hogy a saját profiljuknak megfelelően kiegyensúlyozott arányban tálalják az informatív, szórakoztató, művelődést segítő stb. tartalmakat. A bulvár ezzel szemben teljesen más szerkesztői szempontokat érvényesít: mindig olyan tartalommal tölti meg a lapszámot, ami várhatóan a legnagyobb érdeklődést váltja ki. Tipográfiai arculatát is ennek megfelelően igyekszik kialakítani, sokszínűsége, harsánysága a figyelem felkeltésének, megragadásának igényét tükrözi: nagy (távolról is jól látható) betűmérettel szedett főcímek, hatalmas képi illusztráció, színösszeállítás. A bulvárlapokban a szerzők is a piaci elvárásoknak vannak alárendelve, s a cikkek jobbára név nélkül jelennek meg.

A Síklaki István tipológiája alapján készült vizsgálat szintén ezt támasztja alá, vagyis a bulvárban nagyobb arányban fordulnak elő azok a címek, amelyek akár az objektivitást is figyelmen kívül hagyva a figyelem megragadására törekednek.

Címtípus	Blikk	Magyar Nemzet
Objektív lényegkiemelő	24%	32%
Értelmező lényegkiemelő	36%	46%
Elfogult lényegkiemelő	28%	14%
Valódi üzenetet elrejtő	8%	12%

Fontos szempont a címek vizsgálatában annak megjelenési helye is. Zimányi Árpád (2004: 32) egyik elemzése azt mutatja, hogy sajátos összefüggésben áll a cím tartalma, nyelvi megformáltsága és megjelenési helye, az igazán figyelemfelhívó címek ugyanis az első oldalon kapnak helyet. A lapszám egyes oldalai az olvasói szokások miatt eltérő mértékben hangsúlyosak. A címlap és az utolsó oldal kiemelten fontos, az első oldalra kerülnek ugyanis többnyire az újság tartalmát tükröző, az olvasó érdeklődését megragadó címek, az utolsó oldal pedig azért lehet fontos, mert ha mást olvasni látunk, az újság hátoldalát mutatja felénk (Balázs 2005: 72). A címlap tehát a legmagasabb hírértékkel bíró eseményeket villantja fel⁶.

A nyelvi forma szintén a hatást szolgálja. A Blikk első oldalán jobbra egyszerűs, de mindenképpen rövid főcímekeket olvashatunk, amit aztán kisebb betűméretű alcímekkel pontosítanak (*Bénulás, Palcsó nem tudja mozgatni a karját, Kiborult! Oláh Ibolya menekülne Afrikából, Bosszú, Obama vagy McCain?*). Az egyszerűs címek erős hangulatkeltők. A Magyar Nemzetben azonban a teljes mondatos címek a gyakoribbak még a címlapon is (Juhász érteni szeretné a szlovákokat, Sorsdöntő választás Amerikában). A bulvárlap címeiben megjelennek a bizalmas szóhasználat, a szleng elemei, s előfordulnak túlzások (*Bekattant az éhségtől, XXL-es bukás*).

A média differenciálódásával egyre jellemzőbb az újságolvasási kultúrára, hogy a befogadó inkább csak átfutja – s nem részletesen elolvassa – az egyes lapszámokat. Az olvasó figyelmét elsőként a címek és persze a képek ragadják meg, ezek tehát a befogadói szelekció legfontosabb elemei. Más-más asszociációkat kelthet az olvasóban, másféle előfeltevést tartalmaz, ha azonos témájú írások eltérő címmel jelennek meg. A cím megformálása, elhelyezése tehát állásfoglalás, mutatja a szerző és az orgánus értékrendjét.

⁶ Bajomi Lázár Péter összefoglalásában a következő faktorok találhatóak (2006: 79–83):

1. A negativitás mértéke: minél negatívabb egy esemény, annál inkább helye van a hírekben. 2. Valóidejűség: ha olyan érzést kelthet a hír aktualitása, mintha a közönség is részese lenne az esemény idejének. 3. Váratlan-ság: a szokatlanabb események nagyobb valószínűséggel kerülnek be a hírekbe. 4. Normasértés foka: minél deviánsabb egy cselekedet, annál érdemesebb a kiválasztásra. 5. Érintettség, közelség: minél több embert érint, annál fontosabb az esemény. 6. Érdekesség: a hétköznapi embereket különleges körülmények között megmutató esetek. 7. Rekordok. 8. Prominencia: az ismert emberekkel kapcsolatos események is fontos helyet kapnak a hírekben.

Felhasznált szakirodalom

- Bajomi-Lázár Péter 2006. Manipulál-e a média? In: Médiakutató 2006. nyár. 77–95.
- Császi Lajos 2002. A média rítusai. Osiris Kiadó. Budapest
- Andok Mónika 2003. A bűnügyi hírek története. Kommunikációs konferencia (PTE – MBE szervezésében) http://komm.ektf.hu/andok_publicacio.htm
- Andok Mónika 2005. A bulvár-tabloid hírek a magyar sajtóban 1780-tól. In: Ivaskó Livia (szerk.) Érthető kommunikáció. Szegedi Tudományegyetem. Szeged
- Balázs Géza – Szayly József – Szilágyi Árpád 2005: Médiaismeret. DUE. Budapest
- Eco, Umberto 1976. A nyitott mű. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Buzinkay Géza 1997. Bulvárlapok a pesti utcán. Budapesti Negyed, 1997 nyár–ősz. 31–44.
- Kemény Gábor 1985. Kép és kommunikáció. In: Grétsy László (szerk.) Nyelvészet és tömegkommunikáció I–II. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest, Membrán könyvek. II. kötet, 119–205.
- Kemény Gábor 1989. Milyen címen? Címzavakban a sajtónyelvi címadásról. In: Szaknyelvi divatok. Gondolat Kiadó, Budapest. 101–134
- Kókay György 1981. Magyar Hírmondó. Az első magyar nyelvű újság. Válogatás. Gondolat Kiadó. Budapest
- Síklaki István 1997. Főcímekek demagógiája. Jel-Kép 2. sz.
- Pléh Csaba – Terestyéni Tamás 1980. Újságcímekek – az olvasó szemével. Jel-kép 2. sz. 113–117
- Tolcsvai Nagy Gábor 2001. A magyar nyelv szövegtana. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest
- Szikszaíné Nagy Irma 1999. Leíró magyar szövegtan. Osiris Kiadó. Budapest
- Zimányi Árpád 2004. Bulvárlapok cikkeinek szövegtani elemzése. In: H. Varga Gyula (szerk.): Kommunikáció és nyelvhasználat. Líceum Kiadó, Eger. 29–43.

Mellékletek
Magyar Nemzet
2008. november 4. kedd

Belföld

Ez hihetetlen – mondja a DAC iráni tulajdonosa
Juhász érteni szeretné a szlovákokat
Magyarverés: Gyurcsány még bizonytalan
Titkolják a gigahitel feltételeit
Budapesten felzárkózott az MSZP
Elolvadt az egészségügynek tett bérígéret
Lebénították a pályázati rendszert
Nem lesz népszavazás a biztosítókról
Kevesebb pénzből több elvonás
Nyugaton sem bíznak Gyurcsányban
Meggurtítják a gyst
Újra csak ígéret a szakszervezeteknek
Összeomolhat a közszolgáltatás
Ötszázmilliárdos megszorítás

Vélemény

Amerika választ – a Bush-korszak vége
Miért kellett 20 milliárd euró az IMF-től?

Nézőpont

Fémtolvajok
(mi lett a pókkal...)
Az adatkereskedő kabinet
Engedni is tudni kell

Külföld

Változik az ingadozók térképe
Egy veterán hős az „amerikai évszázadból”
Világszerte a remény szimbóluma a fekete szenátor
Sajátos kabuli misszió
Minszki lavírozás
Recesszióban az Európai Unió
Felboruló balkáni egyensúly?
Arab segítség az IMF-nek
Sorsdöntő választás Amerikában

Tőzsde

A Mol hízta a Bux-ot

Gazdaság

Máris kitört a piaci háború?
Robin Hood-adó: csak nagyoknak
Több ezren kerülnek az utcára
Megvalósulatlan célok
Aggályos a pozitív adóslista
Visszaeső lakásépítés
Ausztria bankot államosít
MÁV biztosító: jogegységi eljárás

Kultúra

Muszáj kicsit különbözni
Halottak napján

Krónika

Kamionnak rohant a busz
Génváltozat is felelős a tüdőrákért
Áradások Vietnámban
ATM-ek fosztogatói őrizetben
Személyvonatot dobáltak meg Baja mellett
Körözik a Farkas testvéreket
Felépülhet az újszives kislány
Farkas Péterék megszöktek a bíróságról

Sport

Újabb pályázat a szövetségi kapitányságra
Távírányítós autótól a koronáig
Bő három év után újra élén a Milan
Pólóban ez is megúszható szárazon
Már továbbjuthat a Barca

Látó-Tér

Százmillió kárt okoznak a vadorzók
Két halálos áldozat Nagycséczen
Halálos áldozatok Nagycséczen

Blikk

2008. november 4.

Bénulás (Palcsó nem tudja mozgatni a karját)
Kiborult! (Oláh Ibolya menekülne Afrikából)
Mevagy! (Nicolas Cage Budapesten)
Obama vagy McCain?
Buszbaleset (17 éves fiú halt meg)
Kit választ ma Amerika?
Megszökött Farkas Péter
Politikai botrány a focimeccsből
A számvevők elnöke leszólta a büdzsét
Eladó Szaddám luxushajója
Gyenesei: Nem én tettem Leilát a reklámba
Siratják társai Antalt
Lelőtték a családom!
Új szívre várva
Ibolya elájult
Feké Pál: Rettegtem Alfölditől
Edvin önmagát játssza
Nem vigyáznak a lányomra
Tunyogi Péter kómában
Az ég is engem segített
Megőrült az idő Európában!

2008. november 5.

Bekattant az éhségtől
Obama? McCain? Amerika döntött
Gép tartja életben Flipper Öcsit
Zöld börtönök
Diktátort lopott
Miért van rossz kedvünk ősszel?
Vajon meddig bujkálhat az olimpiai bajnok?
Megfojtotta magát a beteg
Magyarverés: hiányzó szlovák bizonyíték
A forradalom leverésére emlékeztek
Kilökték a vonatból a lányunkat!
H. Roland vádolta áldozatát
Bombajó ez a kutyus
Milliomos lettem!
Donorhiány!
Harc az erőszak ellen
Őrizetben a drogfutár
Éheznek az olimpiai bajnok
Timi a világhír után
Jósnőhöz ment Vágó
XXL-es bukás
Mi a vízilovakkal vagyunk
Továbbra is élet-halál közt
Dundika a virtuális bombanő
Bosszú
Újra együtt a nagy csapat
Sztárjátékvezetők fújhatják
Szenzáció: fagyott állatot klónoztak
Hamburgeren él a különöc milliárdos

Dede Éva

Változatok a szerelemre

„Vannak, akik soha nem lettek volna szerelmek, ha nem hallottak volna a szerelemről.” (La Rochefoucauld, 136. maxima, 1665; idézi Oatley–Jetkins 2001: 86)

A szerelem változatossága és a pszichológiai kutatás

Bár tudni véljük, hogy mi a szerelem, felismerjük magunkon vagy másokon a jelenlétét, leírni viszont nehezen tudjuk – bizonyíték rá a művészet, amely számtalan formáját, változatát rögzítette. Ha a szerelemről esik szó, az ember dadogni kezd, megpróbálja az érzéseit szavakba, zenébe, képekbe önteni. Az emberi lét egyik fő mozgatójának titkát sokan sokféleképpen kutatják a mítoszoktól a művészetekig és a tudományig. A pszichológiai szakirodalomban is van kísérlet arra, hogy egzakt jellemzését adják ennek az érzésnek.

Először röviden ismertetek egy pszichológiai elméletet és annak tapasztalatait, majd a bulvármédia általam kiválasztott példányait bemutatom. Az ezekben a termékekben ábrázolt szerelmek, párkapcsolatok leírásának elemzése után vetem össze a pszichológia elméletben meglévő változatosságot. Következtetésként az adódik, hogy a bulvármédiában a szerelem felfogása eléggé egysíkú, nyoma sincs a változatosságnak.

A társas kapcsolataink között különleges helye van a szerelemnek. Leírásához igen népszerű, jól használható elméletet dolgozott ki Sternberg (1986, idézi Smith–Mackie 2001). Kiindulási pontja az volt, hogy mi alapján jön létre a szerelem, mik a szerelem alkotó tényezői. Megfigyelése szerint a kapcsolatok minőségét az határozza meg, hogy mekkora az intimitás, a szenvedély és az elköteleződés a partnerek között. E három összetevő alacsony vagy magas voltával nyolcféle szerelem írható le, ez Sternberg háromszög-elmélete. Az összefoglaló ábra jól mutatja, hogy ha mindhárom összetevő magas, akkor beszélhetünk a mindenki által vágyott, beteljesült, boldogságot adó Szerelemről (Consummate Love). A többi változat elnevezése magyar nyelven a következő (zárójelben az angol eredetit is közlöm): *szeretet* (csak intimitás – Liking), *elsöprő szerelem* (csak szenvedély – Infatuation), *üres szerelem* (csak elköteleződés – Empty Love), *romantikus szerelem* (intimitás és szenvedély

– Romantic Love), *barátság* (intimitás és elköteleződés – Companionate Love), *vak szerelem* (elköteleződés és szenvedély – Fatuous), illetve ha mindegyik alacsony, akkor nincs szerelem. Az elnevezéseken valószínűleg lehet vitatkozni, és akár az angol kifejezés, akár annak magyar fordítása kicsit furcsa lehet. Bár a három összetevő közül kettő, az intimitás és az elköteleződés elég erősen összetart (korrelál), viszonylag jó használható ez a rendszer.

A szerelem háromszög-elmélete (Sternberg 1986)



Dolgozatomban azt a kérdést vizsgálom, hogy az a változatosság, amely a fentebb említett pszichológiai leírásban megjelenik, a hétköznapi élet szóhasználatában és az ábrázolt szerelmek leírásában is fellelhető-e, avagy a szerelem kissé egysíkú ábrázolását tapasztaljuk. A kérdés megválaszolásához a *Barátok közt* című szappanoperának, a *Cosmopolitan* (= C), a *Meglepetés* (= M), a *Kiskegyed* (= K) egy-egy számát és a Magyar Nemzeti Szövegtár sajtónyelvi korpuszát használom fel.

A bulvármédia és a szerelem ábrázolása

Császi Lajos szerint a bulvárnak a céljai hasonlóak a folklórhoz, mivel nemcsak informálnak, hanem szórakoztatnak és szabályoznak is egyben. A társadalom morális rendje jelenik meg a félelmek, vágyak, tapasztalatok, hiedelmek, remények kifejezésében. A bulvármédia kielégíti az ember mindenkori pletykaéhségét, és az egyik nagy vonzereje, hogy a híres emberek, vagyis a celebek szerelmi életét tárgyalja. A hírek követelményei szerint válaszolnak arra, hogy ki kivel, mikor, hogyan, mit csinált, miért... A médiafogyasztó a jólétesültség illúziójával csámcsog az ismert em-

berek magánéletén, az interneten a fórumok résztvevőjeként mond lesújtó véleményt róluk. A celebek magánéletének is kiemelt pillanata a szerelem, a szappanoperáknak egyik jellegzetes témája a párkapcsolat (a másik a harc, mint ahogy a mítoszok kora óta a harc és nász a világ két mozgatója).

Tény, hogy a bulvármédia termékei jól fogynak a piacon, mivel a titkuk, hogy az olvasó elemi szükségleteire építenek (Wikipédia) az olvasó érzelmi meggyőzésével, mint például az alábbiak (a dőlt betűvel szedett szövegek a saját gyűjtésem – D. É.):

- Kíváncsiság (*Kamera a hálószobában* – K; *A kirobbanó Kate Hudson esete 2 pasival* – C)
- Szenzációéhség (*Détár Enikő: Nem haragszom anyura, amiért elhagyott* – M)
- Irigység, részrehajlás, nyereségvágy, hiszékenység – (*A leggazdagabbak magyar sztárok, Pénzből lesz a pénz* – K).
- Vágy/Szexualitás/Voyeurizmus – címlaplányok (pin-up girl) fotóin keresztül (*Szexi srácok – Buja vallomások* – C).
- Félelemkeltés – kiemelt főcímekben provokáló kérdések: „Ki lesz a következő áldozat?”
- Tehetetlenség – A bulvár a kisember pártjára áll, megvédi a „hatalmasságoktól” (*Melléállt a papája és a testvére* – K)
- Sajnálát, együttérzés, illetve szánalom, részvét felkeltése a szerencsétlenségek, különleges helyzetek áldozatai iránt, tudósítások sorscsapásról, testi fogyatékosokról – (*Gabi a gyerekeket családhoz segíti* – M)
- Meghökkenés (*377 unokám van!* – M)
- Azonosságérzet – A riportalanyt, áldozatot „kereskedelmi fogyasztásra” alkalmassá teszi, közelebb hozza a fogyasztóhoz, ezért nem ritkán becenevükön szólítja őket, ezzel is sugallva az együttérzést, mintegy beágyazza az olvasót abba a közegbe, ami a pozitív véleményalkotáshoz szükséges.” (Wikipédia)

Formailag a bulvársajtó felismerhető a harsány, kirívó, színekről, a sokszor vörösfekete címekről, színes hátterekről, bombasztikus, figyelemfelkeltő kontrasztokról, rajzos kiegészítésekről, a címlapon félpucér hölgyek fotóiról kétértelmű aláírások kíséretében. Gyakran előfordulnak a képekbe épülő szövegek, illetve a feliratokat átfedő illusztrációk. (Wikipédia) Az általam felhasznált újságok címlapjai jól bizonyítják ezeket a jellemzőket.

A következőkben ezeket a bulvárújságokat mutatom be. Elsőként a *Kiskegyedet* (1992–), melynek 2000-től Bokor Klára a főszerkesztője. A klasszikus nyugati típusú női hetilap bulvárelemekkel kb. 1 millió olvasót vonz, bár a hetilapot 200 000 példányban adják ki (Kiskegyed: Wikipédia). A *Meglepetés* (Hegedűs Noémi főszerk. 1996–) könnyed, játékos, szórakoztató színes női magazin, hetilap, mely érzelmes, de izgalmas történeteket közöl, a nőket (olvasókat) nap mint nap foglalkoztató témák

és heti aktuális események szerepelnek benne. Célkitűzésük szerint a nők vágyai, álmai, érzései és a hétköznapijai a jellegzetes témák a hetilapban (Sanoma).

A harmadik sajtótermék, a *Cosmopolitan* (1886–) című havilap, Helen Gurley Brown főszerkesztésében 1966 óta jelenik meg 100 országban, 34 nyelven (Wikipedia). 1998 óta van magyar változata is (Szabó Patrícia főszerkesztésében). A magazin kifejezetten a fiatal nők lapja, és a tegező forma, szleng ki is fejezi ezt a szándékot. A magazin megalkotta az ún. Cosmo-lányt, a lap képviselőjét: aki modern munkahelyen dolgozik, egyik fő témája a párkapcsolat – a partner (a pasi) megszerzése praktikák segítségével; nyíltan vállalja a szexualitását; érdeklődése a divatos öltözködés, a trend követése, márkás holmik beszerzése.

Ugyancsak a vizsgálat körébe vontam a fikcióra épülő szappanoperát, a *Barátok közt* címűt. 2008-ban volt a sorozat 10 éves, az illusztrációként közölt óriásplakáton néhány adat olvasható a sorozatról:



A kapcsolatok ábrázolása és a bulvármédia

A *kapcsolat* és a *kapcsolatban* a családi állapotok közül az együttjárás, együttélés körülíró megnevezése. (Lásd az iwiw adatlapján felkínált választási lehetőséget a *nős, férjes, egyedülálló, özvegy* szavak mellett.) A szónak ez a manapság gyakori jelentése a Magyar értelmező kéziszótárban (2003) még nem található meg.

1. Két dolog közötti viszony, összefüggés. **Oksági kapcsolat; kapcsolatban van v. áll vmivel; ezzel kapcsolatban megjegyzem, hogy ...**
2. Ismeretség, összeköttetés. **Jó kapcsolataik vannak.**
3. *Táv*k Összeköttetés.
4. *Műsz Ép* Szerkezeti elemek közötti erőközvetítő összeköttetés.

Ezek közül a jelentések közül az 'ismeretség, összeköttetés'-hez illene, ám az 'ismeretség' nem pontosan fedi le az újabb használatot, az 'összeköttetés' pedig egészen félrevezető.

A fentebb említett bulvártermékekben a *kapcsolat* szó a szerelmi viszonyok kifejezésére szolgál. Áttekintve a három újság témáit, azt tapasztaljuk, hogy a legnagyobb arányban a *Cosmopolitan* foglalkozik a kapcsolatokkal:

	A lap terjedelme (oldal)	A kapcsolatokkal foglalkozó cikkek terjedelme	%
Kiskegyed	58	4	6%
Meglepetés	58	9	15%
Cosmopolitan	150*	28	18%

*Az egész oldalas hirdetéseket leszámítva.

Az sem mindegy, hogy a kapcsolatokat, a szerelmeket milyen szakaszában ábrázolja a bulvármédia, ahhoz előbb át kell tekinteni, milyen szakaszokat figyeltek meg a kutatók. Egy ismert leírás a kapcsolatok öt nagyobb szakaszát különbözteti meg (Levinger 1983):

1. Megismerkedés	2. Felépülés 3. Megszilárdulás	4. Meggyengülés	5. Befejeződés
Fizikai vonzerő	A bevonódás fokozása	Konfliktusok	Szakítás
Gyakoriság	Kitárulkozás (intimitás)	Érzelmi hőfok csökkenése (elhidegülés)	
Hasonlóság	Elköteleződés	Fizikai távolság	
Megerősítés			

A kapcsolatok kialakulása, fenntartása és megszűnése
(Levinger 1983, idézi Argyle 1997: 252)

A valóságos szerelmi kapcsolatok jellemzése utal egyrészt a lap érdeklődési körére, másrészt a célközönségére. A szerelmesek életkorát tekintve közel azonos korúak kapcsolatáról szóltak a cikkek, feltűnő a sok fiatal pár (főleg a C-ben). Idősebb párok jellemzően az M-ben és a K-ben fordultak elő. A vizsgált lapszámokban döntően heteroszexuális párokat mutattak be. Határozottan érződik az a szemlélet, hogy a kapcsolat fenntartása a nő dolga (C).

A szerelem típusai szerint áttekintve a kapcsolatokat, Sternberg elméletében az egyes típusok fejlődési fokokkal is megfeleltethetők. Az egy összetevőt tartalmazó szerelmek mindegyike változhat egy két, illetve a három összetevőt magában foglaló kapcsolattá. (Visszaalakulás is lehetséges, természetesen). Például az üres szerelem-

nek nevezett, csak az elkötelezettségen alapuló kapcsolat válhat akár barátsággá, akár vak szerelemmé, e két utóbbi pedig a harmadik összetevővel együtt beteljesült szerelemmé változhat.

A fiatal nőt így okítja a Cosmo (83): *Ha a pasi nem lép tovább. Érezted már valaha, hogy hosszú ideje tökéletes harmóniában éltek a pasiddal, úgy tűnik, hogy minden adott a boldog, közös jövőhöz, a következő fázishoz, de mégsem történik semmi? Vajon mi lehet az oka a veszteglésnek? Ennek jártunk utána.*

Sternberg (idézi Smith–Mackie 2001.) leírása szerint az imént említett cikk a szerelemnek a romantikus változatáról szól: van szenvedély, intimitás, nincs (vagy nem elég magas) az elkötelezettség – amely a tartós, végleges kapcsolat – házasság? – lenne.

Más helyen ugyanez az újság a szenvedély újraélesztése érdekében közöl praktikat, női fortélyokat, hogy a fiatal nő ne érezze át a nagyon is régi, minden kultúrában meglévő tapasztalatokat a szerelemről: *Amikor két ember találkozik, a szívük lángol, és a szenvedélyük nagyon nagy. Egy idő után a tűz kihűl* (!kung nő, dél-afrikai népből való nő megjegyzése, Shostak 1981, idézi Oatley–Jetkins 2001: 83).

A párkapcsolatok alakulásából a bulvármédia számára a szenzáció értékű megismerkedés, konfliktus és szakítás kínál témákat (a hírek 5W + 1 H-jának megfelelően: ki kivel, hol, mikor, mit csinált, miért?). Így például: *Kovácsovics Fruzsina és Ben – Szerelm születik* (M 18), *Nicole Richi és Joel Madden – Egész nap visítotak* (M 20), *Hargitai Bea és Alejandro – Vége a távkapcsolatnak* (M 18). A bulvármédiában előnyben részesítik a fellobbanó, szenvedélyes szerelmet.

A szerelem leírása, megnevezése a sajtónyelvben

A Magyar Nemzeti Szövegtár sajtónyelvi korpuszában keresve egy véletlenszerű 500 elemes minta adatai szerint a szerelem leírásához használt jelzők sora is a szenvedélyhez köthetők:

nagy	44	tiszta	6	földi	4
testi	18	legnagyobb	6	egyoldalú	4
igazi	18	végzetes	5	egynemű	4
örök	15	szép	5	viharos	3
romantikus	11	plátói	5	végtelen	3
szenvedélyes	8	forró	5	valódi	3
szabad	8	bolond	5	titkos	3
beteljesületlen	8	tragikus	4	őszinte	3
viszonyatlan	7	legendás	4	kis	3
reménytelen	7	lángoló	4	boldog	3
egyetlen	7	kortalan	4		

Sternberg ábrájában a szenvedély összetevőt tartalmazó változatoknak felelnek meg azok a melléknevek, amelyekben a lángolás, hevesség mozzanata felfedezhető: *szenvedélyes, végzetes, forró, lángoló, viharos*.

A nyugati kultúra elvárt eszménye a szerelemnek ez a változata, melynek a fő jellemzője a „szexuális vonzalom/imádat/kizárólagosság” (Oatley–Jetkins 2001: 83). A szerelemben és európai elképzelése, a nyugati kultúra felvette az egyetemes mintát. A bulvármédia cikkeiben sok változatában olvashatjuk, hallhatjuk: *dűl a szerelem* (K 6), *eltalálta Amor nyíla* (K 18), *bontakozó szerelem* (K 18), *nőcsábász, szívtipró* (M 24, 25), *szerelem tüze* (M 14), *szelmes, mint egy bakfis* (M 5), *rózsaszín köd* (M 15), *lángoló szerelem* (M 15), *mély érzelmi kötődés* (M 15), *intenzív lángolás* (M 15).

A népszerű szappanoperában, a *Barátok között*ben fiktív szerelmeket látunk napról napra. A párok szerelmei átlagosak, a szélsőségek ritkán jelennek meg benne: közel azonos korú hetero párkapcsolatokat ábrázolnak az egyes részek. A bulvársajtóhoz hasonlóan a szerelem kezdeti és konfliktusos, lezáró szakasza válik érdekessé a sorozatban, megint csak a ki kivel... kérdések köré szerveződnek az események. Az egymás utáni részekben csak a párok cserélődnek, a történet szinte változatlan: Nóra és Miki, Vanda és Botond, Kinga és Géza kapcsolata lényegét tekintve egyforma.

Befejezés

E rövid áttekintés után világossá válik, hogy a bulvármédia mind a szóhasználatban, mind a történetek, események kiválasztásában a szerelemnek a szenvedélyen alapuló, nyugati értelmezését közvetíti, továbbra is fenntartja a lovagkorból örökölt szenvedélyes, romantikus szerelem képét. A szerelem kialakulása és a felbomlása a gyakori téma, a médiában megjelenő történetek alapját a botrányos események szolgáltatják.

Am a médián kívüli világban tapasztalható sokszínű, változatos szerelemből a bulvárban egy-két színű lesz.

Felhasznált irodalom

Argyle, Michael 1997. Társas viszonyok. In: M. Hewstone, W. Stroebe, J. P. Codol és G. M. Stephenson (szerk.) *Szociálpszichológia*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest. 2. kiadás. 245–271.

Bulvársajtó. http://hu.wikipedia.org/wiki/Bulvársajtó#cite_note-autogenerated1-0
[Hozzáférés: 2008. okt. 10.]

Cosmopolitan. Wikipedia [http://en.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan_\(magazine\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan_(magazine))

Császi Lajos 2002. *A média rítusai*. Osiris Kiadó – MTA ELTE Kommunikációelméleti kutatócsoport. Budapest.

Horváth Péter Iván 2009. A sztárolt celeb. e-nyelv.hu. <http://www.e-nyelv.hu/2009-04-01/horvath-peter-ivan-a-sztarolt-celeb/> [Hozzáférés: 2009. ápr. 2.]
Kiskegyed. Wikipédia <http://hu.wikipedia.org/wiki/Kiskegyed> [Hozzáférés: 2008. okt. 15.]
Oatley, K. – Jenkins, J. M. 2001. *Érzelmek*. Osiris Kiadó. Budapest.
Smith, Eliot R. – Mackie, Diane M. 2001. *Szociálpszichológia*. Osiris. Budapest. 632–633.

Forrás

Cosmopolitan 2008/11. november.
Kiskegyed 2008. 17. évfolyam 40. szám (852.) 2008. szeptember 30.
Meglepetés 2008. XIII. évfolyam 40. szám 2008. október 2.
Meglepetés (Sanoma) In: <http://www.sanomabp.hu/termek/meglepetes/4948/?fid=392>

Minya Károly

Bulvárstílus, bulvárszó

A bulvársajtóban előforduló sajátos kifejezéseket, amelyek egyúttal e műfaj jellegzetes stílusát hozzák létre, két szempontból lehet megközelíteni. Egyrészt az idő szempontjából. Ez alapján megkülönböztetünk archaizmusokat és neologizmusokat. Míg a neologizmusok a jelenben ragadhatók meg, a legfrissebb, legújabb kifejezések, addig az archaizmusok a régiséget képviselik. Nevezhetjük őket a szókincs két szélső rétegének. Neologizmusnak nevezünk valamilyen új nyelvi jelenséget, új szót, szóalakot, ragozási formát és jelentést. A neologizmusok a sajtóban elsősorban a figyelemfelkeltést szolgálják, az úgynevezett blikkfang eszközei. Archaizmusokat a bulvársajtó természetesen nem alkalmaz.

A bulvársajtóban található szavak másrészt megközelíthetők a szókészlet társadalmi rétegződését tekintve. Az előforduló jellegzetes kifejezései elsősorban az ifjúsági nyelv szókincsébe tartoznak, stiláris megközelítés alapján pedig a bizalmas, familiáris, szleng minősítést kaphatják. A szleng egyik legfrissebb szakirodalmának tekinthető Parapatics Andrea Szlengszótára. Ebben a szerző a következőképpen jellemzi ezt a szócsoportot: „Különösen gyakran formálódik újra és újra a szleng. Ennek oka, hogy használatát egyszerre jellemzi az egyéniség kifejezésének vágya és a nyelvi divattá válás, a másoktól való elkülönülési szándék és a csoporton belüli összetartozás kifejezése. [...] A nyelvi divattá válás ellentétes a szleng alapvető fogalmával, ezért rövid idő alatt újabb és újabb elemek jönnek létre, tovább bővítve ezzel a szlengszókincset. [...] A szlenges kifejezésmódnak ma már csak a nyelvhasználati helyénvalóság szabhat korlátokat, vagyis tudnunk kell, mikor, milyen kommunikációs közegben választhatjuk a szlenget. A szlenghasználat megfelelő közege az informális, bizalmas társalgás” (Parapatics 2008: 7–8). Ez utóbbi feltétlen kiegészítendő azzal, hogy a szleng használata erősen jellemző a bulvársajtóra, ami köztudottan írott, és nem tekinthető informális kommunikációnak.

A vizsgálódásaim kezdetén abból a feltételezésből indultam ki, hogy bőségesen találok a fent említett rétegnyelvi szavakra példákat a bulvárnapi lapokban, pl. Blikk, Napi Ász, Bors stb., azonban meglepődéssel tapasztaltam, hogy ezekben alig fordulnak elő szlengnek minősíthető kifejezések, így nyelvileg igen korrektnek nevezhetők. Ezután találtam rá a fiataloknak szóló havilapokra. Ezek közül a Bravo magazin 2008. október 9–21-ei számát vettem górcső alá, s vizsgáltam meg bennük a bizalmas stílushatású szavakat a szóalkotási-szókincsbővülési módok szempontjából. Az

alábbiakban példamondatokban s némi grammatikai magyarázattal mutatom be a jellemző kifejezéseket.

Sajátos újszerű kifejezés a szleng *zúz*. Balázs Géza a szó létrejöttéről a következőket írja: A *zúz* tárgyas ige alapjelentései: 1. nagy erővel apróra tör valamit, 2. zúzódást, sebet okoz valakinek. Az „*Újra együtt zúz a Moby Dick és az Akela*” mondatban a *zúz* ige már tárgyatlan. A régi *zúzos* szót tartalmazza a szótár, azt jelenti, hogy zúzmarás, ami a *zúz*, *zúzmar*a főnévből származik. A *zúzos* jelentése azonban napjainkban egészen más: kiváló, remek, nagyon jó. Eredetét tekintve talán a *húzós* folytatása. Valamilyen játékos, ikerítéses továbbképzés történt a *király-sirály* mintájához hasonlóan: *húzós-zúzos*. Ugyanakkor *zúzos* formában is előfordul. A *zúz* újabb jelentése: 'zenélni', 'nyomulni' (Balázs 2008: 39.). Íme a példák a Bravo újságból:

Johnny „rocker” Depp zúz és lemezcéget alapít. Az egykori kalóz durván rácsúszott a zenére. persze nem most, már jó pár éve tart ez a szerelem.

Hihetetlen, ami a világ egyik legtehetségesebb dobosával történt. Súlyos sérülései miatt még nem lehet tudni, zúzhat-e egyáltalán úgy, mint régen.

A *rácsúszik* ige jelentésbővüléssel fejezi azt ki, hogy 'megszeret valamit, rászokott valamire'. A már idézett szlengszótárból a következőket hozhatjuk ennek szinonimájaként: *rábukik, rácuppan, rákattan*,

Igen gyakori a szórővidülés *-i* kicsinyítő-becéző képzővel ellátva:

Nemrég egy fotósnak sikerült lencsevégre kapnia egy igazi smacit az utcán.

Úgy látszik, a Jonas bratyók világéletükben cowboyok szerettek volna lenni. Most valaki vagy adjon alájuk egy lovat, vagy szóljon nekik, hogy gázok ezek a csizmik.

Húsz olyan progit találsz benne, amelyeket egyetlen közös felületről indíthatsz el.

Földet fogott a többmázsás eli. Birkó testvéri szeretetből. Elefánttestvérek egymásra találásának lehettek szemtanúi a Nyíregyházi Állatpark látogatói.

Oké, a pophercegnő tényleg összekapta magát, de azért az öltözködésén még van mit csiszolni. Főleg a mintás, szakadt rövidnaci súlyos!

A *smaci*, a *csizmi*, a *rövidnaci* még érthető is az olvasó számára, azonban a *progi* (program) és az *eli* (elefánt) „rekonstruálása” a szövegkörnyezetben is nehézséget okozhat.

A legutolsó példamondat *súlyos* szava átvezet egy újabb szókincs-bővülési módhoz, a jelentésbővüléshez. Viszonylag egyértelmű a jelentés is: nagyon „ciki”, „égő”, azaz rossz ízlésre utal a *rövidnaci*. Az alábbi példákban azonban a jelentésbővülés meglehetősen tág jelentéstartományokat ölel fel, úgy is fogalmazhatunk, hogy némileg homályos; nem mindig helyettesíthető egyetlen melléknévvel, illetve főnévvel a *durva*, *brutális*, *cucc*, *nyom*, *lövés*.

Nagyon durva, de ezek a srácok elkezdtek hívogatni, amikor befutottam.

A zenezsatornán csak a brutálisan félbevágott változat fut...

Ez a korong nem hoz brutális stílusváltást, de a rajongók tutira kajálni fogják.

Azt akarom, hogy most mindenki vegye elő a mobilját vagy a kameráját. Exkluzív cuccot fogok nyomni.

Lövése nem volt arról a húszéves Katie-nek, hogy egyszer ő lesz Tom Cruise felesége.

Az alábbi szóképzés meglehetősen ritka, mondhatjuk alkalmi neologizmus, hiszen egy adott filmsorozathoz kötődik.

*Az álmok **bettyesülnek**. A sorozat sztárjai megmutatják, milyen az igazi bettyesülés.*

Ugyanakkor a képzés nem is teljesen transzparens, azaz átlátható, mivel *bettyes* alak nem létezik, amihez kapcsolódik az igeképző és az igei személyrag, legfeljebb a *bettyes*.

Jellemző és gyakori kifejezés a diáknyelv szókincsében a *parázni*, ami a *paranoia* szó rövidülése és továbbképzése.

*Biztosan lesznek, akik megijednek, amikor azt mondjuk, hogy ez egy politikai tartalommal bíró album, de nem kell **parázni**.*

Napjaink egyik leggyakoribb szóalkotási módja a szóösszetétel (alárendelő, ritkábban mellérendelő), a bulvársajtóban is bőséggel találunk rá példát mind a magyar, mind az idegen eredetű kifejezések köréből. Az első négy példában az összetélteli utótag, a *mogul*, a *guru*, a *király* és a *császár* jellegzetes ebben a stílusrétegben. Valakinek az „óriás voltát”, elismertségét hivatott jelezni. A *fogyiguru* összetételben még egy szóalkotási mód érhető tetten, az előtag rövidülése és *-i* kicsinyítő-becéző képzővel való ellátása. (Lásd fentebb.)

*A leggazdagabb médiaszemélyiség cím immár hosszú évek óta Friderikusz Sándoré. A hajdani rádióriporter, aki vonattal járt az interjúkra, **médiamogullá** nőtte ki magát.*

*Jennifer Lopez szülés után drasztikus diétába kezdett, ezenkívül hipnózisra jár egy **fogyiguruhoz**.*

*Pákó **didikirályból cumikirály** lett.*

*Eljátszom nektek az új albumom első dalát – mondta a mikrofonba a **rapper-császár**.*

Ezenkívül egyéb összetételekkel is találkozhatunk.

*A **fülmonitort** magamnak vettem, és rettentően büszke vagyok rá.*

*Katy és Mika a **partypár**.*

*Egyszerre hozták ki a lemezeiket, és mivel amúgy sem kedvelték egymást túlzottan, üzengetni kezdtek, mert hát ugye a **rapbizniszben** ki kell derülnie, ki a jobb.*

*Emo vagy punk? Öltöztess fel a két csajszit, cserélgess a felsőket, a kiegészítőket, csinálj belőlük **imópánkot** :)*

Ez utóbbi, szóösszetétellel létrejött (*emós + punk*) neologizmus esetében a humor játssza a főszerepet, amit az újságíró a fonetikus átírással és a mosolykóddal erősített meg.

Nagyon jellemző napjaink szlenghasználatára a *be-* igekötős igék megszaporodása. Kis túlzással mondhatjuk, hogy naponta keletkezik, főként a spontán, bizalmas beszélt nyelvben. A Szlengszótár 90 ilyen igét tartalmaz, például: *beájul* 'meglepődik', *bealáz*, *beburkol*, *bebüntet* 'megeszik', *becsomiz* 'becsomagol', *bedurran* 'megizzad', *beéget* 'kellemetlen helyzetbe hoz', *befigyel* 'kilátszik', *befordul* 'elszomorodik', *beküáz* 'erős gölt ló asztali fociban', *benéz* 'téved', *besír* 'megsértődik', *betol* 'megeszik' stb. Az egyik leggyakoribb ilyen típusú ige a *bevállal*, amelynek már képzett alakja is létezik: *bevállalás*, jelentése: 'belevaló', 'bátor'.

Igazi bevállalós klippel támadnak a punk-rock arcok.

Az eredeti, vágatlan, bevállalósabb verziót csak a neten nézhetitek meg.

Beköltözés előtt: hárman a bevállalós csajok közül.

Biztosan jókat röhög, amikor előjön a kicsi Chris, és beszólogat neki.

Összegzésképpen a bulvársajtó stílusáról a szókincset alapul véve a következőket mondhatjuk el:

A sajátos bulvárstílust megteremtő szavak leggyakrabban szóösszetétellel és szóképzéssel jönnek létre, ugyanakkor előfordulnak idegen szavak és szórövidítések is.

Az itt alkalmazott neologizmusok csak a szövegek környezetben érthetők.

A bulvárstílus a neologizmus-szleng-divatszó hármásában ragadható meg leginkább, s jellemzőiket is ezekhez a kategóriákhoz köthetjük.

Mivel egyik legfontosabb jellemzőjük a változás, így a neologizmusok alapvetően a szókincsének a meghatározó elemei.

A szleng, bizalmas, familiáris szavak használatával hasonlít az élőszóhoz, így e stílus az írott beszélnyelviséghez közelít, igaz, nem olyan mértékben, mint az sms vagy a cset nyelvhasználata.

Felhasznált irodalom

Balázs Géza 2008. *Zúzzunk egyet!* Magyar Nemzet. október 18.

Parapatics Andrea 2008. *Szlengszótár*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

II. fejezet

Korlátok nélkül: nyelvhasználati jelenségek a médiában

H. Varga Gyula

Korlátok és korlátlanságok a közélet és a média nyelvhasználatában

„A kormány hazudik!” – mondta 1990-ben egyik párt vezetője. Sokakban megrökönyödést keltett ez a mondat, mert a rendszerváltásig szokatlan volt az ilyen nyers, kemény, a közéletbe nem való kijelentés. Hogy engedheti meg magának egy közéleti szereplő – akit mi, a köz választottunk, bízunk meg érdekeink és értékeink képviselésével –, kinek a felhatalmazásával és milyen erkölcsi alappal fogalmazhat meg ilyen súlyos vádat! Ám nem kellett sok időnek eltelnie ahhoz, hogy megszokjuk: a demokráciában a két oldalhoz (hatalom és ellenzék) állt vagy sodródott emberek keményen „vívják harcukat”. (A kifejezést a sportból, a nemes küzdelemből, nem pedig a háborúból kölcsönözve.) Aztán teltek az évek, ennél különbségek is elhangzottak a Parlamentben és azon kívül közéleti szereplők szájából. Ez a pozíció- és presztízsharc általában verbális eszközökkel folyik, így a bírálatok, ellenvélemények mellett megjelennek a támadások, vádaskodások, gyanúsítgatások, sőt, lejárataik is. És megjelenik az agresszió – szintén nyelvi köntösben, mint nyelvi agresszió és tabutörés.

Hosszú idő és út van mögöttünk *A kormány hazudik!* mondattól az őszödi beszédig. (Mely ennek a vonulatnak a csúcspontját, de legalábbis – reményeink szerint – a zárófejezetét jelenti.) Az országgyűlésben és a közélet különféle fórumain elterjedt a – sokszor indulatos – tabutörő nyelvhasználat, mely eddig legfőljebb a magánélet területére korlátozódott. Harc van, táborok vannak, a „küzdők” egymás gyengeségeit keresik, mintha olykor megfeledkeznének a nagy és távlati feladatokról, arról, hogy a vita nem cél, csupán eszköz a felelős döntések meghozatalához. A harcban a partner meggyőzésének szándékát felváltotta az ellenfél legyőzésének a kényszere. Ennek pedig egyenes következménye az értékek kisajátításának igénye és a jó–rossz oppozíció felállítása (demokratikus–antidemokratikus, felelős–felelőtlen, szakértő–hözzá nem értő, hazafi–hazaáruló, tisztesség–korrupció stb.). Úgy tűnik, ezekre az ellentétpárookra épül a mai politikai retorika.

A címben jelzett közélet és média úgy kapcsolódik össze, hogy mindezt a média közvetítésével tudjuk, ilyenformán terjesztésükben jelentős szerepet vállalt. Sőt, nemegyszer eltúlozva egy-egy – nem a nyilvánosságnak szánt – mondat, esemény jelentőségét gyakran fölerősíti vagy transzformálja, és ezáltal „ügyet” generál belő-

le. Napokig, hetekig tematizálja a közbeszédet. Mintha a bekapcsolva hagyott mikrofonok, titkos felvételek, kiszivároztatás, jólérsütség mind-mind ennek a verbális harcnak az eszközei lennének.

De vajon hol van a határa a szókimondásnak és a szóbeli agresszióknak? Hol van a határ? Van egyáltalán határ? Lehet, hogy már eltűntek a határok? Hogy a demokrácia a mindent szabad terepe?

Nyelvi korlátok

Abból az előzetes föltevésből indulok ki, hogy az ember – mivel közösségben él – soha nem teheti teljességgel, amit akar, és nem mondhat bármit pillanatnyi kényekedve szerint. A közösségben élésnek az az ára, hogy alkalmazkodnia kell környezetéhez, annak elvárásaihoz. A közösségben élő embernek föl kell ismernie, hogy aktuálisan mit szabad és mit nem szabad tennie, mondania. Sőt az emberi közösségekben azt is tudnia kell, hogy mikor mi illő, és mi nem illő. Vagyis megnyilvánulásai szociokulturálisan korlátozva vannak. Az tehát nem kérdés, hogy vannak-e korlátok. A kérdés az, hogy mik ezek a korlátok, és ki állítja fel a korlátokat.

Amikor a nyelvi illőségről vagy illetlenségről, a nyelvi udvariasságról vagy durvaságról, esetleg a nyelvi agresszióról beszélünk, soha nem a nyelvet hibáztatjuk. Sokkal inkább a mögötte lévő szándékot, mondanivalót, a kifejezendő érzelmeket, indulatokat. A nyelv nem tehet arról, hogy bizonyos szavak, kifejezések használata illetlenségnek vagy sértésnek számít. Ezt a használói tulajdonítják neki. A korlátokat – a nyelvben és azon kívül – a tiltások (a tabuk) és az illőség alkotják. Mint ismeretes, a tabu nem nyelvi jelenség – erről részletesebben szól e kötet egyik szerzője, Tomesz Tímea –, ám gyakran nyelvi köntösben nyilvánul meg, ezért beszélnek *nyelvi taburól*. A tabu tilalom, korlát. Megkerülhetetlen. A nyelvi tabu azonban megkerülhető, eszköze az *eufemizmus*. Az eufemizmus kimondhatóvá teszi a kimondhatatlant: a korláton túlit a korláton belülre emeli. Elfogadhatóvá, normatívvá szelídíti. Ilyen követendő előírás évszázadokon át: „Istennek nevét hiába ne vegyed!” Vagy ilyen a tízparancsolat több pontja, pl. a szülőkre vonatkozó (Tiszteld atyádat és anyádat, hogy hosszú ideig élj a földön...). Ide tartozik a hatodik (sex) parancsolat (Ne paráználkodj!) Tabu tehát a káromkodás, de az a szülők bántása, mások gyalázása is. Nyelvi tabu a 6. parancsolat témakörébe tartozó, a nemi étellel kapcsolatos szavak és kifejezések használata stb.

A tabuk az élet minden területén jelen vannak. Okaik gyakran az erkölcsben vagy a vallásban keresendők, de rengeteg tabura a modern tudomány racionális magyarázatot adva azok létét igazolta. A tabu, így nyelvi tabu is, mindig egy közösségben érvényesül, megsértése a közösség szokásainak és tilalmainak a megsértése, és különféle szankciókkal jár. Mai európai kultúránkban ezek a tiltások elsősorban a vallás, a szexualitás, a különféle testi-biológiai jelenségek, és újabban a többség által hátrá-

nyosan megkülönböztetett embercsoportok, kisebbségek (hajléktalanok, bevándorlók, cigányok) megnevezése körül jelennek meg. A szakember egy szakszövegben használhatja a tabuszavakat, de a mindennapi társalgásban egyszerűen másra cseréljük, „szalonképes” szavakkal helyettesítjük vagy körülírhatjuk őket, mert be akarjuk tartani a társadalmi elvárásokat (amennyire csak lehet). Amikor ilyen körülírásokat használunk egy tabunak minősített szó vagy kifejezés helyett, akkor azt a nyelvészeti szakzsargonnal élve eufemizmusnak (jól, szépen beszélésnek) hívjuk.

A nyelvi tabu tehát korlát, pontosabban korláton túli terület. Fogalmazhatunk úgy is, hogy a tabusértés a (nyelvi) normán kívül van. S itt, ezen a ponton, úgy tűnik, megkerülhetetlen a nyelvi norma értelmezése. A fogalom körül az elmúlt években parázs viták zajlottak. A nyelvi norma többféle értelmezése lényegében két alapfelfogásra vezethető vissza. Az egyik a megtapasztalható, megfigyelhető nyelvi tények, a sok-sok nyelvváltozat (nyelvjárások, szaknyelvek stb.) fölötti elvont, eszményi nyelvváltozatként értelmezi a normát. Eszerint a normatív nyelvváltozat mintának, eszményi változatnak tekinthető, melyet óvni és építeni kell tudatos, tervszerű munkával, felvilágosítással. E kettős feladat – vagyis egyfelől a nyelv ápolása, másfelől a nyelvhasználók segítése, felvilágosítása – hagyományos elnevezéssel a nyelvművelésre, illetve a nyelvművelőkre hárul. Ez utóbbiaknak az a feladatuk, hogy – szakmailag fölkészülten – dolgozzanak a norma(tív nyelvváltozat) tökéletesítésén. Bár a támadások keresztüzében mintha már maga a szó is (nyelvművelés, nyelvművelő) „szakmai tabuvá” vált.

A másik felfogás a normát realitásként értelmezi: a spontán nyelvhasználat összhangolt megnyilvánulását látja benne. Követőik szerintük a norma a nyelvi kompetencia megtestesülése, az ember nyelvi képességének kifejeződése. Az egyén a nyelvi kompetenciája alapján tudja, mi helyes és mi nem, ilyenformán sem az egyén természetes nyelvhasználatába, sem a nyelv spontán alakulásába nem szabad, sőt, káros beavatkozni, a kutatónak legfőljebb a diagnózis felállítása lehet a dolga. E felfogás tehát a nyelvhasználóra bízta a korlátok ismeretét és felismerését. Ezt azonban már nem tartalmazza a nyelvi kompetencia, a korlátok felismerését ennél tágabb mezőben kell keresni. Ez pedig a kommunikatív kompetencia.

Akárhogyan is van, annyi bizonyos, hogy mind a nyelvi tabu, mind a nyelvi illőség kimutathatóan, létező szabályok szerint, ha úgy tetszik, a szokásjog alapján korlátozza nyelvhasználatunkat. Merthogy a helyes–helytelen, szabályos–szabálytalan oppozíción kívül számolnunk kell az illő–illetlen, kívánatos–kerülendő, szabad–tilos ellentéppárokkal, vagyis visszakanyarodtunk a korlátokhoz. Sőt, nemcsak nyelvi norma van, hanem viselkedési norma is, a nyelvi kompetencián túl kommunikatív kompetenciáról is beszélnünk kell.

A normától való eltérést a nyelvhasználók – kommunikatív kompetenciájuk alapján – tabutörésnek vagy normasértésnek tartják. Megindokolható ez az állítás, de kissé pontosítani, differenciálni kell. A tabutörést vagy normasértést a kommunikációs

partnerek (nem pedig a nyelvművelők) – akik egyébként tömegükben normakövetők – minősítik, ez a minősítés kétféle lehet: pozitív vagy negatív. A pozitívan minősített – tulajdonképpen elfogadott – normasértést a környezet újításként értékeli, és kreativitásnak tartja; a negatívát pedig megbotránkoztatónak, devianciának minősíti, és elveti, használatát szankcionálja. Úgy lehet ezt szemléltetni, hogy van egy széles sávjuk az elfogadott nyelvi és nyelvhasználati jelenségeknek, ez a normán belüli állomány. És vannak az úton túli keskeny sávok, a korláton túli területek. Valahogy így képzelhetjük el:

negatív eltérés: deviancia	N O R M A	pozitív eltérés: kreativitás
---	------------------	---

Régen is, napjainkban még inkább, tanúi lehetünk a tabutörés jelenségének. Megfigyelhetjük ezt a művészetekben: ezen a téren talán a képzőművészet és a film ilyen bátor (?) tabutörő. A színház a vizuális tabuk mellett a nyelvi tabukat is döntögeti. A szépirodalom természetesen a nyelvi tabuk törésében jeleskedik. Úgy tűnik, a művészetek elsősorban a szexualitás és az élet élvezeteinek tilalmait ostromolja elsősorban. A korlátok áthágása a közéletben és a médiában inkább az emberi erkölcsi értékek terén figyelhető meg. A művészetekkel ellentétben – amelyek a tabutörést pozitívumként, főleg tiltások és korlátok elbontásaként, mintegy az egyén felszabadításaként kezelik – a tabutörés a közéletben negatívumként, hiányként, tökéletlenségként jelenítődik meg.

Mind a normák, mind a tabu folyamatosan változik. Két példával szeretném ezt illusztrálni. Néhány évtizede jött szokásba az illemhely megnevezésére a közismert mozaikszó: *WC*. Bár az angol kifejezés *water closet* ('vizes fülke') nemes, francia származásra megy vissza, úgy tűnik föl, az utóbbi években már nem szalonképes a magyarban (az angolban még kevésbé). Jobb helyeken leváltotta a *mosdó*, még jobb helyeken pedig a francia *toilette*. Pedig a *WC* ~ *water closet* lényegében maga is eufemizmus volt, de mivel tabujelenséget nevezett meg, a használatban elkopott.

Másik példa. A történelmi Magyarország nemzeti kisebbségeinek megnevezésére korábban a *tót*, *oláh*, *rác*, ma a *szlovák*, *román*, *szerb* volt használatos. Hogy mi a stílári különbség közöttük, jól érzékelhető – és így érthető meg –, ha arra gondolunk, hogy manapság illendőbb – főleg nyilvánosan – a cigányokat romáknak nevezni. Viselőik számára elkopott a *cigány* szó, sokan közülük bántónak, sértőnek, megbélyegzőnek érzik, mert a többségi társadalom előítéleteket társít hozzá. A *cigány* szó – a *tót*, *oláh*, *rác* szavakhoz hasonlóan – kezd kerüendő, tabuszóvá válni.

A normaszegésre előkészítő nyelvi eljárások léteznek. Ilyen a bizalmas nyelvhasználatbeli, a következő fokozat pedig a szleng- és a durva szavak bevitele a közélet fórumaira, előbb szóban, végül írásban. (Lásd a bevezető gondolatokat.) A tabutörés „fölvetető gyakorlata”, első fázisa nemritkán a tabuszó játékos elferdítése humoros használata (*cseszd meg, wazze*).

Új normák, új korlátok a láthatáron

Lényegében már volt róla szó, hogy kik állítják fel a korlátokat: a közösség. És kik törik át? A közösség tagjai. Miért? Bár ennek alapvetően nem nyelvi okai vannak, mégis érdemes elgondolkodni rajta.

A korlátokat tehát a beszélőközösségek hozzák létre. Mi mindannyian. Amit létrehozunk, azok a beszélési szokások, azt is mondhatnánk, ahogyan az élet más területein létrejönnek divatok, úgy a nyelvhasználatban is kialakulnak ilyenek. A közösség fölkap egy-egy kifejezést, nyelvi formát, és szívesen használja, mert különböző okokból tetszik neki. Szokásává válik, nyelvszokássá alakul.

A beszélőközösség – itt most a teljes nyelvi beszélőközösséget értjük – rendkívül heterogén. Gondoljunk például a magyar társadalomra. Rendkívül sokféle, különböző szintű kisebb közösség alkotja. Kérdés, hogy mely csoport(ok) dominál(nak), mely közösség szava erősebb, mely tudja úgy pozicionálni magát, hogy az ő általa képviselt normák legyenek a mérvadóak. Merthogy a társadalomnak vannak kitüntetett csoportjai. Ezek a csoportok korábbi normaszegőkből – pozicionálásuk folytán és eredményeképpen – normateremtőkké váltak az idők során. Az utánuk következő generációk, illetve más csoportok az előbbieket által felállított normák ellen láznak. Ők meg akarják változtatni a korlátokat, de társadalmi helyzetükből következően erre nincs lehetőségük. Idővel és az erőviszonyok átrendezésével azonban helyzetük dominánssá válik, és érvényesíthetik, elfogadtathatják a saját, most már újnak mondható normáikat. Minél hangosabb, dinamikusabb, önérvényesítőbb a csoport, annál inkább. Ők azonban nem megszüntetik a korlátokat, hanem – a történelem tanúsága szerint – átrendezik. (Ami ellen hozzájuk hasonló módon küzdenek a nyomukba lépők.) És ez így megy tovább, és így is fog menni.

Nézzük a mai normaalkító csoportokat, és nézzük az utánuk következőket. Kérdés ugyanis: amikor a korlátok szükségességéről beszélünk, átlépésüket kárhozzátjuk, tudjuk-e, hogy milyen korlátok vannak kialakulóban és milyenek lebomlóban.

A társadalom folyamatos átalakulásban van, az utolsó 2-3 évtizedben az ember alkotta technikának az emberre való visszahatása következtében elképesztő módon változik. A történelem során az emberi közösségek mindig adott térben, adott térhez kötötten jöttek létre és működtek, a közösség feltétele volt az egyének együttélése, életük, szokásaik, beszédük erős összehangolása. A globalizálódó világ és az elektronikus médiumok, a telekommunikáció – Meyrowitz (2005) sokat idézett gondola-

taik alapul véve – átalakítja a térhez fűződő élményeinket, átalakul a közösség és a hely viszonya, a közösségi szerveződés terei virtualizálódnak. Újfajta, eddig nem tapasztalt, a kibertérben létező közösségtípusok és benne szokásrendek vannak kialakulóban, s ez átstrukturálja a társadalmat, a közösségeket, és ezzel együtt összetettebbé, differenciáltabbá, s ami még lényegesebb: változókonnyá és a végtelenségig alakíthatóvá válik az egyén identitása. A ma globális világában és társadalmában a „behálózott ember” a technika, a világháló adta lehetőségek eszközeivel építi szocializációs és kommunikációs kapcsolatait. Megfigyelhető, hogy erős és markáns, önmagukat határozottan definiáló közösségek jönnek létre, s ezek a csoportok teljesen másfajta értékrend szerint működnek, és áttörik a korábbi ún. szövegalapú társadalom közösségképző és értékteremtő normáit, és ilyenformán átrendeződik a társadalom korábbi hierarchizáltsága.

Ezek a közösségek egyszerre veszik át egy globális közösség mintáit, s hozzák létre a maguk erős kötődésű lokális közösségét, alakítják ki nézeteiket, normáikat, szokásaikat. Az információszerzés, a széles tájékozódás eredményeképpen eddig ismeretlen szokások, normák, értékrendek megismerésével a saját kisebb-nagyobb közösségükhöz is másképp viszonyulnak. Ez részint azzal jár, hogy az egyén egyre lazábban kötődik saját hagyományos környezetéhez, annak normáihoz, másrészt szabadabban és tudatosabban választhat a közösséghez tartozásban, harmadrészt kis közösségek erősödésével – a racionalitás és az érdekek érvényesítésével – a hagyományos társadalmi intézmények és érdekcsoportok erősödő bírálatával, akár elutasításával jár.

A társadalmi változások nyilvánvalóan megfigyelhetők a közösségek működését biztosító kommunikációban is. Kérdés tehát, hogy az új típusú közösségek mennyire normakövetők, illetve normaalkotók, milyen korlátokat fogadnak vagy bontanak el, milyeneket építenek.

Két jelenséggel szeretném ezt érzékeltetni. Az egyik a helyesírásra, a másik általában az írásbeliségre vonatkozik. Ma erősen kodifikált normája van az írásnak. Mint tudjuk, készül a helyesírási szabályzat legújabb kiadása, kérdés, hogy milyen normativitást képvisel a mai írásgyakorlat. Egyik tanítványom mondja, hogy amikor elektronikus levelet ír vagy csetel, nem kezdi a mondatot nagybetűvel, mert így egy mozdulatot megspórol. Első hallásra meglepődünk rajta, de ha belegondolunk: okoz ez kommunikációs zavart? Nem. (A világ írásainak egy része nem is ismeri a kisbetű–nagybetű opozíciót, ez számukra mégsem jelent nehézséget.) Kérdés tehát, hogy bizonyos (terjedő?) helyesírási szokások, a hálózat milyen új írásgyakorlatot hoz létre, ezek mennyire reprezentálódnak, az őket létrehozó csoportok mennyire tudják képviselni saját szokásaikat. Vajon néhány évtized múlva – amikor azok kerülnek döntési helyzetbe, akik ezen nőttek föl (a netes társadalom a negyveneseknél tart) – a cset-, az sms-, a mobilkommunikáció stb. (gondoljunk Balázs Géza ilyen témájú tanulmányaira) hatására milyen normák épülnek, és mennyire lesznek erősek azok

a normák. Merthogy normativitás van ott is! Nem pedig összevisszaság. Aki az ott kialakult szokásokat nem követi, az nem része annak a társadalomnak. Ezek a közösségek sokkal erősebbek, mint azt sokan gondolják. Tehát nemcsak az a kérdés, hogy hol vannak a határok, hanem az is, hogy hol lesznek.

A nyelvi kommunikációban a legvilágosabban megfigyelhető változás a sokak által leírt „írott-beszélt nyelv” térhódítása. Úgy látszik, valamiféle kiegyenlítődés vagy átrendeződés megy végbe az egymástól markánsan eltávolodott beszélt és írott nyelvviség között. Mintha a kétféle nyelvi-stiláris szokásrend, a kétféle normativitás kezdene átjárható lenni. Jellemző példája ennek a szleng, amelyet eddig afféle komolytalan, szalonképtelen, a fiatalok beszédében (csak ott!) használatos illetlen beszédnek, jobb esetben nyelvváltozatnak tartottak. A szlengnek írásban – egy-két szépirodalmi alkotáson kívül – nem volt tere. Az utóbbi időben azonban elsősorban a kereskedelmi rádiók és televíziók, főleg pedig az internet segítségével új társalgási mintaként van jelen. A netes fórumokon, csetezésekben stb. pedig már írásban is szokásos lett, közelítve a két beszédmódot, kikezdve a korábbi nyelvi szokásokat, bontogatva a korlátokat.

A jelenséget Szécsi Gábor (2006) úgy értelmezi, hogy a szövegalapú társadalmak létrehozták az „orális-literális kétnyelvűséget”, melyben a későbbi fejlemény, az írott nyelvhasználat lett a kánon. A telekommunikációs környezetben viszont jelentősen csökken a standard nyelvváltozatok dominanciája, vele párhuzamosan pedig nő a (kis)közösségek kohézióját erősítő nyelvhasználati módok szerepe, melyek a mindennapi életben (sms, e-mail, cset, telefon stb.) hatékonyabbnak bizonyulnak. A szerző szerint a szóbeliségre jellemző nyelvi-stilisztikai eszközöknek az írott szövegekbe épülése jóval tudatosabb, mint beszédbeli megjelenésük volt. Az írott üzenet feladója ugyanis (ellenőrizhető, korrigálható) írás- és fogalmazásmódjával jelzi, hogy magáénak vallja az adott közösség nyelvhasználati szokásait, normáit, a közösséghez tartozónak deklarálja magát. Ez a nyelvi kommunikációs váltás azonban nem marad meg az adott közösségen, illetve technikai környezetben belül, hanem megjelenik az egyén más (beszélt vagy írott) kontextusaiban, kommunikációs helyzetekben, nyelvhasználatában is.

Ebben a kommunikációban tehát az írott-beszélt nyelv már gyakorlat, bár a kanonizált nyelvhasználatot még kevésbé érinti. De egyre nyilvánvalóbbá válik a nyelv közösségi kohéziót fenntartó és erősítő szerepe. Ugyanakkor a kibertérben gyengül a standard nyelv presztízse, és erősödik a lokális közösségek létrehozta, a csoportkohéziót erősítő változatokhoz való ragaszkodás (csetnyelv, sms-nyelv). Ennyien és ennyit soha nem írtak, mint a számítógép klaviatúráján, és ez az íráskép és a helyesírás módosulását is magával hozza. Kialakulnak lokális írási gyakorlatok, melyek a normától eltérnek. (Pl. a kisbetűs mondatkezdés, rövidítések, ferdítések.) Ezek egyre erőteljesebb hatással lesznek a standard írásgyakorlatra is.

Összegzés

Zárásként elmondhatjuk, hogy a kommunikációs korlátokat alapvetően a társadalmi tabuk és a közösségek szokásrendjét tükröző illőség, adekvátság alakítja ki. Megsértésük a társadalmi, közösségi együttélés, a tolerancia, a kulturáltság, akár azt is mondhatnánk: az egyén intelligenciájának fokmérője.

Úgy tűnik föl, hogy újfajta közösségek, értékrendek, identitások vannak kialakulóban, új kommunikációs nyelv van születőben, melynek szemantikai jellemzői átjárhatóvá tehetik a korábban elválasztott kulturális és társadalmi megkülönböztetéseket. Ám ezzel a tabu és az illőség korlátai nem megszűnnek, hanem átrendeződnek. Az új közösségek is megteremtik a maguk kommunikációs normáit.

Bár az interneten már multinacionális közösségekkel is találkozhatunk, a gyakorlat azonban mégis az, hogy ezek a közösségek nyelvhez, kultúrához kötődnek. Korlátokat jelent tehát a nyelv is. Az viszont értékelendő, hogy a neten társadalmi, politikai és földrajzi határok, korlátok nincsenek. Számos magyar nyelvű fórumon találkozunk olyanokkal, akik a környező országokban élnek, vagy a világ más tájaira vetődtek, de a kibertérben megtalálják azt a közösséget, amelynek szívesen és könnyedén a tagjai lehetnek. Ha a világhálónak csak ennyi haszna lenne, számu(n)kra már az is nagy eredmény.

Felhasznált irodalom

- Meyrowitz, Joshua 2005. A globális hajnala: A hely és önazonosság új élménye a világhálón. (Szakács Judit fordítása) *Világosság* 6. sz. 29–35.
- Nyíri Kristóf 2002. A mobil információs társadalom felé. *Világosság*, 8–9. sz. 42–44.
- Nyíri Kristóf (szerk.): *Mobilközösség – mobilmegismerés*. MTA Filozófiai Kutatóintézete, Budapest.
- Szécsi Gábor 2006. Közösségi és nyelvhasználati szintek a megújuló médiatérben. *Világosság* 6–7. sz. 15–22.

Aczél Petra

Korlátok és gátlások

Olvadó határok az újmédia-kommunikációban

„A kommunikáció azzal, hogy mindenki számára hozzáférhetővé tette az interface-t, a közömbösséghez vezeti a társadalmi formát.” (Jean Baudrillard 1997: 16)

Vajon lenne-e kedvünk sakkozni, ha a sakkjátzmának nem lennének szabályai, ha bárhova lehetne lépni azon a sakktáblán? Vajon van-e jelentősége, hatása annak, hogy a kibertérben megnyitott kommunikációból bizonyos értelemben számúztuk a (hagyományos) szabályokat, és a lehetőségek és választások végtelen sorát állítottuk elő? Hogyan hat az újmédia-kultúra a benne megjelenő kommunikáció módjára, a kommunikációs aktivitásokra: oldódnak vagy formálódnak a kifejezést korlátozó, szabályozó határok?

Ezúttal, technikai értelemben a számítógép által közvetített kommunikációt¹ tekintjük vizsgálatunk tárgyaként, azt, amely újmédiás „eseményekben” realizálódik, és amelynek interaktív, dinamikus színterét az internetben ragadjuk meg.

Az internetet természetesen nem lehet homogén fogalomként kezelni, használatkor ugyanis több színtérrel, környezettel számolhatunk, így:

- a World Wide Webbel mint könyvtárral, lehívható információk tárával,
- a levelezéssel mint külön kommunikációs formával,
- aszinkrón vitafórumokkal (nem egyidejű interakciót és véleményképviseletet generáló és lehetővé tevő színterekkel),
- szinkrón vitafórumokkal,
- virtuálisan kialakított világokkal (MUD, MOO, MUSH) (vö. Wallace 2006: 17–23).

Ezek a terek nyilvánvalóan különbözőek, más és más kommunikációs cselekvéseket hívnak elő, eltérő „használati” (technikai, dinamikai) szabályok vonatkoznak rájuk, mégis, általánosan jellemző, hogy nem korlátozzák, hanem előhívják, nem szabályozzák, hanem felszabadítják a megnyilvánulásokat. A szemtől szembeni kommunikációra jellemző a másik jelenlétének tapasztalásában gyökerező társas

¹ az angol CMC betűszót (computer mediated communication ‘komputer által mediatizált kommunikáció’) a továbbiakban KMK-nak rövidítjük.

szabályokat lazulni, változni látjuk, tapasztaljuk. A felszabadított diskurzus nem gátját veszttett, de a hagyományos társas-kommunikációs norma fogalmát – egyébként is, de itt különösen – igen óvatosan kell vele kapcsolatban használnunk.

Kutatások és következtetések

A számítógép közvetítésének hatásait az 1970-es évek vége óta kutatják, vagy médiapesszimista, vagy -optimista feltételezésekre jutva. Az elmúlt évszázad végének vizsgálatai inkább veszteséget, a mai kutatások, metaelméletek inkább változást állítanak, amikor a kommunikatív viselkedés jellemzőit, normáit taglalják.

Az egész korai, 1976-os, Short (és mtsai) által kidolgozott társasjelenlét-elmélet (az újmédia hatáselméleteinek egyik legmegalapozóbbjaként) azt állította, hogy a média által gyakorolt hatás nagymértékben függ attól, hogy az interakcióban résztvevők mennyire érzékelhetik partnerük jelenlétét. Az pedig a médium természetéből adódik, mekkora társas jelenlétet enged, ezzel meghatározva a rajta folytatott interakciók milyenségét is². Míg Short és kutatócsoportja a szemtől szembeni, a telefon által, illetve írásbeli formákban létrehozott, addig ma már a számítógéppel közvetített kommunikációban vizsgálhatjuk a társas jelenlét szerepfelvételre és interaktív szerepalakításra készítő erejét. Itt arra kell elsősorban figyelni, hogyan értelmezzük a jelenlét fogalmát, és ez milyen hatással lehet az interaktív viselkedésre.

A Shorték által kijelölt értelmezési keretben mozogva, Rutter 1984-es elmélete a cuelessness jelenségét, a jelzésnélküliséget tárgyalja. A kutató jelzésnek a fizikai, vizuális jelenlét és tapasztalás nyújtotta ingereket tartja, és azt állítja, hogy minél kevesebb a társas jelzések száma, annál nagyobb lesz a felek közti pszichológiai távolság, ez pedig a kommunikáció feladatorientáltabbá és személytelenebbé válásához vezet.³

Az első, valóban a KMK környezetében vizsgálódó kutatást Sproull és Kiesler dolgozta fel a korlátozott társas jelzések (Reduced Social Cues, RSC) elméletében 1986-ban (majd 1991-ben). E szerint a KMK bizonyos sajátos, inherens jellemzői (mint a társas jelzések hiánya) olyan pszichológiai állapotokat idéznek elő, amelyek az egyének vagy csoportok társas együttlétét meghatározó normatív befolyásokat feloldják. Mindennek eredménye a viselkedés gátlástalanabbá, szélsőségesebbé válása, illetve a megosztottabb vagy kockázatvállalóbb csoportdöntések születése. A KMK-ban a kommunikátorok – éppen a társas jelzések hiányában – késztetést

² A társas jelenlét jelentőségének elképzelése szerint annak foka meghatározó lehet a médiumokon keresztül zajló interakció milyenségére vonatkozóan is. A megfigyelések szerint olyan feladatokban, amelyek a konfrontáció és a személyközi feszültség nagyobb mértékű lehet, inkább választották az audiális közvetítettséget, mint egyéb, közvetlenebb médiumokat (Short et al 1976: 108).

³ „as we move from face-to-face, to video and curtain, to audio (...) the conditions become increasingly cueless” (Rutter 1984: 139).

éreznek arra, hogy „erősebb” üzeneteket küldjenek. Ezért az elmélet kiemeli a nyelvi-kommunikatív fellángolások, heveskedések (flaming), a minősítések megjelenését⁴, amelyek az elektronikus üzenetekben megnyilvánuló őszinteséget (nyersséget) meghatározzák (vö. Lamerichs-Te Molder 2003: 451). Mivel a KMK-ban generált szövegek nyomtalanul eltüntethetők, a társas (másikról szerezhető) információk pedig korlátozottak, a heves kirohanások voltaképpen a KMK efemerális jellegéből következnek.

1987-ben ezt a gondolatmenetet folytatja a kiszűrt jelzések (cues filtered out) elmélete, amelyet szintén a KMK-ra dolgoztak ki alkotói, Culnan és Markus.

A kutatók ezúttal már azt állítják, hogy a komputer közvetítésével zajló kommunikációban nincsenek szabályozott visszajelzések; megszűnnek vagy eltűnnek a köz-

⁴ A sértések, nyelvi inzultusok, udvariatlan kijelentések, fenyegetések, leplezetlen flörtölések vagy még egyértelműbb közeledések sorolhatók a fellángolások körébe. Példák a fellángolásokra:

Forrás: www.origo.hu (letöltés dátuma: 2009. november 20.)

Téma: a Sláger és a Danubius rádiók pályázati kudarca (a kommenteket változtatás nélkül idézem)

michaeljackson

- *Az ORTT undorító, máglyára velük! A Fidesz, és az MSZP pártok ugyanúgy takarodjanak ebből az országból!
Ez vérázító ami történt ebben az országban!
(...)*

gizi 001

- *Te meg dögölj le zajcsik komád mellé! Mi a f... van itt??? Minden bedrogozott f...kalap itt veri a nyálát?? Menjete a p...ba benzinkutt rabolni, hogy holnap is legyen anyagra pénzetek, ni itt rőfögjete!!!!*

nikbar

- *gizi1001!
hahahaha
Ezt most komolyan gondoltad, hogy egy abszolút nem provokáló hozzászólásból ezt csináltad?
Nem tudok mást tenni, csak nevetni. Iszonyú rossz életed lehet, ha ekkora indulatokkal viseltetsz egy idegen felé, aki nem is mondott semmi különöset.
(...)
De nyugi Gizi igyál meg egy pohár hideg tejet és aludj jól !*

gizi 001

- *zajcsik! Te úgy vagy hülye, ahogy kipottyantál a kockakőre fejfel anyád valagából! A Slágeren SOHA nem politizáltak! Te igen ökör! Mi van, elfogyott a kannás borod és most hisztizel?? Inkább dögölj le a kutya mellé!!!*

nikbar

- *Na most jöttem rá miért akkora nagy hülyeség ide írogatni. Senki nem érti mit ír a másik.
haha
Megyek is innen és kerülöm az origo-t is.
Szép estét mindenkinek!*

lő (szociális, nemi stb.) státuszára, az adott témában vállalt pozíciójára és az ehhez képest kialakított arcára vonatkozó nyelvi kommunikatív jelzések. Ezek „hiányok” a részvételt „demokratikusabbá”, a viselkedést egyúttal gátlástalanabbá teszik.⁵

A korai kutatások kritikája rámutatott arra, hogy a szemtől szembeni és KMK közötti feltételezett eltéréseket a laboratóriumi vizsgálatok statisztikája ugyan bizonyította, a különbség mértékét, annak jelentős voltát azonban nem. Ennél is fontosabb cáfolatnak bizonyult az az érv, mely szerint, amit az RSC antinormatív viselkedésnek tekint, az másfelől a normatív viselkedés példájaként is felfogható.

Az eltérő megközelítésű társas, alternatív értelmezést kínáló társas identitás teóriája (Spears-Lea 1992) arra mutatott rá, hogy alapvető különbségek vannak a személyes és társas identitás között. Előbbi a csoporttal való azonosulás, utóbbi az unikális, egyénhez kapcsolható attribútumok fogalma. A KMK-ban tapasztalt, névtelenségből fakadó deindividualizáció megerősíti a társas identitást. Mivel a vizuális anonimitás révén a csoporton belüli különbségek jelentősége a csökken, az online csoportokban a normatív viselkedés és az ennek megfelelő csoportválasz jellemzővé válik.

Ugyanakkor, amikor az egyén nem kapcsolódik társas közösséghez, ragaszkodik személyes identitásához, akkor a láthatatlanság, névtelenség és fizikai elkülönülés miatt a csoport fontossága csökken. Összegzésképpen, Spears és Lea szerint a névtelenséggel realizálódó de-individualizáció az uralkodó (személyes vagy társas) identitás hatásait, illetve a hozzá kapcsolódó domináns normatív reakciókat kiemeli, hangsúlyozza. A kommunikációban részt vevő felek tehát azokat a jelzéseket veszik figyelembe és igénybe, amelyek éppen rendelkezésükre állnak ahhoz, hogy a másiktól benyomást szerezzenek, képet alkossanak. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy ha bizonyos, releváns kontextusjelzések hiányoznak, akkor a felek inkább a társas kategorizálás eljárását veszik igénybe annak érdekében, hogy adekvát kontextust formáljanak. Vagyis a hiány másféle normatív funkciók működését indítja el, sajátos normatív teret hozva létre: a KMK nem szabadít fel a normatív viselkedés szükségyszerűsége alól, de a normativitást nem a jelenlétre vagy a személyes identitásra alapozza kizárólagosan. Mindezek alapján azt állíthatjuk, hogy a szemtől szembeni kommunikációhoz képest a KMK-ban tapasztalható diszkurzív viselkedés nem „fékevesztett”, hanem másképpen és mást fékező szabályokat feltételez.

Panoptikusság

A KMK korlátokat mellőző vagy kialakító jellegének vizsgálatakor az internethez kapcsolódó közlésvágy-növekedésre, a láthatóság és megosztás korábban nem tapasztalható mértékére is utalnunk kell.

⁵ Ezúttal a webkamera használatára nem térek ki. (Ezzel ugyanakkor nem feltételezve azt, hogy a webkamera révén valós társas jelenlétet és közös térélményt élnénk át.)

Jeremy Bentham jogfilozófus panoptikon-konceptiója, mindentmegfigyelés-elképzelése a 18. század végétől a börtönépítészet alternatíváját kínálta azzal, hogy a rabokat bárhol is láthatóvá tehetik, a megfigyelőt pedig láthatatlanná. A panoptikon gondolatával egy termékenyen metaforizálható fogalom jön létre, amellyel a hatalom új, tudatokon uralkodó formáját is jelölhetjük. (Vö. Michel Foucault: Felügyelet és büntetés: börtön története. Bp., Gondolat, 1990).

Az újmédia-technológiák a panoptikusság terét is megnyitották: bármit láthatóvá tehetünk, viszont mindenkor megfigyelhetőségünket sem vonhatjuk kétségbe. Vajon a folyamatos megfigyeltség ténye, amely a panoptikon eredeti elképzelésében kontrollmechanizmusként funkcionált, valóban szabályozza, moderálja, tudatosabbá teszi a KMK-kommunikátort? Vagyis normalizálja-e ez a láthatóság, ez a teljes megnyitott felület a létünket, vagy éppen eltörli a korlátainkat? Mark Poster (1990) szerint olyan mértékben hozzákényszerültünk, -fegyelmeztünk a megfigyeléshez, hogy már önként veszünk benne részt, vagyis mi magunk fegyelmezzük magunkat, ahogy felelőssé válunk a magunkon is érvényesített hatalom gyakorlásáért: egyszerre válunk megfigyelővé és megfigyeltté; a korlátok fluiditása ennek köszönhető. Korunk fal- és rácsmentes szuperpanoptikonjában új kommunikációs viselkedéseket és kontrollokat alakítottunk ki. Tehát ismét olyan vélemény körvonalazódhat, hogy a társas érintkezés más formáira vonatkozó szabályok és gátlások eltűnése a KMK sajátos normáinak megszületését nem zárja ki.

Digitális retorika

A kutatások és rövid filozófiai rátekintés feldolgozása után még egy szempontból közelíthetjük a KMK diszkurzív viselkedésére vonatkozó szabályoknak, a gátlás- és korláttalanságnak a kérdéskörét. Ezúttal retorikai aspektusból a digitális tartalom-szerveződéssel megragadható újmédia-diskurzust másféle funkcionális leírásnak vetjük alá (Gurak 2009, Welch 1999).

A digitális retorika első alapjellemezője a sebesség. Ennek következményeként a tartalmi egységek rövidülnek. A virtuális terekbe való bejelentkezések átlagosan 5–13 szóból álló üzenetekkel történnek, a Twitter 140 karakterben korlátozza az egyszeri bejegyzést.

A sebesség növekedése, a gyorsaság fokozódása az üzenet invenciójáról annak terjesztésére viszi a hangsúlyt. Nem az a fontos, miről közlünk, hanem az, hogy milyen hatékonysággal tudjuk terjesztésére.

Második szignifikáns jellemző a hozzáférhetőség. Ez, a sebességgel ötvözve a kapcsolatteremtés igényét a hatásgyakorlás (és az azzal járó kommunikatív munka) szándéka elé helyezi: az elérés elsődleges az egymásra hatáshoz képest. Így kevesebb figyelem szükséges (és jut) az üzenetek szerkezeti és logikai kidolgozására, a kapuőrzés képessége pedig csökken: az „érdekel” szándékát, az „érdekelhet” lehetősége váltja fel.

Az anonimitás, harmadikként, a digitális retorikának is meghatározó jegye lesz. A névtelenség hatással van a közlő felelősségvállalásának mértékére, kiválthatja a nyelvi fellángolásokat, befolyással van a szerephívásokra és -megvalósításokra. Pszichológiai kísérletek bizonyították, hogy, amennyiben egy cselekedet vagy megnyilvánulás nem tulajdonítható valakinek teljes biztonsággal, akkor az gátlástalanabbá válik. Ez a gátlástalanság felszabadítóan hat a nyelvhasználatra, utat enged a verbális agresszióknak is.

Sara Kiesler egy 1991-ben végzett, csoportok online döntéshozatalára vonatkozó kísérletében megfigyelte, hogy a névtelenségbe burkolózó közösségben hatszor több kíméletlen megjegyzés, utalás jelent meg. (Vö. Wallace 2006: 160.)

Az újmédia diszkurzív gyakorlatának negyedik meghatározó jegye az interaktivitás. Az interaktivitás révén az ágens a korábnál függetlenebb kapcsolatot képes kialakítani a tudás forrásaival, részt tud venni a médiaszövegek formálásában, kialakításában. Ez a szövegek lezáratlanságát, artikuláltságuk változtathatóságát, a stílus fluiditását, regiszterkeveredését eredményezi. A digitalizáció által lehetővé tett interaktivitás felfogható a fogyasztói attitűd és a fogyasztói választás maximalizálásaként médiaszövegekben, amely a részvétel (fogyasztás) elsőbbségét hangsúlyozza a mondanivalóval szemben. Az invenció és kidolgozás bizonyos értelemben e szempontból is hátrébb szorul, amint azt fentebb már említettük.

A retorikai jellemzők sorát a kairosz, az alkalmat teremtő pillanat, illetve az éthosz, a közlő-befogadó jelleméből fakadó kommunikatív hatás zárja.

A KMK a valós életnél jóval gyakrabban generál kairotikus pillanatokot, váratlanul és nagy számban érnek el minket (pl. levelezőrendszereken) olyan üzenetek, amelyek nem kielégítik, hanem létrehozzák a szükségleteket. A kommunikátor váratlanul „megragadhatóvá” válik akár az érdeklődési fókuszán kívül eső témákban is, amely leginkább szituációalakító szerepének eltűnését, horizontálisan kereső és megtalált mivoltát eredményezheti.

Az éthosz kapcsán a feltárulkozás eddig szokásos mértékét jóval meghaladó jelenségeket vehetjük számba: a szerepjátszáshoz, annak biztonságához szükséges misztifikáció eltörlését, a közelkerülés sokszor humánológiai megterhelő súlyát, a morálisan nehezen kezelhető közvetlenséget (nyíltságot). A hiperszemélyesség átalakítja a kommunikációs viszonyokat, információvá teszi a jellemet, átformálja a több kódban árnyalt közlés arányait, kifejezésmódjait.

Összegzés

Nem állíthatjuk, hogy a KMK nyelvhasználata korlátlan, azt azonban igen, hogy saját normáit egy megváltozott retorikai-diszkurzív térben hozza létre. A szemtől szembeni kommunikáció dinamikáját vezérlő, közös tudásban gyökerező szabályokhoz képest tapasztalt veszteség a jelenségek belső rendszerében

nem igazolható, hacsak nem a jelölő terminusok kiüresedésével, tartalmának változásával.

A KMK a diszkurzív jelenségek organikus változását eredményezi, amely a társas érintkezés valamennyi tényezőjét és viszonyát érinti, így a kommunikáció természetének szignifikáns átalakulásával jár. A határok és korlátok csakúgy, ahogyan az identitás, a viszonyok és a jelentés fluiddá válnak az újmédia terében. A jelképes „együttműködést” a szituációs „egyezkedések” váltják fel.

Felhasznált irodalom

- Baudrillard, Jean 1997. *A rossz transzparenciája*. Budapest, Balassi Kiadó.
- Culnan, Mary J. – Markus, M Lynne 1987. Information technologies. In: Jablin, F. M. – Putnam, L. L. – Roberts, K. H. – Porter, L. W. (eds.): *Handbook of Organizational Computing: an Interdisciplinary Perspective*. Newbury Park, CA: Sage. 420–443.
- Gurak, Laura J. 2009. Digital Rhetoric and Public Discourse. In: Lunsford, Andrea A (ed.): *The Sage Handbook of Rhetorical Studies*. Los Angeles: Sage, 409–509.
- Lamerichs, Joyce – Te Molder, Hedwig F. M. 2003. Computer-Mediated Communication: From a Coognitive to a Discursive Model. *New Media & Society* vol. 5. 451–473.
- Poster, Mark 1990. *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. London: Polity Press.
- Rutter, Derek R. 1984. *Looking and Seeing. The Role of Visual Communication in Social Interaction*. London: John Wiley.
- Short, John – Williams, Ederyn – Christie, Bruce 1976. *The Social Psychology of Telecommunications*. London: John Wiley.
- Spears, Russell – Lea, Martin. 1992. Social Influence and the Influence of the Social in Computer-mediated Communication. In: Lea, M. (ed.): *Contexts of Computer Mediated Communication*. London: Harvester Wheatsheaf. 30–65.
- Sproull, Lee – Kiesler, Sara 1991. *Connections. New Ways of Working in the Networked Organisation*. Boston, MA: MIT Press.
- Sproull, Lee – Kiesler, Sara 1986. *Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organisational Communication*. *Management Science* 32(11). 1492–1512.
- Wallace, Patricia 2006. *Az internet pszichológiája*. Budapest: Osiris.
- Welch, Kathleen 1999. *Electric Rhetoric: Classical Rhetoric, Oralism, and a New Literacy*. Cambridge, MA: MIT Press

H. Tomesz Tímea

Tabuk mentén – sértések, avagy a közlés határai

Hétköznapi diskurzusaink és a médianarratívák egymást kiegészítve teszik lehetővé, hogy információhoz jussunk, tapasztalatokat gyűjtsünk, amelyek aztán meghatározzák gondolkodásunkat, érzelmi világunkat. Silverstone azt állítja, hogy a média a tapasztalat szövete. „Úgy kell tanulmányoznunk, mint a modern világ egy társadalmi, kulturális, gazdasági és egyúttal politikai dimenzióját. Szemügyre kell vennünk jelenvalóságát mindenütt, továbbá összetettségét. Meg kell vizsgálnunk, hogyan járul hozzá ahhoz, hogy változó mértékben, de képesek legyünk értelmezni a minket körülvevő világot, és az általunk alkotott értelmezéseinket megosszuk embertársainkkal” (Silverstone 2008: 16).

A média hatását felderítő vizsgálatok, elméletek mindannyiunk által ismertek. Világos az is, hogy a médiahatás szoros összefüggésben áll a társadalmi rendszerrel, az azt alkotó társas viszonyokkal (Részletesebben lásd: Aczél 2008). Így nem elhanyagolható, hogy a médiatartalom közvetítése milyen korlátokhoz vagy éppen korlátlanságokhoz köthető. Melyek azok a tartalmak, témák, amelyek kerülendők, említésük etikailag helytelen? Mi tekinthető tabunak, egyáltalán mit értünk tabun?

A tabu fogalma, funkciói

A tabu konstruálódását eredetileg a vallásantropológia és a szociológia tárta fel. Ezek a klasszikus tabukonceptiók persze hozzájárulhatnak a mai nyilvánosság tabuinak értelmezéséhez. A 19. század végéig úgy vélték, hogy a tabu csupán a természeti népekhez köthető. Freud ismerte föl a neurózis okát kutatva, hogy a primitív népek lelkülete nagyban hasonlít a neurózisos beteg gondolatvilágához – ugyanis mindkettőben a tiltások által kiváltott félelmek, szorongások munkálkodnak, s ezek jellemzik a tabut is (vö. Bakró-Nagy 2008: 77). Freud úgy véli, hogy amennyiben valaki megérinti vagy megsérti a tabut, maga is azzá válik, tehát kerülendő lesz a többi ember számára. Kutatásai rámutattak arra, hogy a tabu olyan erősen él egy-egy társadalomban, hogy eszménnyé, hagyománnyá válik (Freud 1990: 23). Durkheim a tabut a valláshoz köti, azoknak a speciális rítusoknak a megnevezésére alkalmazza, amelyek nem előírják a híveknek, hogy „bizonyos hatékony cselekvéseket végezzenek, hanem megtiltatnak bizonyos cselekvésmódokat” (1912/2003: 277).

A különféle leírások alapján Frazer megkísérelte rendszerbe foglalni a tabu jelentését, s felhívta a figyelmet arra, nem csupán személyek, különböző cselekedetek és tárgyak tekinthetők tabunak, érinthetetlennek, hanem azok megnevezései is. A primitív ember ugyanis nem tudott éles határt vonni a dolgok és azok megnevezése között. Úgy gondolta, hogy a név és az azzal megjelölt személy vagy dolog között a kapcsolat egyszerre önkényes és ideális (1965: 131). Tehát a tabuk egy olyan csoportja is elkülöníthető, amely meghatározott körülmények, cselekedetek szóval történő megnevezését, a róluk történő beszédet tiltja. Bakró-Nagy Marianne megjegyzi, hogy ez a felismerés természetesen nem volt új keletű, hiszen a nyelvtudomány számára korábban sem volt ismeretlen az, hogy a mindenkori társadalmi közmegegyezésből következően olyan szabályokat is be kell tartani, amelyek meghatározzák, hogy adott szituációban miről hogyan szabad vagy célszerű beszélni, azaz előírták a kódhasználatot (2008: 78).

A mára általánosan elfogadható meghatározás szerint a tabu tiltást jelent, azaz olyan társadalmi jelenséghez kapcsolódik, amelyre tiltás vonatkozik. A tiltásnak mint szabálynak a betartását a társadalom kontrollálja. Papp Z. Attila (2005) a nyilvánosság reprezentációs modelljében képzeli el a fogalmat, s úgy véli, a tabusítás a közszférán belüli nyilvánosságot érintő tematizációk nem nyilvánossá tételének szándékát jelenti. Összefoglalva tehát a tabu egyfajta etikai határ, feltételezi a kimondható és kimondhatatlan kettéválasztását, sztereotípiákat mozgósít.

A tanulmány kerete nem teszi lehetővé a téma minden részletre kiterjedő bemutatását, ezért a tabuk közül most csupán egyet emelek ki, s a továbbiakban a kisebbség mint tabu témakörét igyekszem körbejárni.

A kisebbség mint tabu

Mindig is fontos volt, hogy saját csoportunkat – mindegy, hogy társadalmi kis- vagy nagycsoport – megkülönböztessük más csoportoktól. A csoportok kulturális-társadalmi jelentőségű kategóriák, amelyeket Durkheim (2003: 23) az ész megnyilvánulásainak, kollektív reprezentációinak nevezett. A társadalmi kategorizáció olyan tájékozódási rendszer, amely meghatározza az egyén helyét a társadalomban. A gondolkodás kerete, melynek elemeit az ember címkékkel látja el, a kategóriák tehát csak akkor léteznek, ha nyelvi címkékkel elláthatók (Bindorffer 2006: 10).

A kategorizáció egyik fajtája a sztereotípa is, hisz szimbolikus határokat jelöl ki, amely során egy csoportról, az azt alkotó tagok személyiségéről sémát alkotunk. A sztereotíp sémák hatással vannak tehát az észlelésre, befolyásolják a gondolkodást és a következtetések levonását. Allport (1999: 36) meghatározásában a sztereotípa „kategóriával társult túlzáson alapuló nézet”. Bindorffer Györgyi (2006: 15) elkülöníti a sztereotípiák egyéni és társas funkcióit. Úgy véli, az egyéni funkció egyik fajtája a kognitív, amely megkönnyíti a környezet észlelését, a másik pedig az értékfunkció, amely rámutat saját értékeinkre. A sztereotípa társas funkciójának tartja

a társadalmi okságot, amely komplex társadalmi jelenségekre ad magyarázatot, a társadalmi igazolást, amely tanúsítja a társadalmi igazságtalanságokat, illetve a társadalmi differenciációt, ez pedig a csoportok különbségeinek fenntartására szolgál.

A kisebbség (különösen egyes kisebbségek) egészen a közelmúltig tabuként kezelt téma volt a médiában. S itt most – a kisebbség fogalmának tartalmilag bővült, újraértelmezett jelentését véve alapul – nem csupán a vallási, nemzeti és etnikai kisebbségekre kell gondolnunk, hanem ide tartozónak tekinthetjük például a hajléktalanokat vagy a homoszexuálisokat. Ahhoz, hogy a kisebbség már ne számítson tabutémának, hozzájárulhatott az is, hogy a huszadik század második felében a kisebbségek joggyakorlásának biztosítása egyre hangsúlyosabbá vált, a magán-szféra több eleme a nyilvános önkifejezés része lett. Ami persze az ezekhez a csoportokhoz kapcsolódó – régebbi keletű, s amúgy is mélyen gyökerező – előítéleteket tovább erősítette, s a többségi társadalom reakció az egyes kisebbségi megnyilvánulásokra többnyire az elutasítás volt.¹ Persze a társadalomban tapasztalható előítélet jellege és foka az egyes kisebbségi csoportok esetében meglehetősen eltérő, általánosságban elmondható, hogy meghatározó eleme a közgondolkodásnak. Allport (1999: 38) a negatív sztereotípiák közül az etnikai előítéleteket tartja a legjellemzőbbnek, amely „megmaradhat az érzések szintjén, de kifejezésre juthat a viselkedésben is. Irányulhat egy-egy csoport egésze, de egyetlen egyén ellen is, azon az alapon, hogy az illető a szóban forgó csoport tagja”.

Kisebbségek megjelenítése a médiában

Ha az elmúlt egy év médiaeseményeit sorra vesszük, láthatjuk, hogy a hírműsorok, illetve a politikai magazinműsorok tematikájában egyre gyakrabban szerepel kiemelt helyen, tehát magas hírértékkel bírva kisebbséggel foglalkozó hír, tudósítás, riport (a dunaszerdahelyi futballmérkőzés, a nagycsécsi gyilkosság, a miskolci rendőrkapitány román bünelkövetésével kapcsolatos kijelentése, Marian Cosma megölése, a tatárszentgyörgyi gyilkosság, szlovákiai nyelvtörvény).

Ezek a médiaüzenetek rávilágítanak a társadalmi konfliktusokra, ki is élezhetik, tovább is mélyíthetik azokat, valamint erősíthetik a kisebbséghez kapcsolódó sztereotípiákat. Egy idén megjelent közvélemény-kutatás szerint (Marján 2009: 3–23) a legerősebb előítéletek a cigányokat sújtják (az adatfelvétel még a veszprémi és tatárszentgyörgyi eset előtt zárult le). Korábban problematikusnak számított a kis-csoport megnevezése is – *cigány* vagy *roma*. Jobban meggondolva azonban nem maga az elnevezés az, ami sértő lehetett a csoport tagjaira nézve, hanem az, amit a többségi társadalom a megnevezéshez kapcsolt. Magával vont ugyanis egy negatív

¹ Az ORTT 2001-ben kutatást végzett, melynek során a kisebbségek elektronikus médiában való bemutatásának néhány diszkriminatív elemét kívánta feltárni.

konnotációt, s ennek hatására a kiscsoporthoz kapcsolódó témákat – és persze kifejezéseket – a tabukategóriák közé sorolta.

A társadalom tagjainak többsége a romákat különböző bűncselekményekhez – lopás, gyilkosság² –, illetve a szegénységhez kapcsolja, amihez társítják az igénytelenséget és koszoságot, s lényegében egyetlen pozitív jellemzőjüként említik a vidámságot s ehhez kapcsolódóan a jó zenei érzéket. Ezt az egyébként sem kedvező képet csak rombolta az edelényi polgármester elhíresült állítása, amely egyúttal tekinthető a korlátok nélküli közbeszéd szimbólumának is.

A tabuk a változások elutasításán alapulnak, hiszen azáltal, hogy szabályokhoz kötik a társadalmat (újságírókat), biztonságot adnak. A médiatartalom szabályozása többpólusú: a médiatörvény, valamint a média tartalomszolgáltatására vonatkozó alkotmánybírósági határozatok egyértelmű működési keretet biztosítanak, de ezen túlmenően egyéb útmutatást adó dokumentumok is korlátozzák, segítik az újságírók tevékenységét, hiszen a médiaágazat szereplői maguk is megfogalmazzák azokat a normatív követelményeket, amelyek működésüket, tevékenységüket meghatározzák. A kisebbségekre vonatkozó tájékoztatásról így határoz a törvény: „A műsor-szolgáltatás nem irányulhat semmilyen kisebbség, sem bármely többség nyílt vagy burkolt megsértésére, kirekesztésére, annak faji szempontokon alapuló bemutatására, elítélésére.” (1996. évi I. tv. 3 § 3.)

Ugyanakkor ezzel némileg talán ellentmondásban van a következő jogszabály: „A szabad véleménynyilvánításhoz való jog a véleményt annak érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül védi.” (ABH 30/1992. V. 26.)

„A közhatalmat gyakorlók, illetve a közéleti szereplők tekintetében a való tények feltárását, még ha az alkalmas is e személyek társadalmi megbecsülésének csorbítására, minden esetben közérdekűnek kell tekinteni; annak mérlegelését nem lehet a büntetőügyekben eljáró hatóságra bízni.” (ABH 36/1994. VI. 24.)

„Az Alkotmány a véleménynyilvánítási szabadság megfogalmazásánál nem tesz kifejezett különbséget tényközlés és értékítélet között. A véleménynyilvánítási szabadság alapvető célja annak a lehetőségnek biztosítása, hogy az egyén mások véleményét formálja, meggyőzzön másokat saját álláspontjáról. A véleménynyilvánítás szabadsága ezért általában mindenféle közlés szabadságát magában foglalja, mégpedig függetlenül a közlés módjától és értékétől, erkölcsi minőségétől és többnyire valóságtartalmától is.” (ABH 36/1994. VI.24.)

Tabuk és hírérték

Ezek a – korábban tabuként kezelt – témák napjainkban a legnagyobb hírértékkel bíró eseményekhez sorolhatók. A hírérték a szűrés kritériumát adja.³ Aczél Petra sze-

² A válaszadók többsége hozzátette azt is, hogy félelmet keltők. Ez akár magyarázat lehet arra is, hogy miért lehetett tabutéma korábban a sajtóban, hiszen ha a klasszikus tabukonceptiókra gondolunk, a tabu a szent és a profán különválasztásán alapul, félelemből eredő tiltás.

rint a hírérték a szociokulturális kontextusnak, az információban közvetített esemény vagy cselekvés konfliktusosságának, a befogadás mint konfliktus nagyságrendjének, az információ (esemény, történés vagy személy) újdonságának következménye: vagyis annak a drámának, amely a hírekben végbemegy, és a befogadás következtében történik (2007: 39). Az, hogy mi alapján lesz valamilyen eseményből hír (a médiában megjelenő információ), már a tematizációs kutatások kérdésköre.

A közölt információk is szelektívek, a szerkesztők egy meghatározott értékrend szerint az eseményeket hierarchiába rendezik. A kommunikátorok által felállított értékhierarchia egyben jelentésalkotás is, meghatározza, hogy a bemutatott esemény milyen korábbi ismerethez kapcsolható. „A média hatalma e tekintetben abban rejlik, hogy a valóság olyan szerkezeti »kiszerelését« végzi, amely számunkra a világot meghatározza” (Tamás 1999: 139). Azáltal, hogy az újságíró a bemutatandó eseménynek valamilyen fontosságot tulajdonít, s elhelyezi azt a hírek között, kétségbe vonható az elfogulatlan, objektív tájékoztatás is. De egyre több kutatás kérdőjelezi meg azt az újságírótankönyvekben deklarált álláspontot is, miszerint a tájékoztató műfajcsaládhoz tartozó médiaüzenetek a valóságos eseményeket prezentálják tárgyilagosan, mindenfajta részrehajlás nélkül. Vagyis a hírek, tudósítások funkciója ugyan hagyományosan az információközlés, a hiteles tájékoztatás, a befogadók elvárása is ez, ezek mellett azonban a befolyásolás eszköze is lehet. Az esemény bemutatása ugyanis keretbefoglalással történik, azaz a médiaszövegekhez olyan tudásszervező struktúrák, sémák kapcsolódnak, amelyekben a befogadók értelmezhetik az eseményeket. A keretezéssel az újságíró elszigetelt ténydaraboknak adhat értelmet. Ha ezt megteszi, márpedig szinte elkerülhetetlen, elszakad a tiszta objektivitástól, s akaratlanul is elfogulttá tesz, torzít. A közlő tehát a saját szempontjai szerint szerkesztett szövegben újraalkotja a valóságot (Bajomi-Lázár 2006: 80).

Császi Lajos Cazneuve-t idézve megállapítja (2002: 159), hogy azok a médiaesemények, amelyek szokatlanok, például a katasztrófák vagy a bűntények, pont olyan események, amelyeket a primitív népek tisztátalannak és éppen ezért félelmetesnek tartottak, így az elhatárolás olyan rítusához fordultak volna mint például tabu vagy a karantén. A médiaüzenetek kollektíven megkonstruált normaként értelmezhetők, amelyeket a közösség tagjai egy adott időben érvényesnek tekintenek és valóságosnak fogadnak el.

³ Bajomi Lázár Péter összefoglalásában (2006: 79–83) a következő faktorok találhatóak:

1. A negativitás mértéke: minél negatívabb egy esemény, annál inkább helye van a hírekben.
2. Valóidejűség: ha olyan érzést kelthet a hír aktualitása, mintha a közönség is részese lenne az esemény idejének.
3. Váratlanság: a szokatlanabb események nagyobb valószínűséggel kerülnek be a hírekbe.
4. Normasértés foka: minél deviánsabb egy cselekedet, annál érdemesebb a kiválasztásra.
5. Érintettség, közelség: minél több embert érint, annál fontosabb az esemény.
6. Érdekesség: a hétköznapi embereket különleges körülmények között megmutató esetek.
7. Rekordok.
8. Prominencia: az ismert emberekkel kapcsolatos események is fontos helyet kapnak a hírekben.

A tabu az ismeretlen veszélyeivel való szimbolikus kommunikáció egyik formája. A mai magyar médiára is igaz lehet az a megállapítás, melynek teljesülését Papp Z. Attila a romániai magyar kisebbségi sajtóra vonatkoztatva vizsgál, hogy a tabu az önkép védelmezője. Azaz minél pozitívabban akarja magát valaki megjeleníteni, annál inkább hallgat negatív tulajdonságairól, s minél több negatív tulajdonsággal szembesül, annál inkább szeretne a változásról beszélni. A negatív önkép tehát cselekvésre ösztönöz. A tabu tehát a médiában valószínű már csak az újságírók információhoz való hozzáféréseinek függvénye.

Felhasznált szakirodalom

- Aczél Petra 2008. Mi, a média. In: Káros médiatartalmak. Líceum Kiadó, Eger–DUE, Budapest.
- Aczél Petra 2007. A hír mint értékrend-reprezentáció. In: Andok Mónika (szerk.): A médiahír mint rítus. Líceum Kiadó, Eger. 32–43.
- Allport, Gordon W. 1954/1999. Előítélet. Osiris Kiadó, Budapest
- Bajomi-Lázár Péter .2006. Manipulál-e a média? Médiakutató nyár, 77–95.
- Bakró-Nagy Marianne 2008. A tabu születése. Előleg egy fogalomtörténeti elemzésből. In: Bereczki András – Csepregi Márta – Klima László (szerk.): Ünnepi írások Havas Ferenc tiszteletére. Uralisztikai Tanulmányok 18. ELTE BTK Finnugor Tanszék. Budapest. 69–79.
- Bindorffer Györgyi 2006. Sztereotipizáció az interetnikus kapcsolatokban. In: Bakó Boglárka – Papp Richárd – Szarka László (szerk.): Mindennapi előítéletek. Társadalmi távolságok és etnikai sztereotípiák. Budapest, Balassi Kiadó. 9–35.
- Császi Lajos 2002. A média rítusai. Osiris Kiadó. Budapest
- Durkheim, Emile 1912/2002. A vallási élet elemi formái. L'Harmattan Kiadó. Budapest
- Frazer, James 1965. Az aranyág. Gondolat Kiadó. Budapest
- Freud, Sigmund 1912–1913/1995. Totem és tabu. In: Erős Ferenc (szerk.) Tömegpszichológia. Társadalomlélektani írások. Cserépfalvi Kiadó. Budapest
- Marján Béla (2009) Milyenek a cigányok? Közvélemény-kutatás a „cigánykérdésről”. In: Jel-Kép 2009/1 3–23
- Papp Z. Attila 2005. Keretizmus. A romániai magyar sajtónyilvánosság a kilencvenes években. Soros Oktatási Központ. Csíkszereda
- Tamás Pál 2001. A tematizációról. In: Horányi Özséb (szerk.): Társadalmi kommunikáció. Osiris Kiadó. Budapest
1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról. Forrás: <http://ortt.hu> (letöltve: 2009. november 7.)
- ABH = Alkotmánybírósági határozat. Forrás: <http://ortt.hu> (letöltve: 2009. november 9.)

Balázs Géza

Nyelvi tabuk a médiában

Az ősitől a modern tabuig

A tabu ősi, univerzális jelenség, az archaikustól a mai társadalmakig mindenhol jellemző. Kezdetben az etnológia, az antropológiai nyelvészet ismertette meg vele a tudományt, újabban a szociológia, kommunikációelmélet, a médiatudomány is foglalkozik e jelenséggel. Most mint egykori természeti (primitív, naiv) jelenség mai társadalomba való átnövését vizsgálom. (A nyelvi mágiáról és taburól részletesen lásd: Crystal 1998: 19–20., illetve Balázs–Takács 2009: 199–213., ezért ezek tudománytörténeti ismertetésétől eltekintek.)

A nyelvi tabu a nyelv mágikus funkciójából következik: a szónak, a kimondásnak hatást, erőt való tulajdonításból. Kapcsolatban van a tehát a babonával és a mágiával. A *mágia* szó is egy természeti néptől származik, jelentése: szent, érinthetetlen. Leggyakrabban a következő témakörökhöz kapcsolódnak a tabuk: természetfölötti lények (istenek), szexualitás, kiválasztás, halál, család és társadalmi élet, állatnevek. A nyelvi tabu lényege, hogy kimondási tilalom (nyelvi pragmatikai szabály) vonatkozik bizonyos témákra és szavakra. A „mégis”, „csakazértis” kimondásra a nyelvi kultúrákban elkerülő szabályok jöttek létre: ezek az eufemizmusok, leginkább perifrázisok (körülrások). A tabuhoz kapcsolódó további társadalmi jelenségek az önkorlátozás (a tabu távolról való elkerülése), valamint a tabutörés (ellenzegülés a szabálynak). A tabutörés rendszerint szóbeli és fizikai következménnyel (agresszióval) jár: a tabutörőt megintik, megfenyítik. A modern világ „tabuinak” megsértését nyelvi bűnnek, szóbűnnek nevezik, és akár jogi úton (per) is szankcionálhatják.

(1. példa) A közéleti író esztétikai szennyezésről, azon belül nyelvi szennyezésről is beszél – s megemlíti a nyilvános tabutörést (trágárkodást) is, egy olyan hetilapban, amely korábban meglehetősen elhatárolta magát minden „nyelvművelőnek” tekinthető tevékenységtől: „Gyakori a provokatív megbotránkoztatás (akár művészi tevékenység álcájában is). A beszéd, írás és egyéb kommunikáció korcsosulása, érthetlenség, dagályosság, trágárkodás, (ál)tudományoskodás, szemfényvesztés, farizeuskodás – ezek mindennapi jelenségek. Alig fordul elő az esztétikai károkozás helyreállítása.” (Angyal 2009.)

A nyelvi tabuk tematikus csoportjai

A nyelvi tabuk további tematikus csoportokba rendezhetők. Az öncenzúra további fokozata lehet az öntabu vagy személyes tabu (saját tabu állítása valami kellemetlen eseménnyel kapcsolatban), beszélhetünk még külön névtaburól (ki nem mondható nevekről). Fölvethető az alkotmányos vagy törvényi tabu: hiszen a törvények is tiltanak (tilthatnak) bizonyos megnyilvánulásokat (államtitok, személyiség vagy csoport megbélyegzése). A médiatabu mindenféle tabunak a médiában való megjelenését jelenti. Azaz médiatabunak minősíthetők ősi, alapvető emberi együttélési szabályok szerint tabunak minősített tematikák, az ősi tabuk (pl. a szexualitás részletekbe menő taglalása vagy a káromkodás), az ön- vagy személyes tabuk, az alkotmányos vagy törvényi tabuk, valamint az ún. új tabuk. Merthogy a tabuizálás (a tabuvá válás) folyamata továbbra is zajlik, s egyre újabb és újabb tabuk bukkannak föl. Ilyen új tabukat állít föl egyre több területen a politikai korrektség (vagy helyesség) mozgalma, s ezek az új tabuk a média szereplőit folyamatos nyelvi alkalmazkodásra kényszeríti. (A témához lásd: Alkalmazott Nyelvtudomány 2004/2. számának összeállítását, valamint Balázs 2004.)

A tabuk keveredése, új tabuk születése miatt egyre gyakoribb a tabutörés. Részen azért, mert a tabutörés sokszor „élvezetes”, mert bátorságot mutat, részben előfordul „véletlen tabutörés” is (ilyen a bekapcsolva felejtett mikrofon).

(2. példa) A médiatabukat rendszerint külső és belső szabályzatok, etikai kódexek írják elő. De taxatív felsorolásra is van példa. Cseresnyési László (2004: 68.) szerint a szavak cenzúrájára legjobb példa a japán televíziós társaságok honlapokon is közzétett szógyűjteménye.

A nyelvi tabuk élete

Hogyan születnek, hogyan élnek a tabuk? A tabuk az adott közösség, kultúra mitológia, hagyomány által meghatározott tiltott területeihez kapcsolódnak. Újabban a nem is mindig érthető hagyományok mellett új, a közösségek „fölötti” tabuk is megjelennek különféle modern, politikai ideológiák hatására. Az adott közösség kijelöli a tabuterület tiltott szavait, kifejezéseit, létrejönnek a nyelvhasználati tabuk. A nyelvhasználati tabuknak van szemantikai kiterjedése (pl. poliszémia, szinonímia), és vannak grammatikai korlátai (bizonyos nyelvi tabuk kimondhatók más grammatikai formákban, bizonyosak nem). A szemantikai és grammatikai szabályokhoz társulnak még a szociokulturális és pragmatikai korlátok, s ezek együttesen jelentik a nyelvi tabut, amelynek áthágása a valóságos szitkozódás (káromkodás), tabutörés.

(3. példa) Részlet egy tévékritikából: „Sváby a régi. Biztos büszke is: magyar tévéműsorban az övé előtt soha ennyiszor nem hangzott el a pöcs szó.... ne legyünk igazságtalanok, látszólag igazán nem öncélú pöcsölés folyik a műsorban, szórakoz-

tatva vagyunk, kvázi közszolgálatilag ráadásul, hiszen végre fény derül a millióknak álmatlan éjszakát okozó kérdésre: tényleg elhangzott-e majdnem harminc éve az a bizonyos mondat Anett Pöttsch-ről, a nyolcvanas évek NDK-s korcsolyabajnokáról... „Hogy megnőtt a kis Pöttsch, mióta Jutta Müller vette kézbe?”... Azt Sváby is tudja, mert ezzel kezdi a felkonfját, hogy nincs nagyobb bunkóság valakinek a nevével viccelődni, de hát mit csináljunk... A riport egyetlen pozitív hozadéka Vitraynak egy ostoba korszak bornírt álszemérmét lepező sportzsurnálfeltárása: bizony annak idején át kellett keresztelni a szalonképtelen nevű sportolókat, így járt Pinajeva, Gaezzi és a többiek is. De ezután következik még a legkínosabb pillanat. Néhány... alibi képsor után végre a bajnok számára is kiderül, miért utazott nyolcszáz kilométert egy magyar forgatócsoport: elárulják neki, mit jelent a neve kiejtve magyarul. A negyedórás borzalmat egy kínban fogant mosoly rekeszti be, valamint egy kérdés: de hát ez a nevem, most mit csináljak?” (Csider 2007.)

(4. példa) Az ORTT (Országos Rádiós és Televíziós Testület) 2009. évi őszi döntése nyomán a Sláger és a Danubius kereskedelmi rádió november 19-étől nem folytathatta adását. A két rádió műsorvezetői és a rajongók „országos gyászt”, szimpátiatüntetésekkel szerveztek. Az egyik rádió reggeli műsora az utolsó héten folyamatos „tabutöréssel” reagált a hatóság döntésére. A műsorvezetők elmondták, hogy most már úgysem tehetnek velük semmit, bármit megengedhetnek maguknak. Egyik műsorukban arra kérték a hallgatókat, hogy küldjék be sms-ben a férfi nemi szerv megnevezéseit. Ők ezeket beolvasták, majd kiválasztották a „zúzafejű” szót, amelyet a műsorban legalább ezerszer elmondtak olyan környezetben, hogy hogyan kell másokhoz érinteni észrevétlenül a zúzafejűt. Ez a badarság egy katonai társaságban talán érthető, de egy rádióműsorban nyilvánvalóan tabutörő funkciót látott el. (Természetesen ugyanezek a műsorvezetők vezetik továbbra is a műsorokat – egy másik rádióban.)

A tiltások hatására – a nyelvi játék részeként – létrejönnek a már említett elkerülések, körülírások és eufemisztikus megjelölések, amelyek nem tompítják, hanem az „áthallás” útján még erősítik is az eredeti kifejezés tiltott voltát. Másik részről a tabuk elleni lázadásból újabb és újabb, az eufemisztikus mellett ironikus, gunyoros, egyre szélsőségesebb fordulatok jönnek létre. Ez a folyamat voltaképpen *circulus vitiosus*: téveteg körforgás, az okok és okozatok olyan körforgása, amelyből nem lehet kiszabadulni.

(5. példa) A magyar kultúrában jó példa erre a *cigány* szónak a jelentésfejlődése, majd a korlátozások hatására kialakult egyre durvább, szélsőségesebb (sokszor körülíró) megnevezések. Az eufemisztikusnak szánt „etnikum” egyáltalán nem tekinthető semlegesnek, holott maga az *etnikum* szó alapjelentésében (népcsoport) semmilyen pejoratív jelentést nem hordoz.

(6. példa) Huszár Ágnes (2009) írja: „A cigányokról szóló internetes oldalakat böngészve feltűnik az állatvilágból merítő metaforák bősége. *Rikoltozó félmajmokról, vicsorgó gorillákról*, [a nemzet testén élősködő] *vérszívó piócákról* van itt szó meg *betegségterjesztő bacilusokról*. A náci sajtó élt gyakran azzal az eszközzel, hogy félelmetes, undort keltő, járványt terjesztő állatok képét embercsoportokra vetítve keltett irántuk gyilkos indulatokat... 1994-ben a ruandai véres zavargások kezdetén a helyi rádióban minden hutut felszólítottak a „csótányok” irtására. (Ez volt a tuszik gúnyneve.) A szavakat tettek szokták követni.”

Kimondás és ki nem mondás az irodalomban

A kimondás – ki nem mondás örök emberi, a média világában mindennap gyakorolt határsértései mellett vannak ilyen határátlépések az irodalomban is. Fráter Zoltán (2009: 64) írja: „A vers nemcsak azt mondja, amit szövegszerűen állít, hanem azt is, amit elhallgat, sőt a kimondatlanság talán sokszor fontosabb, súlyosabb tartalmakat rejt, mint maga a látható megnyilvánulás.” Elemzésében József Attila a felszínen Babitsot engesztelő Magad emésztő... című versének első sorát elemzi sajátos módszerrel, s kimutatja a tabutörést, vagyis a ki nem mondott, de érzékeltetett, „kihallható” szitkozódást: „Ha egy kicsit szétszedjük ugyanis a vers szavait, hangokra, szótagokra tördeljük, láthatóvá válik a szöveg mögöttes jelentése, a konok ragaszkodása sértést kiváltó véleményhez. 'Magad emésztő, szikár alak! Én megbántottalak.' – ez a tényszerű közlés, ha magunkban néhányszor mormoljuk is, szinte önkéntelenül a visszájára fordul. Az 'Én megbántottalak' magában rejti az én, megbántott alak önsajnálátát, a 'Magad emésztő' a magad emész-elmész felszólítását, a tő, a te-t, szikár a kárt és szárt, az alakban ott a lakk, vagyis ebben a hangzótördelő olvasatban nemhogy bocsánatkérés, hanem egyenesen káromló átkozódás lappang a szöveg mélyén: magad elmész, te szár alak, kár a lakk, én (vagyok) a megbántott alak!” (Az irodalomtörténész még további érvekkel bizonyítja a vers „kifordított” jellegét: Fráter 2009: 69.)

Valószínűleg azért fontos az irodalom, azért fontos verset olvasni és érteni, mert a költők még mindig közelebb vannak a nyelv titkaihoz, újratemtéséhez, és segítségükkel mi is tudatosabban használhatjuk a nyelvet, jobban értjük a szövegeket. A médiaszövegeket is. Ezért a médiaszövegek értése szorosan összefügg általában a szövegek, illetve a „jó” szövegek, az irodalom értésével.

Felhasznált irodalom

Angyal Ádám 2009. A társadalmi környezet szennyezése. Élet és Irodalom, szeptember 25. 6.

Balázs Géza 2004. A nyelvi kultúra és a politikai korrektség. Alkalmazott Nyelvtudomány IV/2. 87–89.

- Balázs Géza – Takács Szilvia 2009. Bevezetés az antropológiai nyelvészetbe. Pauz-Westermann-Inter-Prae.hu, Budapest.
- Crystal, David 1998. A nyelv enciklopédiája. Osiris, Budapest.
- Cseresnyési László 2004. Gondolatok az etnonimákról és a nyelvi neurózisról. *Alkalmazott Nyelvtudomány* 2004. (IV/2.) 65–83.
- Csider István Zoltán 2007. Mit csináljunk? (Televízió). Népszabadság, január 9.
- Fráter Zoltán 2009. Kimondatlan mondatok Babits és József Attila verseiben. 64–70. In: Fráter Zoltán – Fűzfa Balázs – Szabó B. István szerk.: „Látni, teremteni kell.” Sipos Lajos 70. születésnapjára. Savaria University Press, Szombathely.
- Huszár Ágnes 2009. A gyűlöletbeszédtől a tettig. *Élet és Irodalom*, augusztus 14. 13.

Dede Éva

Hallom és olvasom: új televíziós szokás a híradásban és a véleményformálásban

„Millió, az érzékszerveim számára könnyen elérhető dolog nem lopja be magát a tapasztalásomba. Vajon miért? Mert számomra nincs jelentőségük. Tapasztalatom mindössze abból tevődik össze, aminek figyelmet szentelek. Csak azok a dolgok formálják tudatomat, melyeket észreveszek, különösebb speciális érdeklődés nélkül. A tapasztalás így módon egy totális káosz. Csupán maga az érdeklődés az, ami hangsúlyt ad, megvilágít és elfed, előtérbe helyez és visszaszorít dolgokat.”

(William James, idézi Sekuler, R., Blake, R. 2000)

Napjainkban a számítástechnika fejlődése szinte korlátlanra tette a hírközlést. Elég csak felsorolni azt a sokféle formát, amelyeken keresztül a hírek eljutnak: újság, rádió, tévé, internet... A térségünknek és a nagyvilágnak az eseményei nem-hogy naprakészen, hanem percre készen elérhetnek minket, mint ahogy ezt átértük az öbölháború vagy a romániai forradalom idején.

A korlátlanul áradó hírek között mi magunk vagyunk a korlátok azzal, hogy a válogatás (szelektálás) a mi feladatunk. A befogadás, észlelés, értelmezés korlátozottsága áll szemben tehát a technika által nyújtott korlátlan lehetőségekkel.

A konferencia címében megjelölt témában (nyelvhasználati jelenségek a médiában) a nyelvhasználatot általában a beszédprodukción felől értelmezik. Figyelni kell azonban arra is, hogy a különböző formában megjelenő (írott vagy hangzó) szövegek hogyan szolgálják a hírközlést és a hírek megértését. A híreket ugyanis megírják, de a céljukat a befogadónál érik el.

A hangzó vagy írott forma a média jellegétől függ. Természetes, hogy a nyomtatott sajtóban írott, a rádióban hangzó szöveggé válik a híreről. Nem ennyire egyértelmű a tévében és az interneten megjelenő híradás. A tévében is – a rádióhoz hasonlóan – többnyire felolvassák (elmondják), az interneten többnyire olvassuk a híreket. A tévében azonban a technika fejlődése lehetővé tette, hogy a felolvasott híreken kívül írott formában is tudósítsák az embereket.

Kép és szó a televízióban: multimediális szövegek a tévében

Az nem újdonság, hogy a képhez írott szöveget társítanak, mert a filmelés kezdete óta vannak ilyen megoldások. A némafilmek jelenetei közé beillesztették a szöveget, amely a mondott, hangzó szöveget helyettesítette. A hangosfilm feltalálása óta erre már nem volt szükség. Később az írás a képeken a fordítást szolgálta, illetve a készítők nevének felsorolását. A statikus írott szöveg után a mozgó szövegek is megjelentek: a stáblista beúszott, majd eltűnt. Más lehetőséget jelentett a képűjság, amikor a képernyőn csak a szöveg jelent meg. A televízió kivül a betűnként előjövő fényűjság is közölt híreket (gyermekkori emlékem a Blaha Lujza téren állt sajtószék-ház tetején futó fényűjság).

A technikai újdonság, a hírsáv (news ticker, scroll) azt jelenti, hogy minden műsor alatt a képernyő alján vagy oldalán futnak a legfontosabb események híreinek rövid, egymondatos összefoglalói. A tévé képernyőjén új jelenség tehát a hangzó szöveg mellett az írott szövegeknek a jelenléte.

Előnyei között tartják számon azt, hogy bármikor lehet tájékozódni (nézői szempont: nem kell kivárni a következő hírműsort); gyors hírközlést tesz lehetővé (a média szempontja); fiatalok számára vonzó (Hírműsor). Ez utóbbi indok számomra kétséges, bár nem tudom vizsgálatokkal alátámasztani. Pontosabban egy olyan vizsgálati eredményt idézek, amely éppen az idősebbek körében mutat ki kedveltséget: „A csatorna [Hír Tv] egyik megkülönböztető előnyére, nevezetesen a **scroll** állandó jelenlétére a reakciók többsége pozitív volt. Volt, aki számára a legfontosabb, hogy *minél rövidebb idő alatt minél több információ* birtokába jusson, ezért nagyra értékeli ezt az eszközt. A fiatalabbak közt volt, akit zavart, mert eltereli a figyelmet a hangos hírről, azonban éppen ő ismerte el, hogy idős nagypapájának, aki már nem hall rendesen, nagyon hasznos.” (Kalóczki 2004: 67)

Mivel a technikai lehetőség már adott, az interaktivitás előtt is nyitva áll az út, vagyis nemcsak a hírszerkesztők által megírt szövegek futnak a képernyő alján, hanem a nézők véleménye is a műsorszerkesztők válogatásában.

Néhány tévé megoldásairól számolok be a következőkben. A televíziós társaságoknak csak kis része alkalmazza az új eszközt. Személyes tapasztalatom az, hogy a nálam fogható 29 csatornából hat kifejezetten épít rá, köztük három külföldi, három magyar: CNN, CNBC, Al Jazeera, illetve a Hír Tv, Echo Tv és az ATV. Egy-két információs csatorna is közöl így szövegeket: Domino, illetve az Antenna Digital információs oldala, de ezek főként reklámot tartalmaznak. (Érdekesség, hogy a szövegek az adott nyelv írásmódjának megfelelő irányba tartanak: az angol és a magyar szövegek jobbról balra, míg az arab nyelvű feliratok balról jobbra, hogy minél jobban megkönnyítsék az olvasást.)

A legtöbb futó szöveg a CNBC oldalán látható. A stúdiós hírolvasás/mondás/beszélgetés és a tudósítás mellett (hangzó szöveg és kép) a képernyő alján három futó

sáv van a munkanapokon (hétvégenként és este „csak” két sáv), melyeknek eltérő a színe és a sebessége, és ezek fölött egy szélesebb sávban a résztvevő nevét vagy az aktuális témát írják ki; a képernyő tetején is mozgó szövegek váltják egymást – felugró megoldással, sőt a beszélgető feleket is időnként írott szöveges információk takarják ki (CNBC). Véleményem szerint rendkívül zsúfolt kép jön így létre:



1. kép A CNBC adása

A CNN korlátozottabban él az új eszközzel, sőt a futó szöveg helyett a felugró szöveg a jellemző, melynek annyi hátránya van a futó szöveggel szemben, hogy a megfogalmazás hossza adott, nagyon tömör (CNN).

A korábban említett három magyar csatorna rendszeresen kihasználja ezt a hírközlési eszközt, de eltérő mértékkel. Az ATV-ben főként a nézői beszélgetős műsorok alatt két eltérő színű csíkban futnak a hírek, illetve a beküldött sms-ek, egy harmadik statikus sáv pedig a tévé telefonszámát közli. Az Echo Tv a felugró csíkot választotta a hírműsorok és a beszélgetések alatt, míg a Hír Tv szinte vég nélkül közöl így híreket – a reklámok és az ajánlók kivételével alig van olyan műsor, amely nem tartalmazza az alul futó sávot. Egy műsor különösen figyelemre méltó az írott szövegek közlésében: a *Negyedik* című, médiáról szóló vitaműsor képernyője szintén zsúfolásig teli feliratokkal:



2. kép A Hír Tv Negyedik című műsorának egy részlete

A kép, a hangzó és az írott szöveg kapcsolatát vizsgálva is eltérő megoldásokat találunk. Az írott szöveggel kiegészített televíziós híradások komplex, multimediális szövegeknek tekinthetők. Egyszerre érvényesül bennük a verbalitás és a képiség. (Közelítve a természetes, szemtől szembe kommunikációhoz, amikor is látom és hallom a beszédpartnert.) A verbalitás két formája is egy időben hat. A televíziós műfaj nagy újdonsága a kép továbbítása volt, s emiatt a kép tűnik elsődlegesnek a szó rovására. A hírműsorokban azonban a kép sokszor illusztráció, a hangzó verbális formát erősíti, egészíti ki, valójában a verbalitás uralja a képet. Ezek mellett az írott szöveg, a szalaghír harmadlagosnak tekinthető.

Milyen a kapcsolat a szalaghír fölött látható kép és hangzó szöveg között? A magyar és az angol csatornákat megfigyelve legtöbbször nincs szinkronban a hangzó és az írott szöveg, ugyanis a szalaghír folyamatosan fut ugyan, de 15-20 hír után újrakezdődik, a Hír TV-n átlagosan nyolc percenként kerül a néző elé ugyanaz a szöveg, miközben a hírműsor halad előre, illetve újabb műsor kezdődik az adón. Néha éppen fedik egymást, de a műsorban bővebben, képriporttal bővítik a mondottakat, ezért nagyon hamar elválik egymástól a hangzó és az írott szöveg.

A szalaghírekkel kiegészített tévéműsorok tehát a frissesség, gyorsaság érzetét keltik, a néző számára az azonnaliságot jelentik. A figyelmet oda is vonzzák a mozgó szövegek, mert élettani sajátosság az, hogy a mozgás figyelemfelkeltő. A továbbiakban arról lesz szó, hogy a néző a figyelmét hogyan osztja meg a különböző modalitások között.

A befogadás korlátozottsága

Természetes helyzet az, hogy az információkat több csatornán keresztül szerezzük meg, gyakran együtt jár legalább a vizuális és az akusztikus csatorna. A hírműsorok is erre a kettőre építenek. Örkény István egyperces novellákról szóló képlete (az egyik oldalon az író részéről a közlés minimuma, az olvasó részéről pedig a képzelet maximuma áll) átalakítva megfelel annak, amit a hírkészítők szándékainak tulajdonítok. Mindent megtéve a nézők tájékoztatására: a közlés maximuma áll szemben a befogadás minimumával. A nézőnek a dolga, az információk befogadása nem egyszerű, mert a hangzó szöveg, a kép és az írott szöveg figyelemmegosztást, válogatást igényel tőle, s ettől függ a szövegek megértésének, a feldolgozásnak a mélysége: „Mindenki tudja, mi a figyelem. Az elme birtokbavételét jelenti, tiszta és eleven formában, egy tárgy vagy gondolatsor birtokba vételét egyidejűen lehetséges tárgyak vagy gondolatmenetek közül. A tudat fókuszálása, összpontosítása képezik lényegét. Azt jelenti, hogy visszavonulunk valamilyen dologtól, hogy másokkal hatékonyan foglalkozhassunk.” (James 1890, idézi Eysenck 1997: 108)

A figyelemmegosztási kísérletek azonban arról tanúskodnak, hogy sok ingert figyelmen kívül hagyunk, másokra kevésbé figyelünk (automatizmusok), megint másokra fókuszált figyelem jut. (Az elméleti háttér részletezésére jelen dolgozat keretében nem térek ki.) Kísérletek bizonyítják, hogy a figyelmen kívül hagyott hallási ingerek elemzése sokkal alaposabb, mint korábban gondolták (pl. a koktélparti-jelenség), a vizuális ingerek esetében nagyon kevés vagy semmi a feldolgozás a nem figyelt ingereknél. A figyelem megosztásának kísérletes vizsgálatai és a hétköznapi tapasztalatok arra utalnak, hogy a teljesítmény romlása elég gyakori jelenség, ha két különböző típusú feladatot kell egyszerre elvégezni. Természetesen függ az ingerek modalitásától, a személyek begyakorlottságától és a feladatok nehézségétől is (Eysenck 1997: 115–128).

A szalaghírekkel dúított tévéműsorok az ingerfeldolgozási kapacitásból igénybe veszi a vizuális és az akusztikus rendszereket a verbális ingerek feldolgozása közben – itt számolhatunk az ingerek hasonlóságával, hiszen végső soron a hangzó és az írott szöveg a beszédértés, beszédészlelés központjába kerül más idegpályákon keresztül. A látott ingerek, a képek és a feliratok együttese a látóközponton keresztül jut további feldolgozásra, a látottak megértéséhez, valószínűleg versengve egymással.

Ha a néző kellően motivált, akkor a figyelemmegosztás nagy energiába kerül, de eredményes lehet mindkét szöveg befogadása. Ha azonban a néző már eleve a napi tevékenységek mellett nézi-hallgatja a hírműsort, már eleve kérdéses, mennyi információt képes befogadni. Másfelől az ún. felülről lefelé ható folyamatok (pl. az előzetes tudás) is befolyásolják a hírek mélyebb megértését.

A pszicholingvisztika, a kognitív pszichológia a statikus szövegek olvasásával foglalkozva felmérte, hogy a szövegek megértéséhez a szövegeket nem betűről be-

türe észleljük, hanem a szemmozgás urgálásával, a szakkádokkal tekintjük át. A szövegben való haladás jellemzője az egyéni tempó és az oda-vissza mozgás a szövegben – ez feltétlenül szükséges az értelmezéshez, amikor menet közben a szöveg tartalmáról kezdenek kialakulni az előzetes feltételezések, s azt ellenőrizzük (Gósy 1999: 112–114).

A mozgó szöveg olvasása valamennyire más. Mivel kutatási eredmény nem áll rendelkezésemre, csak személyes tapasztalat, lényeges különbségnek érzem azt, hogy az olvasás tempója kötve van a szalaghír sebességéhez, és ez nemcsak a gyorsan, hanem a lassan olvasóknak is gondot jelenthet. A teljes hírt egyszerre nem is lehet áttekinteni, mert csak egy része fér el a csíkon, de az is folyamatosan változik, hogy melyik része. Korlátozott az ugrások lehetősége is, ha egy részlet kimaradt amiatt, hogy a képernyő egy másik részét figyeli a néző, akkor várhat akár nyolc percet is, mire újra az a hír kerül elő.

Az is elképzelhető, hogy a már megismert szalaghírek a műsorok további nézését nem zavarják, a néző figyelmen kívül hagyja őket – mintegy képi zajnak értékelve azt.

A hírek szövegeinek megfogalmazásában az a tendencia látszik, hogy a nézőt a legfontosabb információval tartásuk ott a tévé előtt. Ezért tűnik gyakorinak az igés kezdet, illetve az igei csoporttal való indítás pl. a 2009. november 16-i híradásban (s ez mind a hangzó, mind az írott szövegben így volt – l. a függelékben).

A nézői figyelem irányítása a *Negyedikben*

Visszatérve a Hír Tv beszélgetős műsorához, a *Negyedikhez*, a feliratok bősége a számítógépes, internetes megoldásokat utánozza – egy lényeges, közérdekű problémát taglalva. A néző kíváncsi a beszélgető felek érveire, elgondolásaira. A szerkesztők rengeteg anyaggal készülnek elő a műsorhoz, és ezeket szeretnék a nézők számára is közzé tenni – a beszélgetők életútja, a témához kapcsolódó vélemények, fogalmak stb. valóban az elmélyült, értő befogadás szolgálatában állnak. Azonban a beszélgetés figyeléséből minduntalan kizökkenti a nézőt az éppen felbukkanó felirat, az olvasás által megszerzett információ, és annak a tempója sem az ő ritmusához van kötve. A sokféle műveltségű, felkészültségű néző számára minden egyes részlet fontos lehet ahhoz, hogy teljes „képet” kapjon egy témáról. Van, akinek számítana, hogy megértse a fogalmakat, van, akinek csak az a lényeg, amit beszélnek, van, akinek a háttérinformációk is kellenének. Aki a fogalmak, a háttér tekintetében tájékozott, az tud igazán a műsor résztvevőivel haladni gondolatban, neki viszont a képernyő zsúfoltsága lehet figyelemelterelő. Régebben a háttérrel a műsor elején közölték, most – a jó szándékot feltételezve – a szerkesztők ezeket az ismereteket többször is közölni tudják a nézőkkel, illetve aki később kapcsolódik be a műsorba, az is hozzájut. A pedagógia jól ismeri azt, hogy a nem jókor adott vagy nem jól kiválasztott szemléltetés éppen hogy elvonja a tanulók figyelmét a tárgyról, pedig a cél a többféle

modalitással az ismeretek elmélyítése lenne. Még zavaróbb, ha a párhuzamosan futó információk különböző témáról szólnak.

Bennem, az átlagos nézőben az az érzés alakult ki, hogy az ilyen műsor mintha éppen nem is akarná, hogy elmélyedjek a vitában, vagyis a tájékoztatás, a véleményformálás mintegy önmaga ellen is fordul. A külső csillogás inkább felszínességet eredményez, a tudás töredékekből áll. Egyetlen – már létező újabb technikai – újítás segíthet ezen: a tévéműsor megállítása, amely lehetővé teszi, hogy az ember egyszerre egy formában ismerje meg a tudnivalókat, pl. elolvassa a vitapartnerek életrajzát, és a saját tempójában fogja föl az érveket.

A multimediális hipertextek, szövegek világában, a televíziós szövegközlésekben a jobb megértést segítené az, ha a néző újra a maga tempójához igazíthatná a befogadást. A verbális közlés, a nyelv lineáris haladása – akár írott, akár hangzó formában – a verbális gondolkodáshoz kötődik, a gondolkodás viszont fogalmi és érzékszervi alapon is működik. „A hipertextbe ágyazott multimédia legnagyobb előnye azonban abban rejlik, hogy lehetővé teszi az emberi gondolkodás két ellentétes pólusának – az érzékletesnek és az elvontnak – az egyidejű és kiegyensúlyozott megjelenítését” – írja Benczik Vilmos (2001: 253). Csak remélni tudjuk, hogy az új eszközöket alkalmazó multimediális hírközlések és vitaműsorok valóban ezt a célt szolgálják.

Felhasznált irodalom

- Benczik Vilmos 2001. *Nyelv, írás, irodalom kommunikációelméleti megközelítésben*. Trezor. Budapest.
- CNBC In: http://en.wikipedia.org/wiki/CNBC_Ticker [2009. november 9.]
- CNN In: http://hu.wikipedia.org/wiki/CNN_International [2009. november 9.]
- Eysenck, M. W. és Keane M. T. 1997. *Kognitív pszichológia*. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest.
- Gósy Mária 1999. *Pszicholingvisztika*. Corvina. Budapest. 112-114; 235-237)
- Hírműsor In: <http://ktnye.akti.hu/index.php/Hírműsor> [2009. november 15.]
- Kalóczki Tímea 2004. *A leghíresebb televízióműsorok – avagy a híradás piac erőviszonyai Magyarországon 2003-ban*. Szakdolgozat. BGF. http://elib.kkf.hu/edip/D_10159.pdf [2009. november 12.]
- Sekuler, R. – Blake, R. 2000. *Észlelés*. Osiris. Budapest.

Függelék

Szalaghírek, Hír Tv, 2009. november 16.

Adminisztratív tévedésre hivatkozott ma kezdődött tárgyalásán Kolompár Orbán, az Országos Cigány Önkormányzat elnöke a kiskunmajsai munkahelytámogatási pénzekkel kapcsolatban.

Soron kívüli ülést tart kedden a nemzetbiztonsági *kabinet* a sajobábonyi helyzet miatt.

A testület az esetleges kormányzati intézkedések összehangolásáról is egyeztet.

Nem zárta ugyan ki, de nem tartja hihetőnek a volt *titokminiszter*, hogy Zuschlag János értesült az ellene folyó nyomozás során mobiltelefonja lehallgatásáról.

Lemondott fizetéséről *Hunvald György* - értesült az egyik internetes portál. Az Index szerint a február óta előzetesben lévő polgármester levélben kérte a VII. kerület jegyzőjét, hogy a havi 571 ezer forintos polgármesteri tiszteletdíjat egy letéti számlára utalja az önkormányzat.

Nincs egyértelmű *álláspontja* a Pécsi Vízmű francia kisebbségi tulajdonosának arról, hogy akarnak-e tárgyalni a részvénytől eladásáról.

Nem oszlatta fel magát az ózdi képviselő-testület, a szocialista többség elutasította a Fidesz indítványát. Az ellenzék a polgármester érettségi botránya után kezdeményezett időközi önkormányzati választást.

Amerikának és Kínának közös jövőképe van, ezért a két országnak minden eddiginél szorosabban kell együttműködni. Erről beszélt Barack Obama Sanghajban, kínai látogatása első állomásán.

A függetlenség egyoldalú kikiáltásával fenyegetőznek a palesztinok, mert nincs előrelépés a közel-keleti megbékélési folyamatban.

Gyilkosság áldozata lett egy munkás egy hegyi épületnél Zalaegerszeg külterületén, a bűncselekménnyel a férfi kollégáját gyanúsítják - értesült a HavarriaPress.

Közösség tagja elleni erőszak gyanúja miatt vettek őrizetbe a rendőrök egy sajobábonyi férfit.

Bencze Lóránt

Brutális és brutál ..., avagy terhes a csajom?

Kétféle műveltség szociokulturális és kognitív nyelvi elemzése

„*Mi a brutál fegyver? – Vízpisztoly krasznaja moszkvával töltve*” (sic!). Helyközi buszjáraton ülve kaptam el ezt a műsorvezetői kérdést és feleletet az egyik kereskedelmi rádióból, amit a gépkocsivezető hallgatott. Antropológiai nyelvészeti ablakból szemlélődve, vajon miféle világot vonultat föl elének ez rövid, retorikai párbeszéd? Milyen az a valóság, amelyet ez a nyelvhasználat alkot? Milyen ez a nyelv formálta ember?

A mostani években hal ki végleg az a nemzedék, amelyik még nyolc éven át tanult latint, és vele együtt továtúnik a középkor óta uralkodó latin műveltség a magyar társadalomban. Ők a magyar hagyomány alapján a *brutalis* latin alak magyaros kiejtését használták volna. A *brutál* alak nyilván angol hatás (lehetne német is), amely hagyományban a latin végződéseket elhagyják (vö. *Horatius* ang. *Horace*, ném. *Horaz* stb.). A *brutál* tehát újabb kultúra szóhasználat. A *krasznaja moszkva* a szovjet-orosz szocializmus hírhedt parfümterméke, a harminc év alattiaknak várhatóan ismeretlen a hányingert keltő, átható illata, tehát a középnemzedék és az annál idősebbek kultúrájához tartozó, idegen szókapcsolat. Ha a nyelvet kulturális forrásként, a beszédet pedig kulturális szokásként vizsgáljuk, akkor az idézett dialógusban két műveltség keveredik, egy régebbi és egy újabb.

Az 1990-es évek elején történt – a magyar nyelv hete alkalmával elővettem egy-azon napi kormánypárti és ellenzéki újságot, és összehasonlítottam az azonos témájú cikkek, hírek címét. Felírtam a címeket a táblára, és kértem a hallgatóságot, hogy pusztán nyelvi-stilisztikai elemzéssel állapítsák meg, melyik a kormánypárti és melyik az ellenzéki újság. Jelen volt többek között Bor Ambrus író, újságíró, aki a közös elemzés után nem tudott hova lenni az ámulattól, hogy őt így még soha nem csapták be. Az elemzésből mindenki, ő is egyértelműen arra következtetett, hogy a kormánypárti újság az ellenzéki és az ellenzéki a kormánypárti. Felhívtam telefonon a kormánypárti újságot kiadó alapítvány elnökét, aki maga is író és újságíró, és megkérdeztem, hogyan lehetséges ez: a kormánypárti újságírók az ellenzék beépített emberei vagy félnótások? Másnap visszahívtam telefonon, hogy a második. Harmadnap lemondott elnöki tiszteréről, és teljesen visszavonult egy időre a politikai élettől.

Erre az előadásra készülve a minap ismét elővettem egyazon napi kormánypárti és ellenzéki újságot, hogy hasonlóképpen összevessem a címeket. Nem találtam bennük azonos témájú cikkeket, híreket, kivéve egyet, amelyik az ellenzéki újságban a címlapon szerepelt majd egész oldalasan, a kormánypártiban valahol a vége felé elrejtve rövid eszmefuttatásként. Az összehasonlítás a másfél évtizeddel korábbi módon lehetetlenné vált. Ez a két újság, ha úgy tetszik, két kultúra már olyan, mint két, egymással sohasem találkozó világegyetem, amelyek között az információcsere lehetetlen.

Ha ezek után nem hajlottam arra, hogy az étellel teletömött szájú rádióriporter csámcsogó böffeneteit elemezzem, mit volt mit tennem, mint elővenni egy fiatal, internetes (Index) újságíró könyvét. A könyvre úgy emlékeztem, hogy (médiás) szlengben van írva, úgymond a liberális napi sajtó nyelvén. A jelenséggel már két évtizeddel korábban találkoztam Németországban. Rilke és Hesse nyelvén tanulva németül Fribourgan diplomázott középiskolai tanáromtól, az égvilágon semmit nem értettem a német újságcikkből. A magyar könyv első fejezetének címe ragadott meg: „*Terhes a csajom*”. Bensőmben némi botránkozástól kísérvé ezt megértettem. A könyv szerzője Szily László. Címe: *Kitolás*. Alcíme: *Kalauz leendő apáknak*. (Konkrét könyvek Kft. A szerző rajzaival. Első kiadás 2003, második kiadás 2007.)

A *Kitolás* cím, a könyv elolvasása után minden kétséget kizáróan polivalens. Szó szerint veendő mint szakkifejezés a gyermekszülés leírásában (79–81), és metaforikusan mint szleng a leendő apa helyzetére vonatkozóan, azaz ’kiszúrás, kibabrálás’ – egyéb régebbi és tájnyelvi durva szinonimáit nem ideráncigálva. Köztudomású, hogy régen a hír az volt, amiről úgy véltük, hogy ismernünk kell. A médiában pedig a hír az, amit a média azzá tesz. Az utóbbiban sine qua non, hogy szokatlan, illetve feltűnő legyen (agresszió, horror, szex), sőt miután a médiafogyasztó ingerküszöbe egyre magasabbá válik, a média létszükséglete az egyre szokatlanabb és feltűnőbb hír legyártása. Bár egyre kevesebb a születő gyermek a Magyar Köztársaságban, nem hír az, ha egy férfi apa lesz. Szily László nyelvi stílusa a könyv minden sorában hírré teszi ezt az egyébként közönséges természeti jelenséget. Mint majd látjuk, a könyvből idézett példáknak csaknem mindegyike hiperbolikus is egyben, és nagyon sok a kakofemizmus, a tabutörés, legalábbis a hagyományosabb irodalmi és köznyelvhez, illetve műveltséghez viszonyítva. A *terhes a csajom* régebbi és tabura utaló szinonimái: *a feleségem áldott állapotban van, a nejem gyermeket vár, várandós, viselő, másállapotban van, anyai örömeik elé néz*, némileg ironikusan *kettőre eszik, nő a ház eleje* stb. (Lásd: Magyar szókincstár. Rokon értelmű szavak, szólások és ellentétek szótára. Főszerkesztő Kiss Gábor. Tinta Könyvkiadó, Budapest, 1998). A *terhes* alak bizonyosan a latin orvosi szakkifejezés (*gravida*) fordítása. Hogy a *terhes* alak köznyelvvé vált, abban nyilvánvaló szerepet játszik a magyar társadalom gyermekellenes hozzáállása. Az 1990-es években megadóztatták a gyermekeket. Ilyen még nem fordult elő a világtörténelemben. Ellenkezőleg: agglagény-

adó létezett. Ezzel párhuzamos és csak látszólag ellentétes az a váltás, hogy néhány évtizeddel ezelőtt illett a fiataloknak átadni a helyüket az idősebbeknek buszon, vilamoson, vonaton stb., ma viszont úgy illik, hogy a nagymama átadja a helyét az öt-tíz éves unokájának. A tizenévesek ülnek, az aggok állnak, és bizony nap mint nap tapasztalom, hogy gyűlölet sugárzik az aggok szeméből és beszédéből a gyerekek felé. Az idősek választják meg a gyermekellenes törvényeket eszkábáló parlamentet, illetve a gyermekellenes intézkedéseket hozó kormányokat. (Ebben a társadalmi-kulturális-politikai környezetben a pedagógusok örüljenek, hogy még nem haltak éhen.) A fenti paradoxon ugyanis a végletekig fokozódik azzal, hogy régen sok volt a gyermek, kevés az öreg, ma pedig kevés a gyermek, és sok az öreg. Amiből kevés van a társadalmon belül, azt kell megbecsülni, amiből sok van, az kevésbé értékes, a társadalomnak elviselhetetlen teherré válik a sok öreg, az abortusz mellé társul az aktív eutanázia, és ez az állapot képes az egyik részről megvetést, a másik részről gyűlöletet kiváltani.

A könyvben a *terhes* harmadik jelentése-vonatkoztatottsága: a gyermeket váró nő *kellemetlen, kényelmetlen* stb. A többféle jelentés a címben és az első fejezet címében sejteti, hogy a könyv nem pusztán selejtes, feltűnni vágyó újságírás terméke, hanem szépirodalmi igényrel is fellépő írás. Valójában a gyermekvállalást népszerűsíti annak a korosztálynak, amelyik ezen a nyelven hozzáférhető, elérhető, de amelyik a kultúrája, neveltetése, korszellemé stb. miatt irtózik mindenfajta felelősségvállalástól. Szemléltetésül elég arra utalni, hogy a Magyar Köztársaságnak csaknem két évtizede toldozgatott-foldozgatott felsőoktatási törvénye mintegy száz bekezdésben foglalkozik a hallgatók jogaival, és körülbelül öt-hat bekezdésben a kötelességeivel. A törvény 21. századi kultúránk Aranybullája: semmi kötelesség, semmi felelősség, csupáncsak jogok. A következmény: kilátástalanság, jövőtlenség, tétlenség. Ennek ellenkönyvét dobta elénk médiás szlengnyelven Szily László: a megszenvedett kötelesség és a megküzdött felelősség távlatát, örömét és boldogságát. Régebbi kultúrában szólva a könyv koldusnak öltözött királyfi. A régebbi kultúrát az újabbal metaforikusan-ironikusan összekapcsolva, Szily László stílusa toleráns, jóságos pap bácsi a neoliborális ortodoxia intoleranciájába öltöztetve. Bizonyos szempontból olyan, mint egyes középkori szentek eljárása – kívül divatruha, belül darócruha –, akik ezzel a jézusi kijelentést akarták követni.¹ A könyv Coleridge felfogásával ellentétben (a stílus a gondolat megtestesülése) Goethét látszik igazolni: a stílus a gondolat ruhája. Egy volt tanítványom konzervatív katolikus felfogású, hatgyerekes családapa, de csak azért van jó állása a médiában, mert koszos farmerban, térdig

¹ „Mikor böjtöltök, ne legyetek komorak, mint a képmutatók. Keserves arccal böjtölnek ugyanis, hogy meglássák rajtuk. Bizony mondom nektek, megkapták jutalmukat. Te amikor böjtölsz, illatosítsd be fejedet és mosd meg arcodat, hogy ne az embereknek mutasd böjtölésedet, hanem Atyádnak, aki a rejtekben jelen van. Atyád, aki rejtekben is lát, megfizet neked”. Máté 6, 16–18. (Békés–Dallos fordítás)

kinyúlt kötött mellényben, vállig érő zsíros hajjal jár be a munkahelyére. A Magyar Köztársaság társadalmában a stílus lehet a gondolat ruhája, sőt álruhája. Hasonlót feltételezek Szily László könyvéről is, és nem értekezem arról, vajon stílusa miféle identitásválság tükre, milyen komplexusok megnyilvánulása vagy milyen elfojtott, tudattalan régiók felszínre törése. Ezt meghagyom a mélylélektanászoknak.

A fregei megközelítés az elnevezés jelentését és referenciáját (denotátumát, jel-tárgyát) illetően (*Abendstern* és *Morgenstern* = *Vénusz* bolygó) stílusként és több-rétűen vizsgálható a könyvben, vagyis a trendi nyelvi ruha alól ki-kivillan a hagyományos kultúra és annak szóhasználata. A gyermeket váró feleség túlnyomórészt *csaj* (11, 14, 15, 17, 19 stb.), körülbelül fele előfordulásban *nőd* (16, 19, 22, 26 stb.), ironikusan ugyan, de régiesen *hitves*, *tündér*, *lány* (51). A *dagi tündér* (47) gúnyos jelzős szerkezet (oxymoron!?) jelentése felidézi az ősi tabus kifejezést: *boldog asszony*, azaz *vastagodó királynő* (vö. *jól helyben hagyták a bot boldogabbik végével*, azaz a vastagabbik végével). A gyermeket váró feleség egyéb metaforikus stb. proformái: *hiszterikus*, *követelőző rém* (19), *élettársam*, *a juhászkutya* (23 stb.), *vérébbé változott nő* (27), *alaktalan krumplicsaj*, *vászonba csomagolt burgonya* (43), *szénya nő* (47) stb.

Sok egyéb, nagyon vegyes és archaikusabb magyar műveltségre utaló kifejezés is fel-felbukkan különféle szlenggel körülvéve: *grenadírmars* (115), *a gályarabok közt sem volt népszerű, aki pihenőidőben az evezéstechnikáról kezdett sztorizni* (122), *négydimenziós utazás a madártejben* (= színes ultrahangkép, 62–64). A szerző tudatában van, hogyha hagyományos műveltségét fitogtatja, nem fogják megérteni, ezért találunk idegen szavak szótárába illő szócikkszerű mondatot is: *az oly sok görög hőst halálba taszító elvakult góg, a hübrisz* (154). Máskor viszont az olvasóra bízva, hogy utána néz-e a jelenségnek lexikonban, enciklopédiában, idegen szavak szótárában: *párnákból sumér templom formát tornyozol a fejedre ... a gyerek valószínűleg a dór templomépítészet híve, mert még jobban ordít* (125).

A legfeltűnőbb, ahogy a szerző monomániásan előráncigálja a hagyományosabb kultúra egyik legjellegzetesebb rétegét, a katolikus vallási elemeket, amelyek valószínűleg és gyakran teljességgel érthetetlenek a (médiás) szlengkultúra művelőinek, bár egyik-másik elem (például Szent Ferenc Naphimnusa) divatosabb az ateista, neoliberais kultúrában, mint maguknál a ferences szerzeteseknél: *nagylelkűségünk megszegyenítené magát Assisi „Nappivér” Szent Ferencet is* (13), *„A Pápa személyi edzője voltam” című vetített képes előadásról* (15–16), *tényleg rágyújtott egy bibórosnak kinéző egyén* (17), *jól kereső misztikus* (20), *pszeudo-Jézus-frizura* (25), *vállra omló Keresztelő Szent János-frizura* (40), *egyházi iskolás fiúk képzelik a műpeniszt* (54), *taszítja a miszticizmus karjaiba* (56), *felvilágosult lelkész álkedélyes modorában* (73), *speedező szerzetesek, amfetaminokon élő szerzetes is megirigyelhetné* (88), *szavaljuk Zenthe Ferenc istenes verseit* (96) stb. Itt-ott megjelennek a divatos keleti vallások is: *egyre többet mosolyog, de azt is valami tragikusan tibetis zamattal* (34),

úgy fogunk kinézni, mint egy szabad Tibetért küzdő népművelés szakos hippí. Ha narancssárga kendőt veszünk, mint egy krisnás (122).

Iróniája és szarkazmusa nem kíméli a mai magyar és általában a globalizált társadalmak esetlegesen kiválasztott torz jelenségeit: *az emberek szeretik látni, ha másnak is rossz (182), minden vágya egy környezettudatos vályogházba költözni (62), miután leperkáltuk egy középkeleties használt autó árát (a divatos új babakocsíért, 117), odaszokott egy biopiacra, és kecskerágó sziruppal kínálja az embert, ami csak egy lépés a Jézus-saru felvételétől (198), gyermekünk érettségi előtt, nyugdíjas technikatanára társaságában csatlakozik egy ufóhívó kommunához a Belső-Bakonyban (141), mintha egy transzvesztita Fradi-szurkolót próbálnánk összehozni egy buzifaló MTK-s kidobóemberrel (147), lassan olyan szint vett fel, mint egy Fradi-szurkolók közé keveredett kaméleon (189), keblére ölelne az összes észak-német békeharcos nő (25), a Fíatal kentaur megmenti a Hír tv logopédusát a librofóbiások karmaiból című nagyméretű olajfestmény (32), szakszervezeti lepényevőversenyen rajtakapott fideszes (45), sikítottam a párzó adóellenőr jellegzetes nászkiáltását hallatva (154) ... a kínos angol szakos szemináriumokon, ahol egy nagyon kicsi, igen levegőtlen szobácska hosszú asztalánál szorongva kellett volna értelmeznünk a pézsmacickány-motívum fejlődését W. B. Yeats kései verseiben. Most azonban nem egy irodalomoktatásból tengődő, végig sértett lírai költő nézett rám ... (60), véletlenül Bródy János fejét főzte bele a kocsonyába (67), a szülészeti osztályok pedig nagyjából annyira kedélyesek, mint egy miskolci lakótelep az első atomcsapás után (69), az apás szülés manapság a politikailag korrekt életmód része, vagyis megszólják az embert, ha nincs jelen az akciónál (76), részeg kazánfűtő képviseli Magyarországot az olimpiai műkorcsolya-verseny döntőjében, ... sírás – Delhusa Gjon a nappaliban (92), a hasából olyan hang hallatszott, mintha páncélozott szállító harcjármű esett volna egy PR-menedzserre (104); A háromkerekű kocsit a frottír homlokpánthoz és a pilóta nélküli robotrepülőgéphez hasonlóan az egészségmániás amerikaiak találták fel (117), Farkas Bertalan emlékülés, Kudlik Juli nem adja fel, komplett kommandós séta (az utóbbi három a csecsemővel való foglalkozás metaforái, 132–133), a tekintetem olyan volt, mintha Charles Bronsont formalinban tartották volna egy hétig (165). Kérdés, hogy ezek a célzások mennyire és mennyire nem lesznek érthetőek pár év-évtized múltán. Annál is inkább, mert a felgyorsult technikai, tudományos és társadalmi változásokat némileg felgyorsult nyelvi változás is kíséri, és ahogy a mai számítógépes programokkal nem nyitható meg húsz évvel ezelőtti mágneses lemez, úgy lesz szinte pillanatok alatt feltörhetetlen ez a nyelvhasználat is.*

Iróniája és szarkazmusa nem kíméli a saját korosztályát és annak önmegvalósító individualizmusát sem: *Az FBI állítólag a legkeményebb túszejtőket is meg tudja törni az éjjel-nappal játszott hangos rockzenével. Ebből logikusan csak az következhet, hogy a legkeményebb túszejtők gyermektelenek. Egy átlagos csecsemő hangki-bocsátása ugyanis durvább tréning, mintha a nappalinkban dzsemmelne Delhusa*

Gjon és Celine Dion (94), a hasfájás megfoghatatlanabb jelenség Varnus Xavér népszerűségénél is (95); az anya valamiért kidőlt a sorból, mondjuk beteg, vagy lelépett egy számmisztikai könyvekkel ügynökösödő lecsúszott aurafényképésszel ... hat órán belül fel tudunk szedni egy hasonló korú gyermekkel bíró négykarú bomba nőt (123–124), ezzel valószínűleg tartozik az önérzetének, a haverjai kiközösítenék, ha kiderülne, hogy még sohasem fenyegette koponyaalapi törés (167), Elemértől, a nagymenő számmisztikai tanácsadótól (172); Azért csiszolgattuk éveken keresztül a lakásunkat jellemző japánosan minimalista/kedélyesen biedermeier/batikoltan goás/kromacélosan high tech hangulatot, hogy egyszer csak mindent ellepjenek a rikitó színű, fröccs öntött műanyag bigyók és csetreszek (175). Az internet buta és katyvasz mindentudása, foszlányismeret-halmaza is megkapja a magáért: váratlan szükség-helyzetben fél óra alatt találtam a weben fiatal, legfeljebb hat hónapos szamarat ..., az első bejegyzés a Család + Gyerek kategóriában: Sorselemzés, személyiségkép, szexuális tanácsadás ..., Frigid nő nincs! ... ismét lehet orgazmusa ... Hosszasan merengek azon, hogy ez tényleg AZT jelenti-e, amire gondolok, ... Ezek után kifejezett fellélegzés a gyerek jóga három éves kortól tízéves korig ... Anyatej lefagyasztva sterilizált bébiételes üvegekben eladó ... minden káros szenvedélytől mentes vagyok ... csere is szóba jöhet. Mit lehet ajánlani lefagyasztott szenvedélymentes anyatejért cserébe? Nincs időm megtalálni a választ, tovább kísérletezek a kismamaszájtokon. ... értetlenül bámulom Edua Óvszer című karikatúra-képeslapját ... asztalnál ülve, kényelmesen reggelizni a szülés másnapján ... kihagyom az ígéretes linket – 5 kilónyi fokhagymát ért egy rabszolga ... amikor óvatlanul a Teletubbies topikra téved az egér (207–208).

Szily László alakzatai (különbéle és gyakori halmozásai, gondolatpárhuzamai) a barokk prózára és Prohászka neobarokk stílusára emlékeztetnek, de – úgy vélem – , valójában a tévéfilmek és tévéhíradók rohanó, kapkodó vágásainak, váltásainak nyelvi lecsapódásai: ... *nem irtatok le, de jól hangzanak, majd szűkítesz, újakat veszel fel, kérdőíveket osztasz ki barátaid és rokonaid között, satírozol, összeomlasz, helyreállsz, hogy féléves tipródás után a csajod egy nap mosolyogva közölje, hogyan fogják hívni a gyereket (21); A negyvenemeletes szórakoztatókomplexumok, kóborkutya-bandák, találomra felhúzott nyersbeton toronyházak, utcai süítődék, bódék, kézikocsik, elefántok, kétszer hatsávós mellékutcák és nyakukban zsinóron tartott színes mobiltelefonnal motorozó brókerek között megtaláltuk a szállodát (38); A szakkönyvek szerint [a csecsemő hasfájását] egyenlő eséllyel okozhatja a lenyelt levegő, a belekben megszorult gáz, kolera, enzimhiba, bélfertőzés, szalmonella, a központi idegrendszer éretlensége és valami ismeretlen jelenség, de leginkább az utóbbi (95–96); ... már csak akkor fog sírni, ha éhes, szomjas, bekakilt, bepisilt, megütötte magát, fázik, melege van, hozzánk szeretne bújni, egyedül szeretne maradni, álmos, megijedt, felébredt, fíngott, nem sikerült fíngnia, játszani akar, rosszkedvű, lázas vagy simán akaratos (100). Nem hiányzanak a 19. századi, akár Kölcseyre*

is emlékeztető klasszikus körmondatszerkezetek sem, amelyeknek a szóválasztása azonban a pátoszt már gúnnyal, iróniával, szarkazmussal vegyíti: *Ha úgy érzed, hogy eddigi életed annyira vidám és harmonikus volt, hogy az már szinte émelyítő, ha még sohasem legyintett meg az elmebaj, ha a lelked mélyén mindig is sejtetted, hogy az egész csak cukrozott öncsalás, és a kártyavárnak előbb-utóbb össze kell omolnia, akkor a gyerek születése előtt feltétlenül szerezz be egy légzésfigyelőt! Ha nem, akkor jól gondold meg a dolgot!* (190). A figyelemfelkeltő retorikus újságírás, annak művészi utánzása sem idegen a könyvtől: *John B. Jitterbug Jr.*, [angol beszélő név, jelentése 'rángatózó idegember'] *a minnesotai George Washington Egyetem óraadó tanára 1997. október 10-én elindult megtartani szilárdságtani szemináriumát, ám sohasem érkezett meg a campusra. Tanítványa, Helen Gimmick [jelentése 'csel', 'ravasz', 'blikfang'] éveket szentelt a titokzatos ügy felderítésére. A nyomozás megdöbbentő eredményt hozott: Jitterbugot a multinacionális babakocsigyárak tették el az útból, mert a tudós kiderítette, hogy sötét kapcsolatban állnak bizonyos kötszerforgalmazókkal. A morbid paktum értelmében tervezték az elmúlt harminc év összes babakocsiját olyanra, hogy összecsukás közben mindenképpen lecsúpják a felhasználó egy-egy ujjpercét* (193–194).

A hagyományos értékek egy-egy fordulatban álöltözet nélkül, a maguk tiszta mivoltában, a (médiás) szlengvilágba teljesen oda nem illően és váratlanul is bebevillannak, mint a játékfilmekbe a nemzetközileg tiltott, másodpercek töredékéig bevágott, nem vagy alig tudatosítható, de manipuláló reklámképek: *szülők leszünk, egy igazi kisgyerek szülei* (28), *nem olyan ijesztő ... , sőt a legvidámabb dolog, férfivá érleli az embert* (ti. a gyermekvárás, 14, 30), *még pár nap, és megszületik a gyerek. Az ember munka közben percenként kétszer ellenőrzi a mobiltelefonját ... Ez a pár nap persze sokkal hosszabbnak tűnik az eddigi hónapoknál* (65–66), *a szülés örök élmény, próbáljuk megjegyezni, mit mondtunk utána először a csajunknak, és ő mit válaszolt. Én azt, hogy „baszki, nem találok a felvétel gombot”, ő meg azt, hogy „az a kis piros az”* (találó leírása a férfi bugyuta és a nő racionális viselkedési különbségének a határhelyzetekben, 83), *Ne legyünk képmutatóak, és könnyezzünk nyugodtan, ha jólesik” ... összevissza mászkáltam a lakásban, és próbáltam elképzelni, hogy van egy fiam, de nem sikerült* (ti. apák a gyermekük megszületésekor, 84), *az alatt a kétszer húsz óra alatt végig a mosolyogva alvó gyereket fixiroztam, hogy nincs-e valami baja* (124). Előfordul azonban, hogy hosszabb nyíltsággal tárulnak föl a hagyományos teológiai és filozófiai mélységek: *A gyermek saját maga akart megszületni, valaki vagy valami más akarta így, esetleg egyszerű biokémia az egész? Az újszülött olyan, mint valami üres tartály, amit fel kell tölteni tudással? Vagy eleve vannak bizonyos ismeretei? Esetleg mindent tud, és ő rendezte így az egészset?* (ideae innatae!?, 57).

A régies szavak és a szlengek együttesét egyes regiszterű szövegnek is tekintetnénk, ha nem pusztán irónia volna a célja. Feltűnően gyakori éppen a (médiás)

szlengekkel teletömött könyvben az utóbbi évtizedek köznyelvéből is kivesszett, tehát archaikus és „zseniális” magyar nyelvtani találmány, a *-va*, *-ve*, *-vá*, *-vé* határozói igenév alkalmazása.

Petőfi újságcikkeit, úti beszámolóit ma is megértjük, és élvezettel olvassuk. Petőfi újságíró kortársainak cikkei alig érthetőek mái magunknak. Úgy tűnik, hogy a zseniális költő határozta meg legalább száz évre a magyar nyelv jövőjét, más szóval a nyelvi normát, amely utóbbi nyelvészeti fikció, mert Petőfit is megbélyegezte a konzervatív kortárs társadalom a normatörésért és tabutörésért. Mai köznyelven alkoholistának és szexmániásnak tartották bordalai és szerelmes versei miatt, pedig gyomorbaja folytán egyetlen pohár bort sem tudott meginni, és olyan erkölcstelennek tartotta Jókai színésznővel kötött házasságát (!), hogy megszakította vele a barátságot. Az elkövetkező évtizedek fogják megmutatni, Szily László könyve és egyáltalán a médiastílus mennyire határozta meg a magyar nyelvet. Annyi biztos, hogy Szily leírásai, jellemzései láttatóak, érzékletesek, a médiás szlengben beszélőknek mindenképpen, de ha nem csak nekik, akkor Szily László ezen az alapon a jól írók közé sorolható: *... a kicsi ... ha már tud fogni, kaphat saját kanalat, ... és a kajagombócokat is sokkal messzebb tudja katapultálni* (112), *az etetőszék hadrendbe állítása* (113), *hosszas gombcsavargatás után a hullámzó folyadékból lassan kiemelkedett egy jóképű, csukott szemű csecsemő bronzmaszkja* (magzat ultrahangvizsgálata, 63); *A gyerek körül közben kisebb tömeg forgolódik. Az egyikük a szemébe csöppent, és egy csővel kiszívja a nyálkát az orrából meg a szájából, a másik a reflexeit ellenőrzi, a harmadik ollót nyújt felénk, hogy a megbeszéltek szerint elvághassuk a köldökzsinórt. A köldökzsinór meglepően fehér és porcos, vágáskor pattan, mint a lúdgége. Aki korábban nem vette fejét egyetlen szárnyasnak sem, az új élménnyel gazdagodhat* (81–82); *... egy déltájban ébredező alkoholista bakter harákolását utánozza* (ti. az ébredező csecsemő, 87); *A kisgyermek és a kutyák viselkedése sok mindenben hasonló, egyformán rajonganak például a szemetesért. Ha egy disznót beledobnak a vízbe a nyílt tengeren, állítólag ösztönösen a part felé kezd úszni. Ha egy kisgyereket bedobnak egy konyhába, ugyanilyen biztonsággal indul meg a kuka felé, hogy villámgyorsan magába tömje a legundorítóbb állagú darabokat ... megfigyelheted azt az ősi időkből származó reflexet, hogy ha az apró gyermek lábbelit lát, azonnal megfordítja, és megnyalja a talpát* (170–171). Akárcsak Pázmány Péter, amilyen pontosan leírja a szülést, egyértelmű, hogy jelen volt szülésnél, és kiváló megfigyelő (67–85). Más kérdés, hogy analógiái, amelyekkel megvilágítja a gyermekvárast, a szülést, az apaságot és a csecsemőgondozást, kifejezetten a médiakultúra részei (vö. *filmes élményeim kapcsán*, 77), azaz expressis verbis agresszió, horror és szex. A szülés fejezet címe: *Pankráció és örömsikoly*. Részlet a leírásból: *A vajúdás végső szakasza már olyan, mintha a nő egy láthatatlan pankrátorral küzdene, aki percenként bevisz neki egy rettenetes balegyenest ... Imola belsejéből ... egészen különös, soha nem hallott nyögés szakadt ki, ami zavarba ejtően hasonlított egy szexuális*

örömkialtásra. *Én elpirultam, dr. Sz. pedig ... elégedett kajánsággal bólított ...* (ti. megindult a szülés, 75).

Bár a szerző – a klasszikusoktól megszokott és elvárt módon – *nem álságos szerénységből* (247) írja a könyve végén, hogy *a világért sem venném magamnak a bátorságot, hogy tanácsokat adjak másoknak, hogyan neveljék a gyerekeiket* (246), a befejezés rendkívül gyakorlatias *paragyűjtemény* és a gyereknevelésről szóló, persze médiás szlengben írt bölcs apai mondások gyűjteménye (némi archaikus műveltségi iróniával 21. századi apophthegmata patrum).

A nyelv kalauz a társadalmi életben: eligazít a kulturális rendszerben. Szily László könyve, a *Kitolás – Kalauz leendő apáknak*. Nyelvész legyen a talpán az az idősebb nemzedék, amelyik ezt a könyvet botránkozás nélkül, sőt élvezettel elolvassa és elkalauzoltatja magát a jelen és talán a jövő nyelvén a múltjában, de biztosan kedvet kap a magyar nemzet gyarapításához a fiatalabb hímnemzedék, az ifjú kanok – hogy a magam módján egy kissé közelíteni próbáljak a szerző stílusához –, és mindenképpen messze tiszteletre méltóbb Szily László kísérlete a gyermektelen vagy a gyermekeik nevelését a tudományos kutakodásért elhanyagoló akadémikusok meddő (médiá)csácsogásainál” (hogy Pázmányt se felejtjük), amelyekben hanyag eleganciával ignorálják a nagycsaládosokat. Aki pedig el tud tekinteni, vagy éppenséggel nem kell eltekintenie a stílustól, a gondolat ruhájától, és valaha gyermeket vállalt és nevelt, lépten-nyomon ráakad a *Kitolásban* a saját, ezvalóbanígyvolt’ élményére.

III. fejezet

Tanulmányok a kommunikáció és a média köréből

Fiatal kutatók fóruma

Dalmadi Renáta

Főműsoridős hírműsorok mint multimediális szövegek

Elektronikus sajtó szakirányos kommunikáció szakos hallgatóként végeztem 2009-ben az Eszterházy Károly Főiskolán. Ebben a dolgozatomban főműsoridős televíziós hírműsorok mint multimediális szövegek vizsgálatával foglalkozom. Témaválasztásom oka az volt, hogy tanulmányaim során megismerkedtem a rádiós, televíziós, elsősorban közszolgálati hírszerkesztés alapjaival, folyamatával. Érdekesnek tartottam azt vizsgálni, hogy az országos közszolgálati csatornák mennyire tudnak megfelelni a közszolgálati követelményeinek, mennyire határozza meg hírszerkesztésüket a kereskedelmi csatornákkal a nézők figyelméért folytatott verseny. A vizsgálat célja tehát kereskedelmi és közszolgálati csatornák közötti hasonlóságok, különbözőségek megfigyelése volt. Céлом volt annak mérése, hogy a csatornák hírműsoraiban, azok tematikájában, struktúrájában, megközelítésében kimutathatók-e eltérések, hasonlóságok. Vizsgáltam, hogy mennyiben különbözik az általam választott közszolgálati, a Duna Televízió és a kereskedelmi csatorna, az RTL Klub hírműsora a feldolgozott témákat, azok hosszát, megközelítését, feldolgozásának módját és nem utolsósorban nyelvhasználatát illetően. Az említett két csatorna esti, főműsoridős híradóit mint médiaszöveget tanulmányoztam egy héten keresztül. Mindezek vizsgálata során kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. Így a műfajelemzés, a tartalomelemzés, a szemiotika mint szövegelemző módszer, illetve egyéb eljárások kombinálása egyaránt jellemző munkámban.

Abból indultam ki, hogy a hír szöveg, hiszen megfelel a szövegértékűség és szövegösszefüggés kritériumainak. Az egyes híryananyagok láncolata, a hírműsor szintén szövegnek tekinthető, még hozzá multimediális szövegnek. A szövegek vizsgálatával foglalkozó tudományág pedig a szövegtan. A televíziós hír mint szöveg vizsgálatával a szemiotikai szövegtan foglalkozik. Olyan komplex jelek multimediális szövegtana ez, melyek szövegszerűségét a verbális és a képi összetevő együttese határozza meg. Ezek alátámasztásához elsőként a hír definiálásának problémáit fejtegettem, áttekintve itt az újságírótankönyvek által a hírről írt munkákat és ezeken túlmutatató hírdefiniációkat is. Majd a hírről mint szövegről és a szövegek vizsgálatának tudományos háttéréről számoltam be, elsősorban Szikszainé Nagy Irma és Petőfi S. János szövegtanára támaszkodva. Ezt követően a hírszövegek tipizálási lehetőségeit mu-

tattam be Tolcsvai Nagy Gábor, Petőfi S. János és Andok Mónika televíziós hírekre is kidolgozott tipológiája által. Ezután a hírrel mint médiaüzenettel foglalkoztam, áttekintve a transzmissziós és a rituális modell lényegét, illetve Bourdieu elméletét mutattam be, mely magyarázatot ad arra, hogy miért kerülnek a vezető hírek közé a katasztrófáról, bűncselekményekről szóló hírek. Utána részleteztem a televíziós hírek, hírműsorok szerkesztésének jellegzetességeit. Kifejtettem, hogy mik azok a fő pontok, melyekben különbözik a rádiós és nyomtatott hírtől. Végül az általam egy héten keresztül részletesebben vizsgált két csatorna főműsoridős híradóit mutattam be. Vizsgáltam a hírműsorok szerkezetét, a hírek témáját, azok előfordulási gyakoriságát, a főbb témacsoportokat, a feldolgozott témák idejét, a feldolgozás módját, a hírek struktúráját és a nyelvi megformáltságát.

A két csatorna hírműsorának felépítése között nem mutatható ki jelentős különbség. A főcímanimáció, a szignál után következik a headline, mely során a közszolgálati csatornán négy, a kereskedelmin három hírt ajánlanak röviden a nézők figyelmébe. Ezt követi a műsorvezetők köszöntése, majd az egyes híryanagok bemutatása, utána az összefoglaló headline, végül pedig a bemondók elköszönése. Feltételeztem azt azonban, hogy a két csatorna hírműsora között jelentős különbségek figyelhetők meg több szempontból. Úgy véltem, hogy a híradó teljes hosszát illetően nincs jelentős különbség közöttük, de a feldolgozott témák számát illetően már van. Ezt az adott héten végzett megfigyeléseim után cáfolnom kellett. A feldolgozott témák tekintetében nincs jelentős különbség a két csatorna között, a közszolgálati 16–20 témát, a kereskedelmi 17–21 témát vonultatott fel az adott héten egy-egy napon. Viszont a hírműsorok teljes ideje között majdnem öt perc különbség van. A Duna Tv hírműsora 22 perc, az RTL Klub hírműsora 27 perc mindennap. Ez a különbség pedig abból adódik, hogy az RTL Klubon gyakran láthatunk két percnél hosszabb időterjedelemben feldolgozott híreket, ami annak tudható be, hogy inkább az érzelmekre akar hatni, így gyakran fűz bele az egyes hírekbe emberi történeteket, azokon keresztül bemutatva például egy politikai vagy gazdasági döntés hatását. Ezzel az infotainment híradást megvalósítva. A Duna Televízió jobban törekszik a rövid, tömör, első hallásra is érthető megfogalmazásra. Ez abban is megmutatkozik, hogy két percnél hosszabb híryanagok csak a legkritikább esetben fordulnak elő. Tárgyilagosságra törekednek. Feltételeztem, hogy adott napon nem ugyanazokkal a témákkal foglalkoznak, persze vannak átfedések, de más események kiemelését tarthatják fontosnak. Úgy gondoltam, előfordulhat, hogy egy hír például a kereskedelmi csatornán vezető hír, míg a közszolgálati csatornán hátrébb szorul a listán és fordítva. Valószínűnek tartom, hogy nem ugyanolyan időterjedelemben foglalkoznak egy adott hírrel még a közös témát illetően sem. Ezt teljes mértékben alátámasztják vizsgálataim. Átlagosan négy-öt azonos témát dolgoznak fel egy napon. És az állapítható meg, hogy a közszolgálati csatornák a kereskedelmi megjelenésével valóban versenyhelyzetbe kerültek, ez azonban a Duna Televízió hírműsorának szerkesztésében kevésbé

mutatkozik meg. Vezető híre az általam vizsgált héten minden esetben az egész ország lakosságát érintő hír volt, ami nem feltétlenül csak politikai vagy gazdasági hír lehet. A belföldi politikai, gazdasági hírek mellett mindennap foglalkozik a határon túli magyarokat érintő problémákkal is, majd külföldi híreket is feldolgoznak. Ezek után már nem országos érdekeltségű, hanem csak egy-egy régiót érintő hírek következnek, ezek lehetnek gazdasági, politikai, oktatással kapcsolatos, önkormányzati, egészségügyi vagy akár bűnesetekkel kapcsolatos hírek is. Majd kulturális, illetve bűncselekményekről, katasztrófákról beszámoló hírek, illetve egyéb színes hírek jelennek meg. Míg az RTL Klub, kereskedelmi jellegét nem meghazudtolva, más hírműsor-szerkesztési technikát követ. Sokkal inkább lesznek olyan vezető hírek a csatornán, melyekkel felkelthetik a nézők figyelmét. Így bűnügyekkel, katasztrófákkal kapcsolatos hírek. Míg az országos jelentőségű politikai, gazdasági hírek hátrébb kerülnek a hírfolyamban. Az adott napon mindkét csatorna által feldolgozott hírek általában az országgyűlés hírei vagy olyan kiemelkedő, meghatározó jelentőségű esemény, mint az adott héten nagy aktualitással bíró Nabucco-konferencia vagy például híres színész, közéleti szereplő halála, mint a vizsgált héten Tasnádi Péter halála volt, illetve olyan bűncselekmények, mint a három bankrablás egy napon belül, mely megbolygatta egy időre a főváros életét. Mindezek jól kitűnnek a melléklet táblázataiból. (Az elemzett hét programjaiból a hétfői és a keddi napot szemléltetem.)

A hírműsorok, az egyes híryanagok nyelvi megformáltsága kapcsán, Andok Mónika hasonló vizsgálataira támaszkodva, vizsgáltam ezek szerkezetét, stílusát, és a kifejtettség, bennfoglalás mértékét. Az általános szövegtagolás (bevezetés, tárgyalás, befejezés) a televíziós hírek esetében felborul. Ehelyett az figyelhető meg, hogy a hírek drámai felütéssel kezdődnek, majd az ok, okok kifejtésével folytatódnak, és a hatás, a következmény kifejtésével záródnak. De a különféle tematikus mezőhöz kapcsolódó hírek makrostruktúrája eltérő a tekintetben is, hogy melyik mezőhöz tartozna. Nyelvhasználatukat illetően az figyelhető meg, hogy a Duna Televízió nyelvhasználata választékosabb, a másik csatornára inkább a bizalmasabb szóhasználat és a provokáló hangnem jellemző. Megfigyelhető ez a kereskedelmi csatornán elhangzott mondatokban: „Az ára ezért csak 14 millió 200 ezer forint”; „Veres János inkább sétál, pedig van neki autója”; „Újabb fotózás, újabb kézfogás”; „Rendkívüli ülés, rendkívüli pillanat”; „Családi fotóra gyűlnek a Nabucco-konferencia résztvevői.” Az eltérés a két csatornán ugyanazon hír esetén is megfigyelhető, például egy bankrablás kapcsán ez hangzott el a Duna Televízióban: „Az ismeretlen férfi fegyverrel kényszerítette az egyik alkalmazottat több pénzeszsák átadására, ezután a rabló gyalogosan menekült el, a rendőrök nagy erővel keresik.” És mindez így hangzik az RTL Klubon: „A férfi elszaladt, a rendőrök lezárták a bevásárlóközpontot, hátha odabent találják, de nem, azóta sincs meg.” A *gyalogosan menekült el* és az *elszaladt* kifejezés közötti stílusbeli különbség, jól érzékelteti a két csatorna közötti eltéréseket.

A híryanagyok kifejtettsége, a bennfoglalás mértéke kapcsán azt vizsgáltam, hogy a hírek milyen mértékben adnak választ a ki, mit, hol, mikor, hogyan, miért kérdésekre. Az figyelhető meg jellemzően, hogy a ki és a mit kérdésre az esetek többségében igen, de a többi kérdés ritkán kerül megválaszolásra.

Vizsgáltam azt is, hogy a szöveg, a verbális elem, illetve a képek hogyan alkotnak egységes egészet, illetve melyik állná meg önállóan is a helyét. A híradó esetében a kettő elválaszthatatlan egymástól, a szöveg, a narráció és a kép együtt jelenik meg, a kettőnek erősítenie kell egymást, a kettővel együtt érhető el a hatás, együtt határozzák meg, hogy mennyire lesz érthető az adott hír. Véleményem és megfigyelésem szerint azonban, inkább a verbális rész állná meg a helyét önállóan is. A kép sokszor csak kiegészíti a hallottakat, de a legfontosabb, a hír megértéséhez nélkülözhetetlen információkat többnyire tartalmazza a szöveg. Megfigyelhető, hogy a narrátor felvezetője alatt egy-egy témához illő, „témamegjelölő” állókép jelenik meg mindkét csatornán. A Duna Tv hétfői, az adó- és járulékcsoökkentés tervéről szóló hírében a bemondó felvezetője alatt Gyurcsány Ferenc képét látjuk a háttérben. Az ezt követő, de ezzel összefüggő Fidesz-reakció felvezetése alatt a Fidesz logóját látjuk, a forint helyzetének ismertetésekor pénzürmék láthatók. A Nabucco-konferenciára való készülődés tárgyalásakor pedig a parlament épülete látható. Hasonlóan témamegjelölő az RTL Klub esetében is. A hétfői híradóban az első hír egy általános iskolában történő esetet mutat be, és a narrátor felvezetője alatt az iskola épülete látható, a második hír arról szól, hogy Eperjesen nem iható a víz a magas arzéntartalom miatt, ekkor egy ivást tiltó tábla van a háttérben, a citromsziget felszámolásáról szóló hír felvezetője alatt pedig szintén maga az épület. Az is megállapítható, hogy a különböző témáknak mindig megvannak a sablonos képei. Egy sajtótájékoztatót bemutató anyag alatt kézfogások láthatók, a sajtótájékoztató résztvevői, jegyzetelő kezek, felszólalók. Egy konferencia bemutatása során a parlament belsejében készült képek, baráti kézfogások és az egymással tárgyaló felek bemutatása jellemző. Iskolai események tárgyalásánál az iskola épülete kívülről, belülről, padban ülő, folyosón sétáló gyerekek, tanórán készült képek. A szöveg és a kép egymást erősítő hatása tagadhatatlan, a kép sokszor kiegészíti a hallottakat. Előfordul azonban az is, hogy ugyanaz fejeződik ki képen, mint verbálisan, ez főként a kereskedelmi csatornát jellemzi. Például mikor elhangzik az, hogy: „Rendőrok vezették fel délben az első delegációt”, és közben a képen a rendőrautókat látjuk. Vagy egy másik esetben azt hallhatjuk: „Tiltótábla az Akadémia utcában”, közben pedig a tábla van előttünk a képen.

Megállapítható tehát, hogy a két csatorna hírműsorainak, híryanagainak szerkezeti felépítésében jelentős különbségek nem mutatható ki. Amiben különböznek, az a hírműsor teljes idejének hossza, hiszen a közszolgálati csatorna hírműsora 22, a kereskedelmi csatornáé 27 perc. Az egyes híryanagyok hosszát illetően is jelentős eltérés figyelhető meg, a Duna Tv-t nem jellemzik két percnél hosszabb híryanagyok, az RTL Klub pedig gyakran él vele. A feldolgozott témák tematikus összetétele is

eltérést mutat, leglényegesebb különbségként említve azt, hogy a kereskedelmi csatorna gyakran helyezi előtérbe a bűnesetek, katasztrófák bemutatását. Stílusukat, nyelvhasználatukat illetően megállapítható, hogy a Duna Televíziót választékos szóhasználat, míg a közszolgálatit bizalmas, provokáló hangnem jellemzi, illetve gyakoriak a felesleges körülíró kifejezések, terjengősség. Talán ezekben ragadhatóak meg a két csatorna közötti leglényegesebb eltérések.

Mellékletek

A Duna Televízió és az RTL Klub hírműsorainak témái

Teljes idő (perc)	22		
Témák száma	20		
Témák	Cím	feldolgozás módja	Anyag hossza
	Adó- és járulékcökkentés terve	riport	1:15
	A Fidesz reakciója a kezdeményezésre	riport	0:34
	A forint helyzete	hírfelolvasás	0:11
	Nabucco-konferenciára készülnek	riport	1:50
	Az azeri elnök válasza a Nabuccóra	riport	1:05
	Új szlovák külügyminiszter	hírfelolvasás	0:20
	Szlovákellenes feliratok ügye	hírfelolvasás	0:20
	Pátria Rádió	riport	1:43
	Visszavett állami pénzek	riport	1:55
	Nagyvárad tüz	hírfelolvasás	0:25
	Guantanamoi foglyok	riport	1:15
	Afgán menekültek	riport	1:10
	Roma gyerekek megkülönböztetése	riport	1:35
	Lakásátalakítási program	riport	1:25
	Újra jár a 4-es metró fűrópajzsa	riport	1:00
	Fertődi kastély	riport	1:25
	Jégzajlás	riport	0:45
	Bankrablás	hírfelolvasás	0:29
	Kinde Gerder	hírfelolvasás	0:20
Németországi baleset	hírfelolvasás	0:30	

1. táblázat: Duna Televízió, 2009. január 26. hétfő (18.00)

Teljes idő (perc)	22		
Témák száma	18		
	Cím	feldolgozás módja	anyag hossza
Témák	Nabucco-konferencia	riport	1:55
	Az oroszok reakciója a Nabuccóra	tel. tudósítás	0:50
	Fidesz-kezdeménnyezés	hírfelolvasás	0:25
	Influenzajárvány	riport	1:45
	Kalici járvány	riport	0:35
	Autóeladás itthon	riport	1:55
	Autóeladás Olaszországban	hírfelolvasás	0:30
	A román államfő Mo.-ra látogat	hírfelolvasás	0:15
	A szlovák elnökválasztás esélyesei	riport	1:35
	Obama céljai	hírfelolvasás	0:30
	42 szudáni menekült	riport	1:40
	Hőkamerák az ukrán határőröknek	riport	1:10
	Arzénes víz	riport	1:55
	Gázörzök	riport	0:57
	Dj-helyzet	riport	1:10
	40. Magyar Filmszemle	riport	1:10
	Nemzetközi Holocaust Emléknep	riport	1:10
	Nyolcas ikrek	riport	0:35

2. táblázat: Duna Televízió, 2009. január 27. kedd (18.00)

Teljes idő (perc)	27		
Témák száma	17		
	Cím	feldolgozás módja	anyag hossza
Témák	Iskolai erőszak vagy játszottak	riport	1:35
	Arzénes víz	riport	2:28
	A „citromsziget” kiürítése	riport	1:46
	A pénzügyminiszter új autója	riport	2:15
	Adó- és járulékcsoökkentés terve	riport	1:55
	440 millió az Európai Beruházási Banktól	hírfelolvasás	0:35
	Nabucco-konferenciára készülnek	riport	2:05
	A ferencvárosi választások	hírfelolvasás	0:35
	100 betöltetlen háziorvosi praxis	riport	2:05
	Lakásátalakítási program	hírfelolvasás	0:25
	BKV – bliccelők	riport	1:43
	Jégzajlás	riport	1:50
	Izlandi kormány	hírfelolvasás	0:33
	Tamil tigrisek	tudósítás	1:20
	Németországi baleset	hírfelolvasás	0:25
	Díjátadó Los Angelesben	tudósítás	1:45
40. Magyar Filmszemle	riport	1:53	

3. táblázat: RTL Klub, 2009. január 26. hétfő (18.00)

Teljes idő (perc)	27		
Témák száma	18		
	Cím	feldolgozás módja	anyag hossza
Témák	Rendőrautó tilosban	riport	2:00
	Bankautomata-tolvajok	riport	1:50
	Bankrabló fegyver nélkül	riport	0:40
	Fidesz-kezdeménnyezés	riport	2:10
	Újabb 40 munkanélküli	riport	2:15
	Drágul a benzin	hírfelolvasás	0:23
	Szépül a mosonmagyaróvári kórház	riport	1:35
	Hererák	riport	1:42
	Kórházban Pécs polgármestere	hírfelolvasás	0:30
	40. Magyar Filmszemle	riport	1:55
	Kivágott korhadat fák Szegeden	riport	1:35
	Skorpió a lakásban	riport	1:40
	A Nabucco-konferencia eseményei	riport	1:55
	Obama céljai	hírfelolvasás	0:30
	Nyolcas ikrek	hírfelolvasás	0:30
	Kidőlt híres fák	hírfelolvasás	0:30
	11 éves matador	riport	1:10
Diana-kiállítás	riport	1:47	

4. táblázat: RTL Klub, 2009. január 27. kedd (18.30)

Támcsu Tímea

Az udvariassági szokásrendszer megjelenése a televízió nyelvhasználatában

Az udvariasság értelmezése

A Révai Nagy Lexikonban az *udvariasság* címszó alatt a következő meghatározás található: „Az udvariasság másokkal szemben figyelmes, előzékeny viselkedés, amely azonban minden bizalmaskodást kerül, és többé-kevésbé hideg.” A lexikon által meghatározott definícióból látható, hogy az emberek tudatában egy olyan kép él az udvariasságról, amelyben a tapintatos viselkedési formával azonosítják. Még nem épült be a köztudatba, hogy az udvariasság nemcsak magatartási elemekből áll, hanem a megfelelő nyelvi eszközök is szerves részét képezik. Azaz a tiszteletadás mint viselkedési forma leképeződik a nyelvhasználatban is. Az udvariasság ezáltal megnyilvánul nyelvi és nem nyelvi formában is. Ez a két vetület teljesen más aspektusból határozza meg az udvariasságot, azonban szorosan össze is függnek egymással.

Az udvariasság nem nyelvi meghatározása a társadalom által kialakított norma-rendszer szerint előírt viselkedési forma. A társadalmi magatartásformák folyamatosan változnak a társadalmi normarendszerrel. A nem nyelvi udvariasság, egyfajta illemformának tekinthető, a mindennapi életünk valós célja, melyet minden kultúrában az etikett szabályai határoznak meg (Szili 2007: 2).

A nyelvi udvariasságot, összetett jellege miatt, több tudományág kutatásait figyelembe véve lehet meghatározni. (Vö. Domonkosi 1999: 166.) A tiszteletadás nyelvi formái egy kommunikációs aktusban vizsgálható szociolingvisztikai, pragmatikai, grammatikai megközelítésből. Ezek közül a következőkben a grammatikai elemekre fektetek nagyobb hangsúlyt, mivel a televíziós műsorokat a későbbiekben ez alapján elemeztem. Azonban az udvariasságról beszélve kihagyhatatlan, hogy ne foglalkozunk a pragmatikai megközelítéssel, hiszen a beszédaktus, a nyelvi cselekedeteink legkisebb, önálló funkcióval bíró egysége mellett, a pragmatika fő területét képezi az udvariasság kutatása. Egyes értelmezések szerint a pragmatika legfőbb tárgyát az udvariassághoz sorolható jelenségek vizsgálata jelenti. Az udvariasság univerzális megfogalmazására a pragmatikán belül a makropragmatika is próbál megoldást nyújtani.

Az udvariasságot Leech a társalgást irányító elvekkkel azonosítja, Brown és Levinson arcvédő tevékenységként határozza meg, Fraseré pedig a felek közötti társalgási szerződésként értelmezi. Az utóbbi megfogalmazás a legáltalánosabb. A szerződés a felek jogain és kötelességein alapul az adott szituációban. (Szili 2004: 32) „Az arculat az én egyik nyilvános képe, tartalmát és megjelenési formáját a társas interakció rituális rendje szabályozza” (Nemesi 2004: 166). Az arc minden egyén önképének a szimbóluma, mely széteshet, megőrződhet, fejlődhet a másokkal folytatott interakció során. Az udvariasság annak megnyilvánulása, hogy milyen módon lehet megőrizni, fenyegetni a beszédárs arcát. Kétféle alaparc létezik: a tartózkodó (negative face) és a közelítő (positive face). (Szili 2004: 33) A negatív arculat azt az emberi vágyat jelenti, hogy cselekedeteiben ne akadályozzák. A pozitív arculat az az igény, hogy szándékaink mások számára is elfogadhatóak legyenek. (Nemesi i. h.) Ez alapján megkülönböztethető a közelítő udvariasság és a tartózkodó udvariasság stratégiái. A közelítő udvariasság stratégiái az egyetértésre alkalmas eszközöket emeli ki. Tartózkodó udvariasság nyilvánul meg, amikor a beszélő önmaga akaratát háttérbe szorítja, hogy partnerének szabadságérzetét kevésbé veszélyeztesse. (Szili i. h.) Minden kommunikációs aktusban résztvevő számára fontos, hogy óvják egymás arculatát, mert mindenki érzi, hogy arculata nem sebezhetetlen, és mindenki tudja, hogy más is védelmezni fogja a saját arculatát, ha fenyegetve érzi magát. Brown és Levinson elméletéből kiderül, hogy az udvariasság lényegét ők abban látják, hogy vannak bizonyos beszédaktusok, melyek inherensen fenyegetik az arculatot, melyeket ahogy csak lehet, enyhíteni kell. (Nemesi i. h.)

Paul Grice A társalgás logikájáról című előadásban először mutatta be az általa kidolgozott együttműködési alapelveket, amely később nagy hatással volt Robin Lakoffra, Geoffrey Leechre. Grice négy maximát határoz meg: a mennyiség, a minőség, a relevancia, a mód maximáját, és ötödikként felveti az udvariasság maximáját. A grice-i elmélet továbbgondolása során Lakoff arra jutott, hogy az udvariasság jelentősége a társas kapcsolatok megerősítésében és a személyes interakciók súrlódásainak mérséklésében rejlik. A grice-i maximák kiegészítésére létrehozta az udvariasság almaximáit: „Ne írd elő!”, „Kínáld fel választási lehetőséget!”, „Cselekedj úgy, hogy a hallgató jól érezze magát!”. Az udvariassági szituáció szabja meg, hogy melyik szabály alkalmazandó, azonban Lakoff arra nem tér ki, hogy a beszédársak hogyan állapíthatják meg a követendő udvariassági fokot. Leech Lakoffhoz hasonló megállapítást tesz az udvariasság definiálása során. Úgy gondolja, hogy ki kell emelni az előzékeny, dicsérő beszédaktusokat (ezt nevezi „pozitív udvariasságnak”), és csökkenteni kell a bántó elemeket (ezt hívja „negatív udvariasságnak”). (Nemesi 2004: 162–163.) Grice az információk legteljesebb átadását tűzi ki célul, Leech pedig az interakcióban fellépő súrlódások csökkentését. Leech hét elvet fogalmaz meg, melyek betartásával érhetjük el a legudvariasabb kommunikációs aktust. Ez a hét elv: a tapintat, a nagylelkűség, a megerősítés, a szerénység, az egyetértés, az együtt-

érzés és a fatikus maxima. A tapintat elve szerint minimalizálni kell a mások kárára vonatkozó kijelentéseket és maximalizálni a hasznára utalókat. A nagylelkűség elve arra utal, hogy minimalizálni kell hasznunk kifejezését és maximalizálni kárunkét. A megerősítés elvén Leech azt érti, hogy minimalizálni kell mások lebecsülésének kifejezését és maximalizálni megerősítését. A szerénység elve azt mondja ki, hogy minimalizálni kell az öndicséretet és maximalizálni önmagunk leszólását. Az egyetértés elve szerint minimalizálni kell a társas interakciók során az egyet nem értést és maximalizálni az egyetértést. Az együttérzés elve arra int, hogy minimalizálni kell ellenérzésünk kifejezését, maximalizálni az együttérzést. Az utolsó alapelvet, a fatikus maximát Malinowskitól veszi át feltételesen. A fatikus érintkezés arra utal, hogy kerülni kell a csendet, szóval kell tartani a másikat. (Szili 2004: 34–35.)

Az udvariasság nyelvi formái

A tiszteletadási formák nyelvészeti leképeződése elsősorban a fatikus nyelvi elemek eszközein keresztül nyilvánul meg. „A fatikus nyelvi elemekkel dúszított szöveget pedig udvarias szövegnek nevezzük” (Balázs 1987: 411). A személyközi kommunikációt kezdetétől fogva a verbális és non verbális fatikus, azaz a kapcsolatra utaló elemek fonják át, melyek a megfelelő nyelvi eszközök használatával udvariasak lesznek. A kapcsolatteremtés, -fenntartás, -zárás verbális eszköze a köszönés, a megszólítás, a tegezés – nem tegezés.

A köszönőformákat a Magyar grammatika (szerk.: Keszler Borbála) alapján soroltam be négy nagyobb csoportba. A legelterjedtebbek az interakciós mondatszók: a *Szervusz!*, *Szia!*, *Helló!*, *Csáó!*, *Hi!*, *Pá!*, *Agyő!*, *Puszi!*, *Szevasz!*, *Halihó!* Az interakciós mondatszók tegező formában közelebbi viszonyt feltételezve fordulnak elő leginkább. Szintén bizalmasabb viszonyra enged következtetni a *Kézcsók!* elvont, összetett főnév használata. Az interakciós mondatszók mellett gyakori köszönőformák a nominális elemek. Ebbe a kategóriába azok a köszönőformák sorolhatóak, melyek alkotásában túlsúlyban a névszói elemek állnak. Ide tartozhat például a melléknév ragozott főnévvel párosítva, közülük általában a napszakok szerint választanak az emberek: *Jó reggelt!*, *Jó napot!*, *Jó estét!* Ezenkívül elkülönítettem egy harmadik csoportot, amiben igével vagy igei túlsúllyal jön létre a köszönőforma. Ide tartozik például az *Üdvözlöm!*, *Viszontlátásra!*, *Csókolom!* A negyedik csoportot a névszói és igei elemek együttes alkalmazása adja. Ebbe a csoportba sorolhatók véleményem szerint azok a köszönőformulák, amelyekben a melléknév és ragozott főnév gyakran társul a *kívánok* ragozott igével: *Jó napot kívánok!*, *Kezét csókolom!* Ezek már kevésbé bizalmas viszonyra utalnak, ezért nem tegező formáknak mondhatóak. Úgy vélem, a köszönés és a megszólítás összefügg, de nem tartozik szorosan össze, az egyik elképzelhető a másik nélkül is. Azonban ha van köszönőforma, akkor ez meg-

határozza a továbbiakban a megszólítás jellegét. Azaz ha tegező formájú köszönést alkalmaztunk, akkor azt általában tegező formájú megszólító alak követi.

Az udvariasság grammatikai megjelenése a személyes névmások átalakulásával kezdődött el. A megszólításnak természetes formája a tegezés, ami a személyes névmással és a hozzájuk tartozó megfelelő igealakokkal történik. A 16. századig a tegezés általános forma volt (Simonyi 1911: 4). Azonban a 17. században kezdett kialakulni az a felfogás, hogy a személyes névmások illetlenek eredeti formájukban. Az udvariasabb kommunikáció megvalósulásának érdekében a személyes névmás helyettesíthető egy másik, esetleg egy új névmással vagy jelzős nominális elemekkel (Ponori Thewrewk 1897: 104). Így létrejöttek olyan úgynevezett udvariassági névmások, mint a *maga*, *ön*; főnevesült névmások: *úr*, *asszony*, *hölgy*, *kolléga*, *anya*, *mama*; raggal, jellel ellátott főnevek: *uram*, *kegyelmed*, *kegyed*, melyeket a személyes névmások helyett kezdtek el használni, hogy a beszédaktusok során kifejezzék az egymás iránti tiszteletet, nagyrabecsülést. (Domonkosi 2002: 48.) A *maga* a 17. században kezdett kialakulni az élőbeszédben, valószínűleg az *ő maga* kapcsolatból szakadt ki, és fejlődött tovább a népnyelvben. A 19. században keletkezett: az *ön*, Széchenyi Istvánnak köszönhetően, a *kegyed* szót pedig Szemere Bertalan alkotta meg. Eleinte mind a kettő csak nyomtatásban jelent meg, így csak a műveltebbek éltek vele. (Simonyi 1911: 5.)

A megszólításoknál külön kell vizsgálni tehát a névmási, a névszói utalásokat, az igeraggal, a *tetszik* igével és a személyeltolódással létrehozott megszólítási formákat. Ezt követően azt is meg kell vizsgálni, milyen szerepben állnak a mondatokban, esetleg képeznek-e külön mondategységet. A megszólításokat két nagyobb csoportra lehet bontani. Az egyik csoportba azok a vokatívuszi értékű, főleg nominális elemek sorolhatóak, melyek önálló közlésegyeséget alkotnak, tehát grammatikailag szabad formáról van szó. A másik nagyobb egységet azok a névmások, névszók és a velük egyeztetett igei személyragok és birtokos személyjelek képezik, melyek mondategységen belül helyezkednek el, a tagolt mondatok részét képezik, tehát grammatikailag a kötött forma jellemzi őket (Domonkosi 2002: 46).

A névszói utalások egyike a főnévvel való megszólítás. A főnév, alkalmilag főnévi szerepben álló melléknévvvel és melléknévi igenévvvel, főnévi alaptagú jelzős és értelmezős szószerkezettel, személyes névmással és névmási alaptagú értelmezős szerkezettel állhat önálló tagmondatként, de lehet összetett mondat tagmondata, vagy tekinthető a különböző mondatszókkal, így indulatszókkal, *Ó*, *kedvesem!*, akaratú mondatszókkal, *Hé*, *ember!*, interakciós mondatszókkal, *Szervusz*, *Péter!*, együtt összetett mondatként is (Domonkosi i. m. 48). A főnevek szabad megszólításként lehetnek személynevek. A személynév lehet csak vezetéknev, lehet vezetéknev és keresztnév, és lehet csak keresztnév. A személynevek a megszólításokban gyakran társjelölő szerepű főnevekkel vagy ragozott főnevekkel egészülnek ki, mint az *úr*, *asszony*: *Szabó úr*, *Mária asszony!* *Szabó uram!* Az általános társjelölő szerepű fő-

nevek utalhatnak a megszólított nemére, korára: *bácsi, néni*, tulajdonságra, rangra, foglalkozásra: *Kun Péter elnök, Bálint Ágost képviselő*. (Domonkosi i. m. 49.) A médiában gyakran előforduló *nézőink, hallgatóink* megszólítás is a társjelölő főnevek csoportját bővítik. Ezek a birtokos személyjeles formák udvariasabbnak tekinthetők, mert egyszerre utalnak a közlés adójára és befogadójára. (Domonkosi i. m. 128.) A főnevek jelzős szerkezetben is részt vehetnek, főleg a közvetett kommunikációban jellemző ezeknek a szószerkezeteknek az előfordulása. Manapság szinte egyedi jelzőként a *tisztelt, kedves* szavakat használják a hivatalos megszólításokban. Ez a bővítő jelző a 18. század második felében jelent meg, terjedésére hatással volt a német *verehrter Herr* kifejezés (Kertész 1931: 187). A kapcsolatnyitó vokatívuszi megszólítások udvariasabbá teszik a közlést, sőt, a *tisztelt, kedves* bővítő jelzőkkel szinte minden nyelvi elem udvarias megszólítássá válhat. (Domonkosi i. h.)

A megszólítások elkerülésére érdekében gyakran használatos a *tetszik, szíveskedik* ige kijelentő, felszólító és kérdő módú alakja, amihez számtalanszor párosul egy másik ige főnévi igenévi alakja, például *tessék választani*. (Guszkova 1981: 60.) A *tessék, tetszik* ige infinitívvel való alakja a 18. században alakult ki, a *méltóztassék* igét felváltva (Kertész 1996: 138). Mára az udvarias nyelv divatszavainak egyike lett. Ez a személytelen szerkezet általában olyan mondatokban alkalmazható, amikor az egyik beszédpartner nem tudja vagy nem akarja megszólítani a másikat. Ismeretlenek esetén a nagy kor- és rangkülönbség a kiváltó oka a *tetszik* formának. A személytelen ige személyragozása nem szokásos, azonban a magyar nyelvben előfordul, például: *Tetszenek ismerni?* Bizonyos ironikus, tréfás esetekben személyeltolódás is megfigyelhető benne, például: *Tetszettem ismerni. A tetszik* forma udvarias jellegének fokozása néha a logika ellenére történik, például: *Tetszik a bácsinak órája lenni?* A *tetszik* ige harmadik személyű felszólító alakja a *tessék* megjelenhet egyszerű tegező formaként is, de gyakoribb a magázó megnyilatkozásokban, ahol a felszólítás udvariasságának fokozását jelenti. Például udvariasabb a *Tessék leülni!* az *Üljön le!* szerkezetnél. A *tetszik, tessék* gyakran párosul a *szíves lenni* kifejezéssel, ami már túlzott udvariaskodás, finomkodás érzetét kelti: *Tessék szívesnek lenni megmondani!* A *tessék* ige mellett a *szíveskedik* ige különböző alakjai is használatosak az udvarias felszólítás kifejezésére. Mindkét ige a körülírással felszólítások csoportjába sorolható. Nyomatékosabb felszólítást fejeznek ki. (Guszkova i. m. 60–63.) A *tetszik* + főnévi igenévi forma nagyobb fokú tiszteletre és bizalmasságra utal (Domonkosi 2002: 52). A *tessék* és a főnévi igenév egy konkrét személyhez szóló felszólító forma, ezért idővel szükségessé vált egy ugyanilyen udvarias, de általánosabb alanyt feltételező forma, így alakult ki a személyeltolódással alkalmazható többes szám első személyű igerag használata.

Az általános alanyú mondatokban az állítmány alanya bárki lehet, azaz E/1 és E/2 személyű, illetve T/1 alanyról is lehet szó: *Haladjunk a korral!*, *Árnyékáért becsüljük a vén fát*. A T/1 igealakok használata határozott személyű alanyoknál is megfi-

gyelhető: *Hozzuk* ('hozzák' v. 'hozzátok') *vissza a poharakat, hogy tudjunk* (T/1) *tisztát adni a következő ebédelőnek!* A többes számot kifejező igealakot a nyelvtani egyeztetés miatt nem elfogadott határozott személyű alanynál használni, de alkalmazása mellett szól, hogy ezzel is udvariasabbá válik a beszédaktus. A nem általános alanyú mondatokban egy vagy több határozott alanyhoz többes számú igealak párosul. Kifejezhetnek utasítást, ahol a második és harmadik személyű felszólító módú igealakok helyett többes szám első személy használatos. Ezáltal az utasításnak kérés jellege lesz, amivel udvariasabbá válik a közlés. Például a buszvezető szólhat utasainak így is: *Ne támaszkodjanak az ajtónak! Hagyják a középső ajtót kinyílni!*, de mondhatja így is: *Ne támaszkodjunk az ajtónak! Hagyjuk, hogy a középső ajtó kinyíljon!* (Guszkova 1981: 64-66.) „Azonban a nyelvi forma önmagában még nem jelöli egyértelműen a vele végrehajtott beszédaktus udvarias vagy udvariatlan voltát, erre csak a nyelvi forma a megnyilatkozás kontextusa, a beszélő, valamint a hallgató viszonya együttesen képesek” (Szili 2007: 5).

Szociolingvisztikai megközelítésben az udvariasság társadalmilag megszabott normák használatát jelenti. Az udvarias kommunikációs interakciót a társadalmi változóktól függő normák szabályozzák, ami leképeződik a nyelvhasználatban. „A tiszteletadási formák rendszere, a társadalmi szerkezet, a társadalom belső hierarchiájának, értékrendszerének nyelvi vetülete” (H. Varga 2003: 194.) A nyelvi tiszteletadás függ az adott társadalom írott és íratlan szabályai által kialakított normarendszerétől, a beszélő egyéni szocializáció során elsajátított és kidolgozott értékrendszerétől, a beszédpartnerek életkorától, nemétől, társadalmi helyzetétől, viszonyától. Ezenkívül jelentősen befolyásolja az udvariasság kialakulásának mértékét a szituáció és a környezet, amelyben a kommunikációs interakció zajlik. (Wardhaugh 1995: 244.)

Kommunikációs szempontból tehát akkor lesz udvarias egy megnyilatkozás, ha minden kapcsolatnyitó, -tartó, -záró forma megjelenik szituációtól és kontextustól függő formában verbális és nem verbális üzenetként. Fontos kritériumnak tartom még, hogy a nem verbális jelek alátámasszák, megerősítsék a verbális üzeneteket.

Udvariassági formák a televízióban

Vizsgálatom tárgyául dolgozatomban a tömegkommunikáció szintjét választottam, azon belül is a televízióra szűkítettem a kört. Azért ezt a médiumot választottam, mert a televízió manapság óriási hatást gyakorol a közéleti aktivitására. Elvonhatja vagy ráirányíthatja a figyelmet bizonyos társadalmi kérdésekre. A televíziózás közös élményt nyújt, egyfajta életformává vált az utóbbi években. A műsorok véleményezése a mikrokörnyezetekben a napi eszmecserek közé tartozik. A televízió állandóan mintát ad, amivel magatartást formál, attitűdök alakítására képes. Legnagyobb fogyasztói az 5–20 éves korosztály, amelynek személyisége még kiforratlan. (Nagy 2005: 32). Őket nevezik a képernyő nemzedékének. A televízió a 20. századra átvette

a család, az iskola, a kultúra, a közösségek feladatait, a szocializáció színterévé vált (Balázs–Szayly–Szilágyi 2005: 101). Nagyon fontos a televízió szociológiai, kulturális, nyelvi mintaadó szerepe, mivel ezek a tényezők nyújtják azokat a feltételeket, ami alapján történik a választás az udvarias nyelvi elemek közül. A televízió szociológiai tényezővé előlépve jelentősen befolyásolja a nyelvhasználatot, ezen belül az udvariassági formákat. A magatartás, nyelvi minta hordozói a televízióban egyrészt a szerkesztők, a riporterek, a műsorvezetők, másrészt a meghívott vendégek, akik között a közvetlen kommunikáció folyik.

A televízió kommunikációjának jellegzetessége, hogy egyszerre hordozza a közvetett és a közvetlen kommunikációs folyamatot. A közvetett kommunikáción keresztül jelenik meg a közvetlen kommunikáció jel- és eszköztára. (Wacha 1994: 138.) A közvetett és közvetlen kommunikáció egy időben zajlik, ezért a beszédpartnereknek a televízióban egyszerre több szerepet kell betölteniük. A szerepek mindig kontextushoz kötöttek, azaz a helyzetnek, a partnerviszonyoknak megfelelőek. A szerepek felvételével kötött és kötetlenebb szabályokat kell betartani. A felvett szerepek meghatározzák a megfelelő nyelvi és magatartásformák használatát. Ez akkor lehetséges, ha a beszélő nemcsak játssza a szerepet, hanem éli. Annyira birtokában kell lennie a nyelvi eszközöknek, hogy ne jelentsen gondot egyik pillanatról a másikra hitelesen kódot változtatni mind a szavaiban, mind a magatartásban. (Wacha 1994: 114.) Az udvariassági elemek szempontjából mind a két kommunikációs szálát megvizsgálom a televíziós műsorok elemzésekor. Úgy gondolom, hogy a televíziós közvetlen kommunikációs aktus akkor lehet udvarias, ha a műsorvezető a megfelelő kontextushoz illő szerepet játssza el, és a szerepekhez tartozó megfelelő nyelvi és magatartásformákat alkalmazza. Ez nyilvánvalóan alapvető kötelezettsége minden interakcióba lépő félnek. Azonban ha a szerepekhez a nem megfelelő nyelvi és magatartásformák, szabályok tartoznak, vagy egyáltalán nincsenek szabályok, akkor a társalgás joggal minősíthető udvariatlannak. A televízió sajátossága, hogy nemcsak az akusztikus csatornán közvetít, hanem vizuálisan is. E két csatorna megerősítheti vagy felülírhatja egymást. A képek megjelenésükkel tényeket közvetítenek, információkat hordoznak, és bizonyos hangulatot árasztanak. A kép a tartalom leképezésével segíti a nézőt a megértésben, illetve gyakran szerepel kép a szavak helyett. A televízióban a képek által láthatóak a közvetlen és közvetett kommunikációs aktusok nem verbális csatornáit. Ebben a televízió az internet megjelenéséig egyedinek számított.

Kutatásomban az udvariasság grammatikai elmeinek vizsgálatára egy közszolgálati és egy kereskedelmi csatorna, az m1 és az RTL Klub két-két műsorát választottam. Azért e két műsorszolgáltató mellett döntöttem, mert az AGB Nielsen Médiakutató Kft. földi frekvenciás műsorszolgáltatók havi közönségarányának 2009. januári felmérése alapján kimutatott legnézettebb kereskedelmi csatorna az RTL Klub volt. A Magyar Televízió m1 csatornája az egyedüli földi frekvenciás közszolgálati televízió. Ahogy a felmérés is kimutatja, ezek a műsorszolgáltatók jutnak el a legtöbb

háztartásba, így az udvariasság nyelvi elemeinek a leginkább tükröző és mintát adó szinterei. A nyelvi udvariasság nem tartalom-, hanem kontextusfüggő, megjelenése nem köthető külön médiaműfajhoz, műsортípushoz, sugárzási időhöz. Ezért a műsorok közül aszerint szelektáltam, hogy tartalmazzon közvetlen kommunikációs interakciókat, úgy, hogy a beszédpartnerek közül az egyik a csatorna alkalmazottja, a műsorvezető vagy a riporter legyen, azaz a műsorvezető személyesen jelenjen meg a kommunikációban, ne narráción keresztül vegyen részt az interakcióban. Erre azért van szükség, mert a műsorvezető vagy a riporter személye, magatartása, nyelvhasználata jellemzi leginkább az adott csatorna nyelvhasználatát, illetve mindig a műsorvezető kezdeményezi a kommunikációs interakciót, köszönéssel, megszólítással, ezért meghatározó szerepe van a kommunikációs aktus további folytatásában. Ezen azt értem, hogyha a műsorvezető tegezve köszönti, szólítja meg a meghívott vendéget, akkor a továbbiakban a vendég is ezt a formát fogja alkalmaznia. A riporter személyes megjelenésének kikötését azért tartottam lényegesnek, mert ha a riporter nem személyesen, hanem például utólag felmondott narráción keresztül vesz részt az interakcióban, akkor nem azonnal, nem ugyanolyan környezetben reagál a meghívottak megnyilatkozásaira, tehát nem ugyanazok a körülmények váltják ki azokat a megnyilatkozásokat, és azon belül a nyelvi elemeket, melyektől udvarias vagy udvariatlan lehet maga a kommunikáció. Ez alapján az ml adásai közül Az Este, Ablak, az RTL Klub műsorai közül a Fél Kettő és a Portré címűeket választottam.

Feltételezésem a következők voltak: különbség lesz kimutatható a kereskedelmi és közszolgálati műsorok közvetett és közvetlen kommunikációjában egyaránt a megjelenő udvariassági formák típusa között, mert a kereskedelmi adókat kevésbé köti a normativitás, míg a médiatörvény erőteljesebben szabályozza a közszolgálati csatornák nyelvhasználatát. A közszolgálati műsorok mind a közvetett, mind a közvetlen kommunikációjában számszerűen több nyelvi tiszteletadási elemet fogok találni, mint a kereskedelmi műsorokban. A kvantitatív és kvalitatív kutatási módszereket felhasználva táblázatokban gyűjtöttem össze az udvariasság grammatikai egységeit, a köszönések, megszólítások, tegező, nem tegező formákat, illetve megfigyeltem a nem verbális kommunikáció kapcsolatra utaló elemeit.

Udvariasság a közszolgálati televízióban

Az elemezett közszolgálati műsorok közvetlen kommunikációjában részt vevő partnerek a műsorvezetők és a meghívott vendégek voltak. Az este műsorvezetője Mészáros Antónia, az Ablak műsorvezetője Horváth Szilárd. Mindketten 30 év körüliek. A meghívott vendégekről elmondható, hogy mindannyian társadalmilag rangos tisztségeket töltenek be, és vagy a riporterekkel egykorúak, vagy idősebbek voltak. Mind a két riporter leginkább a nem tegező formákat használja, még a velük egykorúak megszólításában is. Ennek tükrében kell értelmezni a verbális és nem ver-

bális üzeneteket az udvariasság szemszögéből. Az általam vizsgált két közszolgálati műsor közvetlen kommunikációjában megfigyelhető az udvariasság megjelenésének nyelvi elemei közül a köszönések terén, hogy a névszóval és igével képzett köszönőformulák vannak többségben. 10 darab névszóval és igével alkotott, 7 csak igével képzett, és 1 nominális köszönőelemet számoltam össze. Interakciós mondatszókat egyáltalán nem használtak. A köszönőelemek vizsgálatakor feltűnt, hogy sohasem egy, hanem legalább két vagy három szóból állnak. A közszolgálati műsorokban használt köszönőelemeket pragmatikai jelentésük szerinti szintagmák alkotják, mint *Jó napot kívánok!*, *Köszönöm szépen*. A köszönés az az inetrakció a közvetlen kommunikáció során a televízióban, melyben mindkét fél szimmetrikusan vesz részt. Viszont találtam példát arra, hogy egyik fél sem köszöntötte a másikat verbális csatornán keresztül, de nem verbális jelzésekkel megnyitották a kapcsolatot. Ez az eset az Ablak című műsorban az első meghívott vendéggel folytatott interakcióban jelent meg. A műsorvezető a többi vendégnél már alkalmazta a verbális köszönési formákat is. Az egyetlen nominális köszönés Az Este című műsorban hangzott el, ott is a külföldi tudósító és a műsorvezető hölgy között.

A megszólítások használatánál szembevetendő, hogy a vokatívuszi formákat kevésbé alkalmazzák, mint a kötött formákat. 45 kötött és 4 szabad vokatívuszi formát számoltam. A kötött formák közül 20 igeragos, 16 névmási, 8 névszói utalóelemet, csak 1 *tetszik* igével és 2 személyeltolódással való utalást találtam. A 16 névmási megszólítás közül egy történt E/2 személyben, a többinél az *Ön* névmást alkalmazták. A 8 névszói utalásnál a kötött formák közül 3 esetben élt a műsorvezető a személynév és a társjelölő főnév kombinációjával. A személynévből csak a vezetéknev szerepel (3 alkalommal): *Trunkó urat kérdezem*. Egyszer fordult elő a teljes személynév rangot jelző társjelölő főnévvel: *Draskovics Tibor igazságügy-minisztert kérdezem*. Ezenkívül 3 csak rangra utaló névszói megszólítással találkoztam: *Itt van velünk az FHB Zrt. vezérigazgatója. Éppen ilyen partnerekkel, mint az FHB Zrt. vagy a nyugdíjasszövetségek*. Egy esetben jelent meg szerepnév a névszói kötött megszólítások között: *Most az üzleti szféra képviselőjével beszélgetek*.

A vokatívuszi névszói utalások közül egy személynév (*Antónia*) jelent meg, és kétszer fordult elő a személynév társjelölő főnévvel párosítva: *Haraszi Úr! Trunkó Úr!* A megszólításnál már jelentkezik bizonyos aszimmetria, ugyanis a riporter helyzetéből, szerepéből adódóan gyakrabban él a beszédpartnerre való utalással. A riporter megszólítására két esetben találtam példát Az Este című műsorban. Draskovics Tibor igazságügy-miniszter szólította meg a riportert: *Azt szeretném kérni Öntől..., Nem tudom, figyelt-e?* A riporternőt Draskovics Tiboron kívül a CNN moszkvai tudósítója szólította meg egyszer a keresztneven vokatívuszi formában, és egyszer igeraggal utalt rá kötött formában; *Volt egy másik kérdés is, amit feltettél*. 50 esetben nem tegező, 6 alkalommal tegező forma fordult elő. A tegező alakok közül kettő E/2 személyben áll: *Volt egy másik kérdés is, amit feltettél* (te), *Miért őt hívtuk?* A nem

tegező formák között az *Őn*, illetve a személyranggal és a köszönésekbe rejtett és kifejezett *Őn* jelenik meg. A *maga* nem tegező visszaható névmással nem találkoztam. A nem verbális jelek minden esetben alátámasztották, kiegészítették, helyettesítették a verbális megnyilatkozásokat, de nem írták felül.

A vizsgált közszolgálati műsorok közvetett kommunikációjában megfigyelhető az udvariasság megjelenésének nyelvi elemei közül a köszönések terén, hogy itt is a névszóval és igével képzett köszönőformulák vannak többségben. 7 névszóval és igével alkotott és egy nominális köszönőelemet számoltam össze. Interakciós mondatszókat és csak igével kifejezett köszönőformákat egyáltalán nem használtak. A köszönés teljesen egyoldalú a televíziók közvetett kommunikációjában. A 19 megszólító elem közül 18 kötött formában hangzott el, és csak egy szerepelt vokatívuszként: *Kedves Nézőink!* A kötött formák közül 7 névmási, 6 névszói utalás, 3 igeraggal kifejezett megszólítás és 2 *tetszik* formában megjelenő beszédpartnerre utalás található. Személyeltolódással létrehozott megszólítási forma a vizsgált közszolgálati műsorok közvetett kommunikációjában nem jelent meg.

A névmási formák között nem tegező formaként szerepel az *Őn* személyes névmás és a *maga* visszaható névmás. Tegező formaként a T/1 számú személyes névmás jelenik meg: *Most pedig nézzük meg* (mi), *hogy az idősök minként sportolhatnak*. A három névszói elembe ugyanaz a szerepfőnév jelenik meg: *Lehet, hogy a nézőink is köztük voltak. Próbáljuk leegyszerűsíteni a nézők kedvéért. Nyugdíjas nézőinknek*. A háromból kettő ugyanabba a birtokos formában hallható. A közönség megszólításai közül a *tetszik* + főnévi igenév kétszer volt hallható. (Műsorvezető: *Idősebbek is elkezdhetik, hát tessék akkor jógázni*; egy idősebb riportalany: *Tessenek elképzelni, hogy ...*) Az általam vizsgált műsorok közvetett kommunikációs szálában nem tegező formák többsége mutatható ki: 20 nem tegező és 2 tegező alakot találtam. A nem verbális jelek minden esetben megerősítették, kiegészítették a verbális megnyilatkozásokat, de nem írták felül.

Udvariasság a kereskedelmi televízióban

Az általam vizsgált két kereskedelmi műsor közvetlen kommunikációjának résztvevői a műsorvezetők (Barabás Éva és D. Tóth András) és a meghívott vendégek voltak. Barabás Éva vendége Lítikai Gergely volt, körülbelül ugyanolyan idősök. Végig tegező viszonyt figyeltem meg közöttük. D. Tóth András mindhárom megszólaltatottja idősebb volt. Ebből adódóan a műsor folyamán a műsorvezető mindenkit nem tegező formában szólított meg. A három riportalany közül az egyik nő, de őt is ugyanúgy nem tegezi a riporter, mint a másik két férfit. A tanulmányozott két kereskedelmi műsor közvetlen kommunikációjában megfigyelhető volt az udvariasság megjelenésének nyelvi elemei közül a köszönések terén, hogy az igei túlsúllyal képzett köszönőelemek többségben vannak. A 17 köszönőforma közül 9 igével képzett,

6 névszó és igék együttesével alkotott és 2 interakciós mondatszóval kifejezett. Nominális elemeket tartalmazó forma az általam vizsgált műsorokban nem jelent meg. A két interakciós mondatszó a *Szervusz!* volt ismételt alakban.

A kereskedelmi műsorokban megfigyelhető, hogy használnak egy- és többszavas köszönőformulákat is. Egyszavas elem egyszer fordult elő, a *Szervusz* a Portré című műsorban a meghívott vendégtől. Az egyszavas köszönőelemek halmozott formában is előfordultak egyszer, szintén a Portré című adásban: *Szervusz! Köszöntelek!* A többszavas köszönéseket itt is a pragmatikai kapcsolódású szintagmák alkotják: *Köszönöm szépen! Jó napot kívánok!* A köszönésre jellemző szimmetria mind a két műsorban megfigyelhető. Minden köszönés alá volt támasztva nem verbális jelekkel is.

A megszólítások használatánál szembevetendő, hogy a vokatívuszi formákat itt is kevésbé alkalmazzák, ahogy a közszolgálati műsoroknál is érzékelhető volt. 58 kötött és 1 szabad, vokatívuszi formát számoltam: *Professzor Úr!* A kötött formák közül a közszolgálati csatornán az igeraggal történő utalást használták a leggyakrabban, 35 alkalommal hangzott el igeraggal való utalás. 14 névmási, 3 névszói utalóelemet és 6 személyeltolódással létrehozott megszólítást találtam. A számok közötti aránytalanság utalhat a megszólítások egysíkúságára. A 35 igeraggal való utalás közül 26 történt E/2, 8 E/3, és 1 T/1 személyű igével alkalmazták. Ebből az is megállapítható, hogy a tegező formák vannak többségben. Azonban a tegező formák leginkább a Portré című műsorban jelentek meg, viszont ott végig a tegező forma volt használatos. A másik műsorban kétszer hangzott el tegező forma, az is a T/1 számú igeraggal kifejezve, *Talán egy-két tévhitet most eloszlattunk* (mi). *Gondoljunk* (mi) *bele*. Ezenkívül csak az E/3 személyű igeraggal és az *Őn* névmásokkal létrehozott nem tegező alakok váltogatták egymást. A 14 névmási elem csak kötött formában jelent meg, igen nagy számban, azonban a névmási formák között színes választék van. A 14 névmásból 5 személyes névmás (1 *ti*, 2 *te*, 2 *Őn*), a többi 9 személyes névmást névmási határozószók képviselik (4 *neked*, 2 *veled*, 1 *téged*, 1 *nálad*, 1 *rólad*). A 3 névszói utalásnál a kötött formák közül az egyik a teljes személynév: *Litkai Gergely*, a másik kettő szerepfőnév: *fiatalember*, *humorista*. A névszói utalás csak a Portré című műsorban volt megfigyelhető. A *tetszik* igével való megszólításra nem találtam példát, azonban személyeltolódásos megszólításra 6-szor kerül sor. A hat esetből egyszer az E/2 vagy E/3 személyű igeragot T/2 személyű váltotta fel: *Óriási felívelésben tartotok?*, és ötször fordult elő E/2 vagy E/3 személyű igerag helyett T/3 személyű igerag: *Hiszen ha tudnak* (Önök) *találni*; *Hogy lehet az, hogy ennyi problémát ki tudnak* (Önök) *szűrni?*

A megszólításoknál itt is jelentkezik az aszimmetria. A riporter helyzetéből, szerepéből adódóan gyakrabban él a beszédpartnerre való utalással. A riporter megszólítása mindkét műsorban előfordult egyszer-egyszer. Az egyik alkalommal T/1-es alakkal szólítja meg a vendég a műsorvezetőt: *Gondoljunk* (mi) *bele*..., a másik esetben névmási határozószóval: *Neked is ezt mondtam*. Az általam vizsgált két keres-

kedelmi műsorban a tegezések száma volt többségben. 52 tegező és 29 nem tegező formát számoltam össze. A számok annyiból csálnak, hogy a Portré című műsorban a megszólítások, köszönések végig tegező formában jelentek meg, és ebben a műsorban több megszólítás fordult elő, mint a Fél Kettő című magazinműsorban.

Az általam vizsgált két kereskedelmi műsor közönséggel való kommunikációs szálában megfigyelhető az udvariasság megjelenésének nyelvi elemei közül a köszönések terén, hogy itt is a névszóval és igével képzett köszönőformák vannak többségben, mint a közszolgálati csatorna közvetett kommunikációjában. 3 alkalommal névszóval és igével, egyszer pedig igével alkotott köszönőelemet találtam. Interakciós mondatszókkal kifejezett és nominális köszönőformák egyáltalán nem voltak. Érdekes, hogy a közszolgálati műsorokban sem jelent meg a köszönőelemek között a közvetett kommunikációban az interakciós mondatszó. A köszönés teljesen egyoldalú a televíziók közvetett kommunikációjában. A Portré című műsorban a műsorvezető szóban nem köszöntötte a nézőket, csak nem verbális jelekkel, a szemkontaktus felvételével, ami ebben az esetben a kamerába való egyenes nézést jelenti, illetve a kamerához való fordulással nyitotta meg a kapcsolatot a közönséggel. 6 megszólító elemet számoltam meg az általam vizsgált műsorok közvetett kommunikációjában. Mindegyik kötött formában jelent meg. Közülük kettő névmási és négy ragos igével szerepelt. Névszóval, *tetszik* igével és személyeltolódással nem szólították meg a közönséget az általam vizsgált kereskedelmi csatorna műsorvezetői. A két névmással való utalás közül az egyik a T/2 személyes névmás szerepében az *Őn* jelent meg: *Várom Önöket!*; szintén ragozott alakban hangzott el a visszaható névmás: *Vigyázzanak magukra!* A négy igeraggal történő utalás közül három esetben „bújt el” a T/2-re utaló *Őn*: *Tudják (Önök), az RTL honlapján megnézhetik; Képzeljék el (Önök)!; Boldogan ülnek (Önök) párjukkal a nagyszobában;* és egy esetben jelölt az igerag T/1-et *Gondoljunk (mi) bele...* A köszönő és megszólító formák közül egy igeraggal történő utalás feltételezi a tegező alakot: *Gondoljunk (mi) bele...*, a többi eset nem tegező formában nyilvánul meg. Számszerűen 6 nem tegező és 1 tegező formát számoltam meg.

Összegezés

Ezek alapján megállapítható, hogy hasonlóság mutatható ki a kereskedelmi és közszolgálati műsorok közvetlen kommunikációjában a tekintetben, hogy a kapcsolatnyitó verbális részeknél leginkább csak az igével, illetve igével és névszóval képzett köszönőformák jelentek meg. A nominális és interakciós köszönőformák száma jóval kevesebb mind a két csatorna általam elemzett műsoraiban. A megszólításoknál egyaránt a kötött formák használata a jellemző. A kötött formák közül legnagyobb számban az igeraggal való utalás fordult elő. Ezt követően legnagyobb számban a névmási formákkal történő beszédpartnerre való utalás jelent meg. A névszói

elemekkel, személyeltolódással és a *tetszik* + főnévi igenév párosításával kifejezett megszólítás jóval ritkább. Olyan megszólításra, amelyet vokatíviszi szerepű névmási formákkal, személyeltolódással vagy a *tetszik* igével fejeznek ki, egyik műsorban sem találtam példát.

Különbség is kirajzolódott a kereskedelmi és közszolgálati műsorok közvetlen kommunikációjában. Az általam elemezett műsorokban a kereskedelmi csatornán számszerűleg több megszólítás jelent meg, mint a közszolgálatin. Azonban míg a közszolgálati adásokban mind az ötféle megszólításra találtam példát, a kereskedelmi műsorokban csak négy megszólítási típust figyeltem meg. A *tetszik* ige főnévi igenévvel párosított alakja nem jelent meg az elemzett kereskedelmi műsorok közvetlen kommunikációjában, csak a közszolgálati műsorokban. A tanulmányozott közszolgálati műsorokban leginkább a nem tegező formák használata a jellemző, a kereskedelmi műsorokban a tegező elemek alkalmazása fordult elő többször. A két csatorna közvetett kommunikációjában szintén megfigyelhetőek hasonlóságok és különbségek. Hasonlóság, hogy a névszói és igei elemekből álló köszönőformák használata volt a gyakoribb. Interakciós mondatszóval egyik alkalommal sem köszöntötték a nézőket. Igével és nominális elemekkel egy-egy esetben fordult elő köszönés. Mind a két csatornán többször szólították meg a nézőket nem tegező formában, mint tegező alakban. A megszólító elemek itt is – mint a közvetlen kommunikációban – kevésbé jelentek meg vokatíviszi szerepben, inkább a kötött forma használata fordult elő többször. Sem a közszolgálati, sem a kereskedelmi adásokban nem szólították meg a nézőket személyeltolódással. Különbségként jelent meg a közvetett kommunikációban, hogy a közszolgálati műsorvezetők gyakrabban szólították meg a közönséget. A kötött formák közül a közszolgálati csatornák műsorvezetői leggyakrabban a névmási formákkal való utalással éltek. Ezzel szemben a kereskedelmi csatorna riporterei leginkább az igeraggal való utalást részesítették előnyben. Névszói elemek és a *tetszik* + főnévi igenév nézői megszólításként csak a közszolgálati műsorokban jelent meg.

Feltételezésemet, miszerint kimutatható különbség van a kereskedelmi és közszolgálati műsorok közvetett és közvetlen kommunikációjában egyaránt, a megjelenő udvariassági formák típusai között alátámasztották a vizsgálódásaim. Az általam elemzett két közszolgálati műsor közvetlen kommunikációjában a nominális, az igékkal képzett és a kettő együtteséből létrehozható köszönőformákat alkalmazták, és egyáltalán nem jelent meg az interakciós mondatszóval kifejezhető köszönésforma. Ezzel szemben az elemzett két kereskedelmi műsor közvetlen kommunikációjában a köszönőelemek között szerepelt az interakciós mondatszó, az igével, illetve igével és névszókkal alkotott köszönőforma, azonban nem jelent meg nominális köszönőelem. A megszólításoknál a kereskedelmi műsorok közvetlen kommunikációjában nem jelent meg a *tetszik* ige főnévi igenévvel párosítva, a közszolgálati adásokban viszont előfordult. Szintén különbözik a tegező és nem tegező formák használata. Az

általam elemzett kereskedelmi műsorok nagyobb számban éltek a tegező formákkal, mint a közszolgálati adásokban, ahol a nem tegező formák használata volt általánosabb. A közszolgálati és kereskedelmi műsorok közvetett kommunikációjában szintén akadnak különbségek. A köszönőelemek terén a vizsgált közszolgálati műsorokban nem hangzott el igével képzett köszönőforma, a kereskedelmi adásokban pedig nem szerepelt nominális köszönés.

Úgy véltem, hogy a közszolgálati adásokban mind a közvetett, mind a közvetlen kommunikációjában számszerűen több nyelvi tiszteletadási elemet fogok találni, mint a kereskedelmi műsorokban. Ezt a hipotézisemet nem erősítették meg az adatgyűjtéseim. A megfigyelt közszolgálati műsorok kevesebb megszólítási elemmel éltek, mint a kereskedelmi adások. Ennek oka véleményem szerint az lehet, hogy a kereskedelmi csatornák piacérzékenysége nagyobb, és emiatt igényesebbnek kell lenniük a választott célcsoport által elfogadott társadalmi normák használatára.

Felhasznált irodalom

- Balázs Géza 1987. A kapcsolatfelvétel nyelvi formái. *Magyar Nyelvőr* 111: 402–412.
- Balázs Géza – Szayly József – Szilágyi Árpád 2005. *Médiaismeret. Diák és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete, DUE médiakönyv-sorozat*, Budapest
- Domonkosi Ágnes 1999. A nyelvi udvariasság kérdése a magyar nyelvtudományban. In: *Magyar Nyelvjárások. Debrecen* 157–166.
- Domonkosi Ágnes 2002. Megszólítások és beszédpartnerre utaló elemek nyelvhasználatunkban. *A Debreceni Egyetem Magyar Nyelvtudományi Intézetének Kiadványai* 79. szám
- Guszkova, Antonyina 1981. A társadalmi kapcsolatteremtés eszközei a mai magyar nyelvben. *Nyelvtudományi értekezések. Akadémiai Kiadó, Budapest*
- Kertész Manó 1996. *Szállok az Úrnak. K.u.K. Könyvkiadó, Győr*
- Keszler Borbála 2000. *Magyar grammatika. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest*
- Nagy Zoltán 2005. *Televíziós szakismeretek. Bevezetés a televíziózásba. Kölcsey Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, Debrecen*
- Nemesi Attila 2004. Udvariasság és racionalitás a nyelvhasználatban. In: Ivasko Lívia (szerk.): *A kommunikáció útjai. Gondolat Kiadó, Budapest, 2004.* 157–175.
- Ponori Thewrewk Emil 1897. Az udvariasság nyelve. *Magyar Nyelvőr* 26: 101–108.
- Simonyi Zsigmond 1911. Az udvariasság nyelve. *Magyar Nyelvőr* 4: 1–7.
- Szili Katalin 2004. *Tetté vált szavak. Tinta könyvkiadó, Budapest*
- Szili Katalin 2007. Az udvariasság pragmatikája. *Magyar Nyelvőr* 131: 1–17.
- H. Varga Gyula (szerk.) 2003. *Ismeretek a nyelvről. Diamond Kiadó, Eger*
- Wacha Imre 1994. *A korszerű retorika alapjai I–II. Szemimpex Kiadó, Budapest*
- Wardhaugh, Ronald 1995. *Szociolingvisztika. Osiris–Századvég Kiadó, Budapest*

Garazsi Dániel

Egy olimpia, három olvasat Peking eseményei a nyomtatott sajtóban

A vizsgálat

Dolgozatomban a pekingi nyári olimpiai játékoknak sporttudósításait vizsgálom a nyomtatott sajtó három termékében. Azért esett választásom a nyomtatott sajtóra, mert az elektronikus médiában az élő közvetítéseken kívül nem láthattunk-hallhattunk tudósítást. A vizsgált lapok között szerepelt Magyarország egyetlen sportnapilapja, a Nemzeti Sport, hazánk legnagyobb példányszámú, ingyenes terjesztésű napilapjának olimpiai melléklete, az Olimpiai Metropol, valamint a legkedveltebb magyar bulvárlap, a Blikk.

Az elemzett cikkek az olimpia egy adott napján, augusztus 13-án történt magyar vonatkozású eseményekről tudósítanak. Olyan cikkeket vettem figyelembe, melyek témája megegyezik mindhárom vizsgált sajtótermékben. Újságonként négy ilyen cikket találtam. A négy cikk témája: Cseh László ezüstérme, Mincza-Nébald Ildikó bronza, a női vízilabda-válogatott mérkőzése és Bácsi Péter szereplése. Az elemzési korpusz tehát 12 cikkből áll.

Dolgozatom elején hipotéziseket fogalmaztam meg, közülük két fő hipotézis vezetett az elemzés során:

- A sporttudósításokban minden esetben pontosan meghatározható a közlő személye
- A tudósítások szövegében sok, az expresszivitást fokozó metaforikus kifejezés található

A szövegeket elemeztem a jelentés és a szerkezet szempontjából, valamint vizsgáltam a szövegek tematikus hálóját. Elemzésemben használtam azokat a szempontokat is, melyeket Tolcsvai Nagy Gábor (2001) ajánlott a szövegtípusok vizsgálatához (kifejtettség, bennfoglalás mértéke; nézőpont jelöltsége; kommunikációs szinterek jellemzői; a szöveg szerkezete). Ezenkívül felállítottam egy címtipológiát is a vizsgált sajtótermékekre nézve, valamint a sporttudósítások stiláris jellemzőit is bemutattam.

A vizsgált lapok

A **Nemzeti Sport** több mint 100 éves múltra tekint vissza, első száma 1903. március 15-én került az utcákra. Magyarország egyetlen sportnapilapja. Tulajdonosa a Ringier Kiadó. A Nemzeti Sport általában 20–24 oldalas terjedelemben jelenik meg, normál berlini formátumban. A lap az olimpiai játékok idején nagyobb terjedelemben, 24–32 oldalon jelent meg, terjedelmének körülbelül a felét tették ki az olimpián történekekkel kapcsolatos sporttudósítások és elemzések, vélemények, interjúk.

Az **Olimpiai Metropol** Magyarország legnagyobb példányszámú, ingyenes terjesztésű napilapjának, a Metropolnak volt melléklete az olimpia két hete alatt. Érdekessége, hogy délután került az utcákra, így az olvasó az aznapi eseményekről elsőként ebből a lapból informálódhatott. 10–14 oldalnyi terjedelemben jelent meg, magát délutáni sportújságként aposztrofálva, egy-két oldalban tartalmazta a legfrissebb híreket is, a többi részt a sporttudósítások tették ki. Kiadója a Modern Times Group svéd médiavállalkozás (www.ringewr.hu).

A **Blikk** Magyarország legolvasottabb napilapja, piacvezető a bulvártermékek között. 1994-ben jelent meg először, tulajdonosa a Ringier Kiadó, csakúgy, mint a Nemzeti Sportnak. A lap 20–24 oldalon jelenik meg (www.ringer.hu).

Az eredmények

Tapasztalataim közül a közlő személyének beazonosíthatóságára vonatkozó vizsgálat eredményét, a tudósítások feltárt nyelvi jellemzőit, a szövegek szerkezetét, valamint a Tolcsvai Nagy Gábor által ajánlott szempontok közül a kifejtettség és bennfoglalás mértékével kapcsolatos eredményeket szeretném kiemelni.

Az elemzés megkezdése előtt azt feltételeztem, hogy a **közlő személye** minden sporttudósításban pontosan beazonosítható, ugyanis a tudósítás egyik alapvető műfaji követelménye, hogy a szerző egyedi közlést tárjon a nyilvánosság elé, ott legyen a helyszínen, és monogramja vagy neve fel legyen tüntetve az írás mellett. Ehhez képest a vizsgált 12 tudósítás közül mindössze két cikkben azonosítható be pontosan a közlő személye. Noha a Nemzeti Sportban olvashatjuk a kiküldött tudósítók névsorát, a cikkekben nem tüntetik fel, hogy pontosan melyikük szerezte az adott írást. Az Olimpiai Metropol forrása az MTI és Mittelholcz Dóra saját kiküldött tudósító, aki az elemzett cikkek közül csak egyben van megjelölve forrásként. A Blikk fel sem tünteti forrásait, egy kivétel azonban akad, az ominózus tudósítást Halas Zoltán készítette, aki helyszíni tudósítóként jelen volt az eseményeken.

Munkám második hipotézise a **tudósítások nyelvi jellemzőire** vonatkozott, miszerint szövegeikben sok, az expresszivitást fokozó metaforikus kifejezés található. A tudósítások vizsgálatának alkalmával kilenc olyan cikket találtam, amelyekben nagy számmal fordultak elő metaforikus nyelvi kifejezések, túlzások, állandósult kifejezések, a verseny szinonimájaként használt szavak. Ezek mind a szöveg kife-

jezőerejének növelését, a küzdelem menetének, mértékének, milyenségének minél szemlétebb, érdekesebb visszaadását szolgálják. Mint azt már az elméleti részben említettem, a sporttudósítás alapvetően háromféle eseményt közölhet: nyert, veszített, döntetlent játszott. Éppen ebből a sematizált, leegyszerűsített tartalomból adódik az, hogy a nyelvi megformálásnak döntő szerepe van az olvasó figyelmének felkeltésében. (Vö. Hulyák-Tomesz 2007.) Ezért áll fenn az a jelenség, hogy a sporttudósítás nyelvezetétől elválaszthatatlan a metaforikusság, a képszerűség, a szövegalkotó mintegy láttatja az eseményeket a befogadóval, különösen a nyomtatásban megjelenő szövegek esetén, mikor nem áll rendelkezésre illusztrációs képsorozat, legfeljebb néhány fénykép (Nemesi 2005).

Itt kell még megemlítenem, hogy az egyes újságok nyelvezetét vizsgálva milyen eredményre jutottam még az említettekén kívül. A stiláris jellemzők vizsgálata alapján a Nemzeti Sport volt az az újság, melynek tudósításaiban a legjobban ötvöződött a szaknyelv és a metaforikus nyelvi elemek használata. Ennek a napilapnak volt a legszínesebb, legegységesebb nyelvezete, sokszor mosolygásra készítő hasonlatokat, nevetető ironikus megjegyzéseket, remek hangulatfestést, helyszíni leírást olvashattunk a lapban. A cselekmények leírása mellett tehát fontos szerepe volt a nyelvezetnek, így maximálisan fenn tudta tartani az olvasó érdeklődését egy-egy cikk. Az Olimpiai Metropolról elmondható, hogy tudósításai a legszakyszerűbbek és leg részletesebbek voltak. Ebben a sajtótermékben volt a legszembetűnőbb a szaknyelv használata, az akciók részletekbe menő bemutatása, helyenként aprólékos részletezése. Ez az újság adta vissza legmélyebben, legátfogóbban a történéseket, mindezt szaknyelven, metaforikus kifejezésekkel fűszerezve. Viszont hiányzott belőle az atmoszférateremtés, a helyszíni hangulat bemutatása. A Blikk négy vizsgált cikke közül csak kettő tekinthető tudósításnak, mindkettő tartalmaz metaforikus nyelvi elemeket, de csak az egyik használja a szaknyelvet. A másik két cikk, melyeket hírként definiáltam, köznapin nyelven íródott, nem figyelhető meg benne a metaforikusság és a szaknyelv használata sem.

A Blikk tudósításainak nyelvi megformáltsága minden bizonnyal a bulvárjellegből adódik, hiszen minél szélesebb körű olvasótábort szeretnének elérni, ezért mellőzik a szaknyelvet, hogy közérthető legyen a befogadóknak kínált írás. A Nemzeti Sporttól azt vártam volna, hogy a legmélyebb, legátfogóbb, legszakyszerűbb tudósításokat kínálja az olvasóknak, lévén az újság egy tematikus lap, csak a sportszerető emberek olvasótáborát célozza meg. Az olimpia idején azonban szándékában állhatott a lapnak, hogy szélesebb olvasótábort célozzon meg, azokat is elérje, akik a sporthoz kevésbé értenek. Hiszen az olimpia ideje alatt sokan olyan sportágakat is megnéznek, melyeket egyébként nem követnek figyelemmel, pusztán azért érdeklőnek, mert magyar érdekeltségűek. Szakszerűségben és az események legmélyebb visszaadásában az Olimpiai Metropol vitte a prímet délutáni sportújságként, Magyarország egyetlen ingyenes terjesztésű országos napilapjának mellékleteként. Ebben szerepet

játszhatott a szakmai presztízs növelésének szándéka is és az olvasótábor „elvétele” a fizetős sportlapoktól. A délutáni megjelenésből adódóan a „legfrissebb informátor” kitüntető címet is a lapnak adományozhatjuk.

A **szövegek szerkezetének** vizsgálatából arra a következtésre jutottam, hogy a *Nemzeti Sport* többféle szervezőelvet is használ szövegeinek megalkotásakor. A négy vizsgált tudósításban volt lineáris szerkesztésű, mozaikszerű és ok-okozati összefüggések mentén szerkesztett szöveg. Az *Olimpiai Metropol* tudósításaiban is háromféle szervezőelvet fedeztem fel, találtam logikai rend alapján szervezett írást, lineáris építkezésű tudósítást és mozaikszerűen szerkesztett szöveget is. A *Blikk* írásaiban a lineáris szerkesztési elv dominált, egy cikkben mozaikszerű építkezést véltem felfedezni.

Összesen tehát hét lineáris, három mozaikszerű, egy logikai rend alapján szervezett és egy ok-okozati összefüggések mentén felépített sporttudósítást találtam a vizsgált cikkek között. Az elemzés alapján a tudósítások legtöbbször a lineáris építkezés elvét használják.

A **kifejtettség és bennfoglalás mértékével** kapcsolatosan a következők mondhatók el a vizsgált tudósításokról:

- Minden esetben szerepeltek benne a résztvevők (ki tette?)
- Minden esetben szerepelt az eredmény, legkésőbb a leadben megjelent, de gyakran már a cím is közölte (mit tett?)
- A helyszín mindenhol beazonosítható volt, de pontos megjelöléssel ritkán találkoztam (hol tette?)
- Az időpont sokszor csak az újság megjelenésének idejéből volt kikövetkeztethető (mikor tette,)
- A *miért* néhány esetben nem jelent meg
- A *hogyan* mindig megjelent

Most pedig nézzük meg az egyes pontokat részletesen, elsőként azt, hogy hány-szor jelent meg a cikkekben már a címben az eredmény és hány-szor csak a leadben. A vizsgált tudósítások közül nyolc cikk esetében az eredmény már a címben megjelent. Érdekesség, hogy a *Blikk* mind a négy vizsgált írásának már a címében megjelenik az eredmény. A fennmaradó négy tudósítás az alcímben vagy a leadben közölte az eredményt.

Pontos helyszínmegjelöléssel három esetben találkozunk, a többi esetben csak azt említi meg a szöveg, hogy az esemény a pekingi olimpián történt.

Az idő pontos megjelölésével négy cikkben találkozunk. A női vízilabda-válogatott mérkőzésének esetében a szerzők a versenyfolyamat aktuális állásával utalnak a mikorra (csoportmérkőzések második köre). A többi cikkben csak az újság megjelenésének napjából lehet következtetni az időpontra.

A *miértre* válaszoló tények csak három esetben nem jelentek meg a szövegben, mindhárom ilyen írás a *Blikk*ben jelent meg .

Az egyes lapok tudósításai közt tehát terjedelmi, nyelvezeti és szerkesztésbeli, szerkezeti eltéréseket is felfedezhetünk. Ezek oka a lapok eltérő célközönsége, eltérő profilja, tematikája. Kijelenthetjük, hogy nagymértékben befolyásolta az olvasó olimpiáról szerzett ismereteit az, hogy melyik sajtótermékből informálódott az eseményekről.

Felhasznált irodalom

- Hulyák-Tomesz Tímea 2007. A televíziós sporttudósítások jellemzői. In: H. Varga Gyula (szerk.): *Kommunikáció és szövegkutatás*. Líceum Kiadó, Eger.
- Nemesi Attila László 2005. Az alakzatprodukciónak empirikus kutatásának dilemmái. In: Ivaskó Livia (szerk.): *Érthető kommunikáció*. Szegedi Tudományegyetem Médiatudományi Tanszék, Szeged.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2001. *A magyar nyelv szövegtana*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

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, irányítóknak 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 hírehségüket, szokimondása és iróniája eligazításigényüket elégítette ki. S ami nem volt feldolgozható a tárcában – munkásmozgalom, agrárkérdés; nemzeti-ségi 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 felidézünk 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 szócsatáit, 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-vezetőkötől, 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 interjújában 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 vasutassztrájkáról, hogy a szövegében a Nyugati pályaudvaron láthatósági mellényben szobrozó vasutasoktól kezdve egy szenderegő vadászgörényt a karján cipelő, lila tarajos punkig szerepeltek a hallgató előtt meglevenedő 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 színészek 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 hangvételi 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):

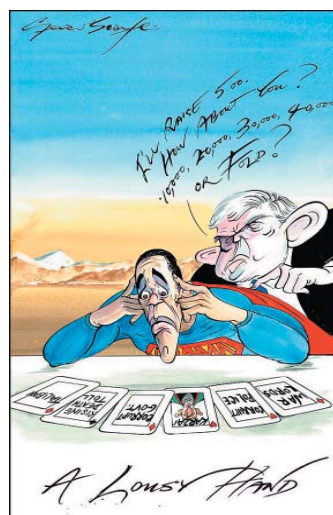
„Komolyan mondom, tehát nem tréfálok: az utóbbi néhány hónapban jól elvultunk. Ferenc, az államférfi ment isten hírével, ott sírt, ahol senki se látta, Gordon, az utód jött, tette a dolgát, csend volt, béke, nyugalom, szorgos építkezés. A gazdaság romlása megtorpant, a forint erősödött, a politikusokat 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 táltalt 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 rádöbbeneni 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 magyar 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 nyelvbötléstől 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 ügyletése 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 Távirati 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

Képek

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

Civil Kommunikációs Akadémia*
Diák- és Ifjúsági Újságírók Egyesülete

*Megvalósult a Nemzeti Civil Alapprogram támogatásával, a Civil Kommunikációs Akadémia előadás-sorozatának keretében.

Balázs Géza

A kommunikációelmélet hasznáról és...

A civilek kommunikációs akadémiáján a kommunikációelmélet hasznáról kívántam értekezni. Már megint kommunikáció, már megint szavakkal győzni és nem tettekkel, de valóban, a kommunikációelméletnek van a mindennapjainkra hozadéka... Azután elgondolkodtam, hogy a ténylegesen meglévő hasznot dicsérem-e, avagy villantsak föl néhány olyan égető, megoldatlan problémát, amely romba döntheti az egész eddigi fáradozást (és pótcselekvést), sőt az ember biológiai-kulturális evolúciójára nézve is gyors és komoly hatással lehet. Mivel ezeket folyamatosan vizsgálom adatokkal, különösen nyelvi adatokkal alátámasztott tanulmányaimban, igazán megengedhető, hogy szabad előadásban elmondott gondolataimat most, felkérésre, írásban, esszé, azaz kísérlet formájában fogalmazzam meg.

Különösen időszerűnek érzem ezeket a gondolatokat akkor, amikor már valószínűleg mérhető az olvasottságtól való elfordulás¹, a bulvár totális sikere (a Magyarországon eladott hús legnagyobb példányszámú lap bulvárlapokból, női magazinokból és műsorújságokból áll, ezek közé közéleti lap nem került be, de ez nem panasz²), és amikor kijelenthetjük, hogy Kodály országa is már csak a múlt...³

Isten ments, hogy belebonyolódjunk a hatvanas években kezdődött „két kultúra”, vagyis az elit és a tömegkultúra kettéválásának problematikájába, vagy abba a tömegkommunikációs alaptételbe, hogy a „rossz kiszorítja a jót”, mert ezen már túl vagyunk. De itt van a kapuban egy egészen új „két kultúra” probléma, amely most már az egész hagyományos (analóg) kultúrát visszaszorítani, felváltani törekszik: az informatikai világ kultúrája. Az informatikai eszközök bevonulnak a hétköznapi életbe, a magánéletbe, az írásbeliségbe, a kultúra-átadás, -teremtés folyamatába, sőt úgy látszik, hasonlóan a korábbi kommunikációs technológiákhoz, csak jóval nagyobb mértékben, még az agyi feldolgozási folyamatokba is, vagyis a gondolkodásba: ami emberlétünk alapja.

¹ A témáról részletesebb esszém éppen az előadás napján jelent meg. Senkinél nem láttam a teremben egyetlen napilapot sem: Kalandozók. A tét az írásbeliség megőrzése. Magyar Nemzet, 2009. november 21. 25.

² A konferencia előtti napon jelent meg: Élet és Irodalom, 2009. november 20. 2.

³ Igaz, ez egy a költségvetési megszorítások miatt íródott cikk, de a tényről már ez előtt is tudomást szerezhettünk. Kodály országa volt. Népszabadság, 2009. november 24. 9.

De előbb a kommunikációelmélet hasznáról... Az alig több mint ötven esztendő kommunikációelmélet természetesen nagyon sok újat és hasznosat hozott a tudományon túl, a közember számára is. A kommunikációelmélet, igaz leegyszerűsített, sematikus elemei bevonultak az alsó- és középfokú oktatásba. Ma minden diák kívülről fújja, hogy emotív, referenciális, konatív... de legalábbis ezeknek a magyar megfelelőjét: érzelmi, valóságra vonatkozó, felhívó... Ha mégsem, az már nem a kommunikációelmélet hibája. Az egyetemi-főiskolai oktatásban az elmúlt húsz évben szinte mindenütt csak kommunikáció van. Kommunikáció nélkül nincs nyelvtanítás, nincs üzlet, de talán még mérnöki tanulmány sem. Sőt vannak egyszerűen csak kommunikációért való főiskolák, szakok is. Kommunikáció szakosokból Dunát lehet rekeszteni. Mindenki „kommunikál”, olyannyira, hogy jó stílusú emberek már elkezdték kerülni ezt a szót.

Persze, hogy ez haszon-e, vagy ebből mi a haszon, ezt ne most döntsük el.

Föltétlenül a kommunikációelmélet haszna, hogy néhány tudományos módszer, alapfogalom Magyarországon az általános műveltség részévé vált. Az empátia szó például Buda Béla klasszikus könyvének folyamányaként ma a köznyelv része. Mindenki tudja, hogy ki az empatikus, más kérdés, hogy a gyakorlatban mennyit valósítunk meg belőle. Más országokban korántsem ennyire ismert ez a szó, persze lehet, hogy ettől még empatikusabbak. És ugyanígy a kommunikációelmélet folyamánya, hogy bizonyos pszichológiai-szociológiai tudományos módszerek, eljárások, mint a szociometria, a probléma „feldolgozása”, a „gyászmunka” a mindennapi kommunikáció részévé vált. Valaki manapság nem megold, hanem „feldolgoz” egy problémát. A magyarság nem tudta „feldolgozni” a Trianon-szindrómát, írják.

A kommunikációelmélet hatására ma a nem verbális (non verbális, nonverbális) kommunikáció ismerete szinte közhelyszerűvé vált. Mindenki tudja, hogy mi az a testnyelv, a mimika, a proxemika, a kinezika (persze lehet, hogy nem ezekkel a szavakkal), a „konyhapszichológia” az egyik legkelendőbb árucikk a könyvesboltokban.

Talán mindezek folyamányaként tudatosabb a nyelvi és nem nyelvi kommunikáció, jobban megértjük egymást, kevesebb a nyelvi konfliktus, sikeresebb a kommunikáció.

Talán.

De még sincs így.

Kommunikációelméletek, kommunikációs intézmények, gyakorlatok stb. dacára, soha annyi kommunikációs zavar, konfliktus nem volt, mint manapság. Természetesen mindig volt valamilyen szintű és mennyiségű zavar, mert ha két kultúra, két kulturális szint találkozik, akkor rendszerint zavar támad. De most annyi a találkozás, az összezördülés, hogy mindenütt csak zavar látszik. A zavarok oka főként külső: migráció, utazások, rendszerváltások, gyors változások és alkalmazkodási kényszerserek, minden eddiget elsöprő vagy magukba olvasztó új technológiák. Ezeket mind külön-külön kellene elemezni, és persze elemzik is informatikai, telematikai és sok

egyéb néven futó konferenciákon, de nem baj, ha most általánosítva és egyszerűsítve megállapítjuk: ezek a társadalomtudományi megfigyelések és elemzések csak követik az új világot, az új kultúrát, legfőljebb előre jeleznek ezt-azt, de nincsenek e világgal kapcsolatos stratégiák.

Hogy egyetlen területet emeljek ki, amelyhez szakmám szerint a legjobban értek, a nyelv helyzete, jövője. Nincs a mai magyar nyelvtudományban megalapozott és felelős gondolkodás nyelvünk helyzetéről és jövőjéről. Nincs stratégia. Pontosabban vannak kezdeményezések, de nincs konszenzus, nincs akadémiai vagy más, államilag akart, támogatott program. Miért fontos ez?

Csak a jövő miatt.

Az elmúlt évtizedben hétmérföldes sebességgel terjedő digitális kultúra a nyelv minden szintjébe behatolt. S ha elfogadjuk, hogy a nyelv és a gondolkodás között szoros összefüggés áll fenn, s ha hozzátesszük, hogy a technológiai és társadalmi változások a nyelvre folyamatosan hatnak, s a nyelv egy idő után föltehetőleg nem képes követni ezeket a változásokat, akkor komoly problémák elé nézünk.

Most nem arról van szó, hogy a rendszerváltás óta a magyar szókészlet szinte robbanásszerű változáson ment át. Egyes nyelvészek legyintenek is: a szó, még nem a nyelv. De azért feltűnő, hogy mintha többen fordulnának el a 19. és a 20. század magyar irodalmától. A korábbiaktól már korábban elfordultak. S ezek a tömegek látszólag nem lesznek a 21. század irodalomolvasói, -értői sem. Csökken a fejből ismert tudás aránya. A memoriterek kihaltak. Feltűnő, hogy szaporodnak az olvasási-írási hibák. Ma már különféle „nevekkal” illetik őket. A teológiára olyan hallgatót is fölvettek, aki leírta, diszlexiás... Milyen bibliaórákat fog tartani? Hogy fog prédikálni? Persze, fejből... Ha rátekinünk a „másodlagos írásbeliségnek” vagy „beszélt írásbeliségnek” nevezett internetes és mobiltelefonos szövegekre, akkor „csak” a következő kérdéseket tehetjük fel: Hogy-hogy szinte pillanatok alatt létrejött itt egy új írásbeliség? Hogy-hogy ezt nem a felnőttek tanították? Mennyire tolakodott be ez az új jelenség az első, nálunk akadémiaiinak nevezett írásbeliségbe? Milyen egyéb nyelvi, nyelvtani változásokat indított el?

S ha belehallgatunk a buszon a mindennapi élőbeszédbe – esetleg a bulvárrádiók olykor minden korlátot nélkülöző teljesen privátnak tűnő, egyébként nyilvános beszélgetéseibe, nem tűnik-e föl az is, hogy a beszédkultúrában is óriási változások történtek. Például a beszédsebesség ötven év alatt a duplájára növekedett... Ezt tudományos kutatások is alátámasztották. Kis túlzással beszédre is elmondható az, ami a másik alapvető, biológiai tulajdonságunkra, a táplálkozásra, hogy százezer év alatt nem változott annyit, mint most ötven év alatt. A hangtani átrendeződés a hangzáson túl kihat a nyelvtanra is, a szavak rövidülnek, „összerántódnak”, jelzésszerűvé válnak... és máris itt van egy neonyelv, egy turbónyelv, amely talán már nem csak a nagymamákat idegesíti...

Mikor tűnik el a köznyelv, amikor ma már alig van helyszíne?

Mikor éri el a „másodlagos írásbeliség” az elsőt?

Meddig gyorsíthatók a változások?

Nyugodtan kijelenthetjük: nem korlátlanul, tehát nem sokáig. Az agykutatók szerint az agy befogadóképessége még bírná, de a befogadás sebessége már most sem növelhető. Aki fokozza a sebességet, még felszínesebb, kapkodóbb, és ezáltal boldogtalanabb lesz. Olvassunk ókori kínai bölcsesket vagy Hamvas Bélát, pontosan leírták az ember bírványának és lehetőségeinek a határát. Gyorsuló élet helyett a lassuló életre kellene felkészíteni a diákokat. És ez kommunikációs feladat is.

Amikor a közoktatás is folyamatos átmenetben, kísérletezgetésben van, erre az esély igen csekély. A pedagógusok részben lemaradtak, részben minden „újtól” kiütést kapnak. A megtanulni-, memoriter-alapú tudást már korábban felváltotta valami vázlatos tudás (tananyagcsökkentésnek nevezték általában, szóképpolvasásnak az olvasástanításban), majd jött a kommunikáció időszaka, a magyar nyelvtan inkább kommunikáció lett, folytatódott ez a kompetenciákkal, ma pedig már nincs nyelvtan, anyanyelv sem, mert szövegértés van mindenféle kommunikációval és kompetenciával.

S közben szépen csúszunk lefelé.

Nem tudok okosabbat mondani: nem bízom a nagy pedagógiai reformokban, de bízom a felkészült és odaadó pedagógusokban, nem hiszek a forradalmi tantervekben és tankönyvekben, de hiszek általában a jó könyvekben és az azokhoz adott jó tanácsokban, tudom, hogy a „két kultúra”, a könyv- és internet alapú küzd egymással, de amit az emberiség kipróbált, és jól működtetett, azt nem lehet hátrahagyni, és legjobban hiszek az egyéni-személyi felelősségben. Vagyis feladatunk az, hogy mindenkiben külön-külön felismertessük érdekeit, elmondjuk neki, hogy családja és maga sorsáért igazából egyedül ő felelős, keményen meg kell dolgoznia érte, és ez valahol a tanulással kezdődik. Ha ez elmaradt a gyermek- és ifjúkorban, akkor később sem kár elkezdeni. Ehhez a jó államnak minden segítséget meg kell adni, persze nem olyan átlátszó szakmai sovinizmussal, amellyel sikerült a döntéshozókkal elhitetni, hogy andragógiát (értsd: felnőttoktatást) kell tanítani 18 éves, az életet még alig ismerő fiataloknak, akik három év elvégzése után, akár 21 évesen majd felnőttoktatási szakemberek lesznek. Nos, ez szemfényvesztés, mint annyi más. Szemfényvesztés, azaz ügyes kommunikáció.

Ilyen volt, van, lesz, de legalább ismerjük fel, nevezzük fel.

Talán erre is jó a kommunikációelmélet!

Szayly József

A közszolgálati rádió Magyarországon

A közszolgálati rádiózás feltételeit az 1996. évi törvény, köznapinévén médiatörvény határozta meg. Ekkor nyílt meg a lehetőség Magyarországon a kereskedelmi rádiózás és televíziózás elindulásához.

E törvény hozta létre a médiahatóságos, az Országos Rádió és Televízió Testületet (ORTT). E szerv feladata volt, hogy a kereskedelmi média számára rendelkezésre álló szabad frekvenciákat – pályázat keretében – a jelentkező gazdasági vállalkozásoknak kiosssa.

A közszolgálati rádió és televízió frekvenciáinak biztosításáról maga a Médiatörvény gondoskodott.

Még a 70-es években mennyivel „egyszerűbb” volt a médiavilág... Volt 3 állami rádióadó, azok közül lehetett választani, és kész... A komolyabb műsorok és a közélet a Kossuthon, a könnyedebb és fiatalos műsorok a Petőfin, a komolyzene a Bartókon kapott helyet. Még ma is többeknek ismerősek az akkori ifjúsági műsorok címei: „Táskarádió” a 70-es évek elejéről, utána a nagy port kavaró „Ötödik sebesség”, amelyik 1977-ben indult, majd a legfiatalabb – még a régi rádiós korból – a „Reggeli csúcs” 1986-ban. Ezek a műsorok akkor a közrádió Petőfi adóján kaptak helyet. Ha úgy tetszik, akkor az ifjúsági műsorok valamilyen módon „rászáradtak” a Petőfi rádióra. A kereskedelmi rádiózás Magyarországra való beszivárgásával a közszolgálati műsorok közül a fiataloknak szólóakat érte a legnagyobb kihívás.

Az első már a 80-as évek. Ekkor a Danubius Rádió a Magyar Rádió berkein belül kizárólag német nyelven kezdett el sugározni, nem sokkal később a Juventus Rádió balatoni helyi adóként. Ezek az új kereskedelmi rádiók az akkor még rendkívül korszerűnek számító CCIR frekvencián adták műsoraikat.

A valódi változás azonban a médiatörvény megszületése után következett be, amikor elindult a két országos kereskedelmi csatorna és számtalan kis helyi kereskedelmi rádió. Ezek általában zenei csatornák voltak.

Az első kérdés az volt, hogy kik kapják a kereskedelmi rádiózásra kijelölt két országos FM frekvenciát, aminek üzemeltetése a legnagyobb üzletnek ígérkezett. Ezekre írt ki elsőként pályázatot az ORTT. Miért kellett pályázat? Mert a Magyarországon használható rádiófrekvenciák száma limitált. A rádióhullámok nem ismerik az országhatárokat, így az egyes országok által használható frekvenciákat nemzetközi egyezményekben határozzák meg. Hazánkban a közszolgálati adókat kiszolgáló

frekvenciakészleten kívül összesen kettő az egész országot lefedő rádióhálózat áll rendelkezésre, melyet kereskedelmi rádiók használhatnak. Az igazságos és az államnak minél több bevételt hozó jelentkezők kiválasztásának módszere a pályáztatás.

2006-ban az ORTT ki is írta a pályázatot, melynek két nyertese lett. Az új kereskedelmi adók 2007 januárjában kezdhették meg a sugárzást. De milyen műsorral?

A műsorokra vonatkozó vállalásokat is a pályázat keretében kellett megadniuk az indulóknak. Az értékelésnél szempont volt, hogy milyen közszolgálati vállalásokat tesznek az induló. Íme néhány idézet az egyik nyertes pályázatból:

- „A Hungária Rádió a nemzet rádiója”
- „A Hungária Rádió a magyar közélet teljes spektrumát átfogó, a legváltozatosabb nézeteket bemutató műsorokat fog sugározni (..), hogy megértesse a közönséggel az aktuális politikai kérdések összetettségét.”
- „A Hungária Rádió napi 24 órás, teljes műsoridejében közszolgálati műsor-számokat sugároz”
- „A Hungária Rádió fel fogja térképezni a Magyarországon élő kisebbségi csoportokat...”
- „A Hungária Rádió alapelve a magyar kultúra támogatása.”

De hiszen Hungária Rádió néven nem is indult kereskedelmi rádióadó, hogyan lehet ez egy nyertes pályázat része?

A fenti ígéreteket tevő, a pályázaton frekvenciát nyert vállalkozás az indulás előtt néhány ponton módosította korábbi anyagát, amit az ORTT elfogadott. Így módosult az adó neve és a műsorpolitikája is. Ezzel megszületett, és 1997-ben 7 éves koncessziós időszakra megkezdte adását a Sláger Rádió.

Miután a nyertes kereskedelmi rádiók, a Danubius és a Sláger első 7 éves koncessziós időszaka lejárt, 2004-ben az ORTT – a Médiatörvény alapján – pályázat nélkül még 5 évre meghosszabbította a 2 adó sugárzási engedélyét. Ez járt le 2009 novemberében, ami miatt az újabb pályázat és a sok vitát kiváltó döntés született: új vállalkozások kapták meg az országos rádiófrekvenciákat.

De térjünk vissza 1997-hez és a közszolgálati rádióhoz. Az új adók elindulásával párhuzamosan a korábban középhullámon és OIRT hullámon sugárzó Petőfi rádió – ifjúsági műsoraival együtt – átkerült a korszerűbb FM frekvenciára, tehát már ugyanazon a „terepen” volt megtalálható, fogható, mint az újonnan indult, többnyire zenés kereskedelmi adók.

Még egy évvel ezután, 1998-ban sem reagált érdemben a közszolgálati Magyar Rádió a kereskedelmi rádiók hozta kihívásra. Az új frekvencián, az FM sávban gyakorlatilag változatlan műsorstruktúrában, vegyes programozású adóként szólt a Kossuth és a Petőfi rádió is. Ezzel párhuzamosan a kereskedelmi rádiók nagy reklámkampánnyal indultak, és elsősorban a fiatalok figyelmére tartottak igényt. Pozicionálásuk a 18–49-es korosztályra szólt. Indulásuk után néhány hónappal drasztici-

kusan elkezdett csökkenni a közszolgálati rádió hallgatottsága, különösen a fiatalok körében. Erről 1998-ban készült az első átfogó felmérés, mely azt is vizsgálta, hogy milyen tendenciák érezhetők a kereskedelmi rádiózás beindulása után a fiatalok körében, hogyan változnak a rádiózási szokásaik, illetve milyen új elvárásaik vannak a fiataloknak a rádióval és a nekik célzott rádióműsorokkal kapcsolatban.

Már 1998-ban az egyik jellemző válasz az volt a fiatalok, a 14 és 29 év közöttiek részéről, hogy „főleg a kereskedelmi rádiókat hallgatom”. A Kossuth, Petőfi a régi öreges rádiók, sőt a mért korosztálynak a közepén, a 17–23 évesek körében egyenesen „égő rádióknak” nevezték a közszolgálati adókat. Főként a Danubius és a Sláger szól hozzájuk – mondták akkor. Nincs markáns arculata a fiatalok számára a magyar közszolgálati rádióknak, márpedig ahhoz, hogy ők egy rádiót a sajátjuknak érezzenek, ahhoz markáns arculatra lenne szükség. Ez egyben a vegyes programozású műsorok általános kritikája volt a fiatalok szájából. És, hogy mik voltak a fő elvárásaik egy rádiótól? Már akkor is elsősorban a zene. Tehát amit a kereskedelmi rádiók hoztak. Persze nem is véletlenül indítottak ilyen programmal a kereskedelmi rádiók – műsoruk kialakulását általános igényfelmérés és alapos közvélemény-kutatás előzte meg.

Markáns megfogalmazás az is 1998-ból, hogy „aki új nemzedékként határozza meg magát, az kereskedelmi rádiókat hallgat”.

A folyamatosan csökkenő hallgatottsági adatok, a fiatalok elfordulása és nem utolsósorban az idézett felmérés hatására több kísérletet indított a közszolgálati rádió a fiatal közönség megnyerése, visszacsábítása céljából, főleg a Petőfi adó keretein belül. Csak néhányat idézek fel ezek közül: megjelent „Apukám világa” Csiszár Jenővel a közszolgálati rádióban, de késő délutáni 2 órás műsorsávja nem vonzotta olyan tömegben a fiatalokat, mint remélhető volt. Hiszen az adó profilja továbbra is maradt vegyes programozású, ami azt jelenti, hogy különböző időszakokban - különböző műsorsávjaiban – különböző korosztályokhoz próbált meg szólítani. Nótával az idősebbekhez, a Reggeli csúccsal, a Kívánságreggellel, az Apukám világával a fiatalokhoz.

2006-ban készült a következő átfogó felmérést. Ekkor már 8 éve folyt a kísérletezgetés a Magyar rádióon belül a különböző ifjúsági műsorokkal, de alapvetően a tendencia nem változott, a fiatal hallgatók folyamatosan hagyták el a közszolgálati adókat.

Vajon mi volt ekkor, 8 évvel később a fiatalok véleménye? Ekkor a Petőfi zenei világára a következő jelzőket használták: régi magyar nóta, operett és sanzon. Mind ezt annak ellenére, hogy a Petőfi rádióban messze nem csak ilyen műsorok voltak hallhatóak. Mégis ezt érezték a legpregnansabbaknak a fiatal hallgatók. A felmérés összegző megállapítása az volt, hogy a fiatalok elvárásaihoz egy zenei formát rádió sokkal közelebb állt, mint egy bármilyen, akár közszolgálati akár kereskedelmi talk-

radio, vagy vegyes programozású rádió. „A fiatal korosztály többsége főleg a zene miatt hallgatja a rádiót.”

Ezután született meg a Magyar Rádió vezetésében a döntés, hogy a fiatalokra, egyértelműen a 18–39 évesekre pozicionált közszolgálati zenei adóvá alakítja át a Petőfi rádiót.

Az új rádióadó hallgatói profilját a következő módon határozták meg:

Kor: 18–39 év

Élethelyzet: szabad, nyitott, nem elkötelezett, független, könnyebben vált, az élményeket keresi, nem a múlt, hanem a jövő foglalkoztatja, nem megnyugvásra, hanem ingergazdagságra, kihívásokra vár, nyitott az élményekre, trendekre

Miért hallgatja: más, igényesebb, mint a kereskedelmi rádiók, de azért a szüleim nem ezt hallgatják

A Petőfi rádió pozicionálása és teljes struktúra átalakítása, zenei rádióvá alakítása heves vitát váltott ki a hallgatók körében. A közönség jelentős része hiányolta a régi klasszikus műsorokat, az új zenei stílus viszont új hallgatókat hozott. Az átalakítás társadalmi-kulturális problémaként tematizálódott a médiában.

A médiahatóság, az ORTT közigazgatási eljárásban vizsgálatot kezdeményezett annak eldöntésére, hogy eleget tesz-e az új, zenés MR2 – Petőfi rádió a közszolgálati követelményeinek. MR2 – Petőfi rádió műsorszerkezetével kapcsolatos vita főbb témakörei:

- A kifejezetten a fiataloknak szóló rádió közszolgálati sága
- A könnyűzene kulturális értéke és közszolgálati sága
- A zene és a verbális szöveg viszonya a műsorszerkezetben

A vita az MR2 – Petőfi rádió közszolgálati ságáról a bíróságon folytatódott, ahol 2009-ben első fokon a bíróság igazat adott a Magyar Rádió menedzsmentjének. Legalábbis a bíróságon az az álláspont nyert támogatást, hogy egy igényes zenei csatorna is lehet közszolgálati a médiatörvény értelmében.

Mit is ért el összességében a Magyar Rádió a Petőfi adó átalakításával? Már 2007-ben meglódult a hallgatottság a célzott korosztály körében, és ezzel együtt nőtt a műsorok hallgatására fordított idő. Ez a tendencia intenzíven folytatódott az átalakítás utáni évben, 2008-ban is. A növekedés nem állt meg 2009-ben sem. Jelentősen megnőtt ugyan a fiatal hallgatottság, de ezzel párhuzamosan az idősebbek körében elég jelentős hallgatósá-csökkenést szenvedett el a Petőfi rádió. Természetesen ez nem okozott meglepetést, hisz tudható volt, hogy az egyre szegmentáltabb rádiós piacon nem lehet minden korcsoportnak egyaránt tetsző rádióműsört készíteni. A korábbi Petőfi-hallgatók közül sokan megjelentek a Kossuth rádió hallgatói körében.

A Petőfi rádió átalakítása, a fiataloknak szóló MR2 – Petőfi rádió létrehozása végülis sikertörténet abban a tekintetben, hogy a közszolgálati Magyar Rádióknak ma már van egy olyan csatornája, melyet nagy számban és szívesen választanak a fiatalok, és mely a 39 év alatti korosztályban is fölveszi a versenyt a kereskedelmi csatornákkal. És ez a törvények alapján és az egyre szaporodó fiatal rádióhallgatók véleménye alapján is valódi közszolgálat. A következő kihívás az lesz a Magyar Rádió számára, hogy hogyan tudja a mostani MR2 – Petőfi rádió hallgatóit a későbbiekben a Kossuth és a Bartók adó hallgatóivá szocializálni.

Balázs László

Sajtónyelv – médianyelv az interneten

A média térnyerése és hatása magával hozza a verbális viselkedés (beszédkultúra?) átalakulását is. A bulvár és az egyre bulvárosodó média kialakítja a maga – presztízstre törekvő – nyelvhasználatát (szlogenek, tabutörés, szleng, sztereotípiák). Ez ömlik a befogadókra – köztük a fiatalokra –, és adnak számukra (óhatatlanul vagy szándéktalanul is) nyelvi mintákat. Ennek fölismeréséhez és fölismertetéséhez, tudatos és kritikus minősítéséhez egy integráló szerepű honlap (2. melléklet) kidolgozását és működtetését tűztük ki célul. A továbbiakban a honlap elkészítésének munkafolyamatát ismertetem.

A munkálatokban az Eszterházy Károly Főiskola Alkalmazott Kommunikáció-tudományi Tanszékének munkatársai és a kommunikáció és médiatudomány szak hallgatói vettek részt. A weboldal elkészítésének koordinálását H. Varga Gyula és Balázs László végezte. A munkafolyamatot 4 fázisra bonthatjuk: tervezés, technikai kivitelezés, feltöltések, reklám.

Tervezés

A honlap struktúrájának és menürendszerének tervezését Balázs László, míg a technikai kivitelezés folyamatát, dizájn megtervezését Kovács Szilvia készítette el. A struktúra és a dizájn kialakításánál a praktikum mellett a dinamikus és élménydús felhasználhatóság volt az elsődleges szempont. A menürendszer összeállításánál a beadott pályázatnak megfelelően alakítottuk ki a pontokat, így helyet és lehetőséget kínálunk a főiskolai és középiskolai megjelenéseknek, valamint a különböző konferenciák multimedialis anyagainak is. Kiemelt hangsúllyal publikáljuk a pályázat fő témájaként megkezdő Sajtónyelv – médianyelv konferencia anyagait is.

Technikai kivitelezés

A honlap elkészítésekor WebDigital tárhely- és domainszolgáltatatótól béreltünk tárhelyet, valamint két évre lefoglaltuk a medianyelv.com címet. A tárhely foglalását, valamint a honlap technikai megvalósítását Kovács Szilvia végezte. A honlap Joomla! ingyenes tartalomkezelő rendszer segítségével készült, melyet további szolgáltatásokkal egészítettünk ki. Ilyen a közönség számára is hozzáférhető, honlaphoz

kapcsolódó fórum, valamint a rendszergazdáknak visszajelzést nyújtó látogatottságmérő.

Feltöltés

A honlap tartalmi feltöltését Balázs László és Kovács Szilvia végezte. A honlapra felkerültek az EKF Alkalmazott Kommunikációtudományi Tanszéke által szervezett Sajtónyelv – médianyelv konferenciák anyagai, az elhangzott előadások írott változata, valamint a konferenciákon készült multimediális anyagok. Továbbá egy körlevélben kértük a tanszékkel kapcsolatban álló szerzőket, szervezeteket, hogy amennyiben a témához kapcsolódó anyagaik vannak, szívesen feltöltenénk azokat a honlapra. Mind a már meglévő, mind az újonnan beérkező tanulmányok közléséhez a szerzők hozzájárulását kértük. Az így összegyűjtött anyagok „Tanulmányok” menüponton belül érhetőek el, a forrás pontos megjelölésével.

A novemberben megrendezett Sajtónyelv – médianyelv IV. konferencián elhangzott előadások, fényképek és videófelvevételek is felkerültek a honlapra. A videófelvevételeket és fényképeket Puzsár Zsófia, Madovy Sándor és Gulyás Péter hallgatók készítették, ahogy az utómunkálatokkal – vágás, tördelés – is ők voltak megbízva.

Reklám

Az oldal hirdetése elektronikus és nyomtatott médiumokon keresztül zajlott. Felvettük a kapcsolatot a Magyar Nyelvi Szolgáltató Irodával, a Diák- és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesületével, valamint a Magyar Szemiotikai Társasággal. Az említett oldalakkal bannert cseréltünk, valamint a rendelkezésükre álló levelezési listák segítségével kör-e-mailt küldtük a honlap működéséről, valamint a társoldalakon megjelenő hírrel népszerűsítettük az oldalt. Emellett a Heves Megyei Hírlap hasábjain jelentünk meg a konferenciakiírással együtt.

A honlap segítségével – önerőből – pályázatot írtunk ki közép- és felsőoktatásban lévő diákoknak. A pályázat kapcsán további lehetőség nyílt a honlap népszerűsítésére is. A pályázatról az EKF hallgatói, valamint az északkelet-magyarországi középiskolák kaptak tájékoztatást e-mailben, illetve az oktatási rendszeren keresztül. A pályázati kiírás a honlapon is elérhető.

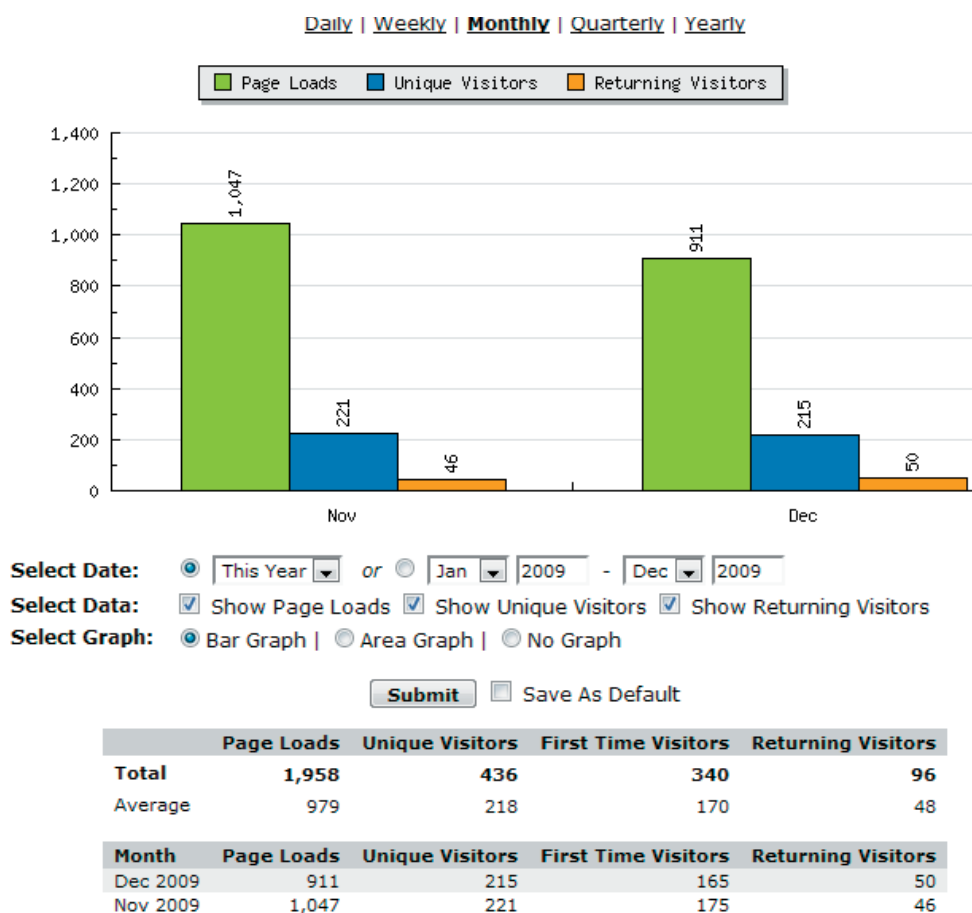
A honlapot hivatalosan a Sajtónyelv – médianyelv IV. konferencián mutattuk be.

A honlap látogatottságát a korábban már említett program segítségével követjük nyomon. A 1. mellékletben látható látogatási arány a honlap ismertségének folyamatos terjedését mutatja.

Értékelés

A honlap látogatottságát és speciális témáját alapul véve várhatóan a továbbiakban is komoly érdeklődésre tarthat számot. Amellett, hogy a 2009-es év Sajtónyelv – médianyelv konferenciának a médiumává alakul, a későbbiekben a további konferenciák központi médiumaként működhet. Remélhetőleg újabb pályázatok támogatásával lehetőség nyílik a honlap további fejlesztésére is, úgymint a regisztrációs felület kialakítására, személyes beállításokra, profilok létrehozására. Ezen felület kialakítása lehetőséget nyújthat a későbbi konferenciákra történő online regisztrálásra, jelentkezésre.

1. melléklet



2. melléklet

MÉDIANYELV

„ahogy mi „látjuk”

Főmenü

- Kezdőlap
- Értesítések
- Tudósítások
- Sajtóanyagok
- Előretekintés

Üdvözljük Önöket!

Az oldal célja a magyar nyelv évek óta tartó, a magyar nyelv iránti szeretettel és az anyanyelvi tudással együtt élő, folyamatosan fejlődő programok (szakmai vita, konferencia, kiállítás) megismerése és nyitvatartása, annak érdekében, hogy a tudásukat használva a köznevelési gyakorlatban a szükséges szakmai munkát, hozzájárulást, ötleteket, illetve tanulmányokat, elemzéseket tegyék közzé. A média iránti érdeklődés megújulása hozzájárul a nyelvhasználat fejlesztéséhez. A tartalom az egyes intézmények média közléseinek a magyar nyelvhasználati gyakorlatban (szövegek, tabutörés, szöveg, szövegtörés). Ez önmaga a pedagógia, és annak szövegei (szövegek, szövegtörés, szövegtörés) nyelvhasználati munkájának részét képezik és felismeréséhez, tudás és kritikus minőségéhez hozzájárulhat. A honlap működtetését a Nemzeti Kulturális Alap támogatja.

Közlés engedélyeztetve a médianyelv.com csapattal

(Az oldalon található tartalom a szerzők és a médianyelv.com oldal szerkesztői tulajdonát képezi. Azok felhasználása, közzététele a szerzők hozzájárulása nélkül a szerzői jogok megsértésével járhat, és jogszabályi következményekkel járhat.)

Legfrissebb

- 1. [Köznevelési reformok](#)
- 2. [Köznevelési reformok](#)
- 3. [Köznevelési reformok](#)
- 4. [Köznevelési reformok](#)

Szavazások

Mennyi időt tölthet naponta a TV előtt?

- 1-3 óra
- kevesebb, mint 1 óra
- több, mint 3 óra
- nem nézek TV-t

Keresés

keresés...

Támogatók

nka
Nemzeti Kulturális Alap

Társoldalak

NEMK
Nemzeti Média- és Hírközlési Központ

© 2019 - Minden jog fenntartva. Az oldal működtetését a Nemzeti Kulturális Alap támogatja.

Tartalom

Bevezetés	3
I. fejezet	
A média új nyelve: a bulvár	7
H. Varga Gyula: Bulvárosodás a médiában	9
Andok Mónika: A bulvár mint kód	17
Balázs Géza: Az örömelven működő bulvársajtó nyelve	23
H. Tomesz Tímea: Címek a bulvárbán	28
Dede Éva: Változatok a szerelemre	40
Minya Károly: Bulvárstílus, bulvárszó	48
II. fejezet	
Korlátok nélkül: nyelvhasználati jelenségek a médiában	53
H. Varga Gyula: Korlátok és korlátlanságok a közélet és a média nyelvhasználatában	55
Aczél Petra: Korlátok és gátlások. Olvadó határok az újmédia-kommunikációban	63
H. Tomesz Tímea: Tabuk mentén – sértések, avagy a közlés határai	70
Balázs Géza: Nyelvi tabuk a médiában	76
Dede Éva: Hallom és olvasom: új televíziós szokás a híradásban és a véleményformálásban	81
Bencze Lóránt: <i>Brutális és brutál..., avagy terhes a csajom?</i>	89
III. fejezet	
Tanulmányok a kommunikáció és a média köréből	99
<i>Fiatal kutatók fóruma</i>	<i>101</i>
Dalmadi Renáta: Főműsoridős hírműsorok mint multimediális szövegek	103
Támcsu Tímea: Az udvariassági szokásrendszer megjelenése a televízió nyelvhasználatában	111
Garazsi Dániel: Egy olimpia, három olvasat – Peking eseményei a nyomtatott sajtóban	125
Juhász Rita: Humor a hírekben	130
<i>Civilkommunikációs akadémia</i>	<i>143</i>
Balázs Géza: A kommunikációelmélet hasznáról és...	145
Szayly József: A közszolgálati rádió Magyarországon	149
Balázs László: Sajtónyelv – médianyelv az interneten	154