

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 körülhatározható 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” szolgáltatják. 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 jobbra 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 jobbra 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 (távrolról 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 egyszerű, 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 egyszerű 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 találhatók (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
Elovadt 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

Százmilliós kárt okoznak a vadorzók
Két halálos áldozat Nagycsécse
Halálos áldozatok Nagycsécse

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 külön milliárdos