

# A SAJTÓHÍREK A TUDOMÁNYOS DISKURZUSBAN

ANDOK MÓNIKA

## 1. Definíciós problémák a hírműfaj esetében

„A hír az emberek koponyájában létezik. Ez nem egy esemény, ez valami olyasmi, amit az esemény után fogunk fel. Nem azonos az eseménnyel, egy próbálkozás arra, hogy rekonstruáljuk az esemény lényegi szerkezetét. A lényegit olyan vonatkozási rendszerben határozva meg, amelynek rendeltetése, hogy az olvasó számára értelmezhetővé tegye az eseményt.”

A fenti idézet WILBUR SCHRAMM<sup>1</sup>-től származik, aki a hír műfajt vizsgálva, jól érzékelte és ragadta meg azt a feszültséget, hogy két-három sorban, két-három mondatban kell a lehető legpontosabban és leghitelesebben leírni egy rendkívül összetett eseményt, ráadásul úgy, hogy a kellő műfaji attribútumokkal is rendelkezzen a létrejött szöveg. Tetézve mindezt azzal, hogy az újságíró maga a legritkább esetben szemtanúja annak az eseménynek, melyről majd „hírt ad”.

A hír műfaj definiálására számos, ám eltérő példákat találunk mind a magyar, mind a külföldi szakirodalomban. A szerzők más-más irányú megközelítése tetten érhető a definíciókban is; a hírközlő azt tekinti hírnek, ami elhangzik a rádióban, televízióban, amit kinyomtatnak a lapokban. A közönségnek az a hír, ami érdekli. KLAUS JENSEN írja egyik befogadásvizsgálatának előszavában: „Cikkem tartalmaz egy esettanulmányt, melyben a televíziós hírműsorok befogadásvizsgálatára adunk példát, e vizsgálat szerint komoly különbség van az *újságírók hírei* és a *befogadók hírei* között – ezzel bizonyítván, hogy még egy ilyen *realisztikus* műfajnak is tág interpretációs keretei lehetnek.”<sup>2</sup> Míg a történelem azokat fogja hírnek tekinteni egy adott korszakban, amelynek tartalma még sok év múlva is lényeges lesz. Vegyünk most sorra néhány definíciót!

- A hír első sajtóértesítés egy legutóbbi történt, társadalmilag számottevő eseményről, amely válaszol az 5 w + h – who, what, when, where, why, how – képletben kifejezett kérdésekre. (Ebben a definícióban együtt szerepelnek a tartalmi és formai kritériumok.)<sup>3</sup>
- A hírnek tartalmaznia kell, hogy mi történt, mikor, hol, hogyan és milyen szereplőkkel. (Itt csupán formai szempontokat találunk.)<sup>4</sup>
- Hír mindaz, ami nyomtatásra méltó. (Ez a *The New York Times* definíciója.)
- A hír beszámoló egy eseményről, egy tényről vagy egy véleményről, mely érdekli az embereket.
- Egy kurrens eseményről való beszámoló a lapokban, periodikákban, rádióban vagy televízióban.

<sup>1</sup> SCHRAMM, WILBUR: *Journalism Quarterly* 1949. Sept.

<sup>2</sup> JENSEN, KLAUS BRUHN: Befogadásvizsgálatok. A jelentés társadalmi természete. In: *Replika*, 38. 1999. december, 55.

<sup>3</sup> DOMOKOS LAJOS: *A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*, Domokos Press, Budapest, 1994. Teleschola könyvek, 213.

<sup>4</sup> SZIGETHY ANDRÁS: Információs műfajok In: *Műfajismeret*, MÚOSZ Sajtókönyvtár II. 43.

- Hír az, amiről elég sok ember akar olvasni, és nem sérti meg a jó ízlést és nem rágalmazó, becsületsértő.
- Hír minden, ami időszerű és sok olvasót érdekel, és a legjobb hír az, amely a legnagyobb érdeklődést váltja ki az olvasók legszélesebb körében.
- Vagy egy tréfás megfogalmazás szerint: Hír az, amire a szerkesztő azt mondja.<sup>5</sup>
- Egy szociológus szerzőpár – HARVEY MOLOCH és MARILYN LESTER – szerint a hír konstruált realitás. Olyan dolgokat mond el, melyekről nincs közvetlen tapasztalatunk. Nem észlelt dologról való beszámoló. Azt állítják, hogy az események társadalmilag konstruálódnak, hírértékük nem objektív jellemzőikben rejlik. (Vagyis ez az iskola szemben áll a híreket objektív hírértékük alapján szelektáló modellel.) A tömegkommunikációs eszközök hírtartalma szerintük nem más, mint a hírterjesztők, hírösszeállítók és hírfogyasztók gyakorlati, célirányos és kreatív tevékenységének eredménye.
- Ugyanakkor hírnek tartjuk azt, amikor valaki mond valamit, tehát nem cselekvésről, nem történésről van szó, hanem vélekedésről, megerősítésről vagy cáfolatról. Ez a vélekedés sem mai keletű, a Magyar Távirati Iroda elődjét irányító KOZMA MIKLÓS már az 1930-as években vallotta, hogy hírnek számítanak „a kormányférfiak vagy politikusok szájából elhangzó megnyilatkozások és beszédek is”<sup>6</sup>. A közelmúlt nemzetközi kutatását nézve a Glasgowi Egyetem Médiakutató Csoportja a hírek 20 százalékát ilyennek találta. JOHN AUSTIN nyelvfilozófus terminológiájával ezek hírcselekvések, „news performativumok”. A propozíciós tartalom s az illokúciós erő ezekben az esetekben a mondó személyhez kötődik és nem az újságíróhoz. Például: Az *elnök megígérte* (illokúciós erő), *hogy csökkenti az adókat* (propozíciós tartalom). Az újságíró ilyenkor nem tesz mást, mint számot ad egy performativumról, ami azért érdekes, mert a performativumok nem lehetnek sem igazak, sem hamisak, csak sikerültek vagy sikerületlenek.
- Eltérően vélekedik a hír műfajról a magyar kutatók egy csoportja, a populáris kultúrába ágyazottságuk mellett érvelnek. CSÁSZI LAJOS szavait idézve: „(...) a média híreket a populáris kultúra egyik olyan alfajának tekintjük, amelyek a *szociális melodramák* közé tartoznak. Hibrid műfajok, amelyek formalizált keretüket azoktól a populáris mítoszoktól kapják, amelyeken keresztül az eseményeket történetekké változtatják át, ám az így megteremtett sztereotip drámai kereteket tárgyilagos, valóság-hű részletekkel igyekeznek kitölteni.”<sup>7</sup>

Ahelyett, hogy újabb hírdefiníciót készítenék a mostani tanulmányhoz, érdemebbnek tűnik nem is magát a *hírt*, hanem a *műfaj* kérdését körüljárni.

<sup>5</sup> HARRIS, JULIAN – LEITER, B. KELLY – JOHNSON, STENLEY: *The Complete Reporter* Macmillan 1985. 29.

<sup>6</sup> Idézi KOTROCZÓ RÓBERT: A nemzet hírfőnöke, Kozma Miklós hírelvei 1920-42. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában. Média Hungária Könyvek 2.* 2001. 97.

<sup>7</sup> CSÁSZI LAJOS: *Katasztrófák médiareprezentációja* In: *Jel-Kép*, 1999/3. 25.

A szemiotikai textológia már csak mint közhelyre utal arra a tényre, hogy az egyes szövegek műfaji besorolása inkább a velük szemben támasztott szociokulturális elvárások függvénye, s csak másodsorban szövegtulajdonság.<sup>8</sup> A szakirodalom három vonatkoztatási pontot emel ki, az első a szöveg létrehozójának a szándéka, ahol is figyelembe kell venni az adott korban, korra érvényes konvenciókat. Ugyanakkor nem szabad figyelmen kívül hagyni azokat a véleményeket, melyek szemben állnak az adott korban érvényes konvenciókkal. Csak röviden utalnék arra, a ma már médiatörténeti helyzetre, amely a 90-es évek végén jellemezte a magyar hírközlést. Nevezetesen a politikai pártok sajtótájékoztató híreire gondolok, amikor is rövid, tulajdonképpen semmitmondó üzenetek köré sajtótájékoztatót szerveztek, s „magukhoz rendelték” a sajtót. Abban a politikai helyzetben, a média kiegyensúlyozottságát iskolásan és percről percre számon kérő politikai mező ezeket az eseményeket hírként definiáltatta a sajtó munkatársaival. S jó pár évnek kellett eltelnie, míg az ezzel szemben hangoztatott vélemény – hiába nagy tekintélyű egy párt, ha csak kreált sajtótájékoztatóról van szó, akkor az nem hír – napi gyakorlattá vált a médiában.

A második szempont a műfajiság kérdésénél, a befogadó értelmezése, hogy ő miként, milyen „műfajban” olvassa / nézi / hallgatja az adott szöveget<sup>9</sup>: „(...) egy szöveg műfaji-tipológiai jellegének meghatározását a mindenkor befogadó (interpretátor) által a befogadás (interpretálás) során felhasznált ismeretektől teszi függővé.”<sup>10</sup> A műfajiság kérdésével foglalkozó tanulmányok között találunk olyat, mely a befogadónak ezt a fajta deklaratív tudását vizsgálja<sup>11</sup>. A magyar nyelvűek közül LÁSZLÓ JÁNOS és REINHOLD VIEHOFF írására utalnék, a szerzőpáros egy széles körű felmérésre támaszkodva kimutatta, hogy irodalmi történetek megértése során az olvasóknak nem elég megérteniük a szereplők céljait és hiedelmeit, valamint nem elég személyes élményeiket előhívniuk, „egy harmadik tudásforrást is igénybe kell venniük, nevezetesen az irodalmi vagy konkrétabban a műfaji tudást, ami arról tájékoztatja őket, miként alkotható meg egy lehetséges világ egy adott szöveg műfajában”<sup>12</sup>. A kutatási eredmények alátámasztották ezt a hipotézist, vagyis a szilárd műfaji tudással rendelkező olvasók alkalmazták is ezeket az ismereteket a történetmegértés során. LÁSZLÓ JÁNOSÉK úgy találták, hogy különösen erős volt a hatás a tematikus szabályok, s kevésbé erős a stilisztikai, illetve retorikai előírások tekintetében. Jómagam úgy vélem, hogy a hírkutatásnak épp itt van az egyik nagy adóssága, a hír műfajra vonatkozó deklaratív tudás felmérésében.

---

<sup>8</sup> Lásd erről PETŐFI S. JÁNOS: 1994., 1999.

<sup>9</sup> PETŐFI S. JÁNOS: Vers – próza. Irodalmi szöveg – nem irodalmi szöveg. In: PETŐFI S. JÁNOS – BÁCSI JÁNOS – BÉKÉSI IMRE – BENKES ZSUZSA – VASS LÁSZLÓ: *Szövegian és prózaelemzés. A rövidpróza kreatív-produktív megközelítéséhez*. Trezor Kiadó, Budapest, 1994. 11-22.

<sup>10</sup> PETŐFI S. JÁNOS: Vers – próza. Irodalmi szöveg – nem irodalmi szöveg. In: PETŐFI S. JÁNOS – BÁCSI JÁNOS – BÉKÉSI IMRE – BENKES ZSUZSA – VASS LÁSZLÓ: *Szövegian és prózaelemzés. A rövidpróza kreatív-produktív megközelítéséhez*. Trezor Kiadó, Budapest, 1994. 22.

<sup>11</sup> MARTIN BURGERT – MICHAEL KAVSEK – BERND KREUZER – REINHOLD VIEHOFF: *Strukturen deklarativem Wissens – Untersuchungen zu „Märchen” und „Krimi”*. LUMIS – Schriften 23. Siegen 1989.

<sup>12</sup> LÁSZLÓ JÁNOS – REINHOLD VIEHOFF: Az irodalmi műfajok mint kognitív sémák. In: *Pszichológia*, 1994. 3. 325-342.

A harmadik tájékoztatósi pont a műfajiság tekintetében természetesen maga a szöveg, melyben fellelhetők az adott korra, esetleg országra jellemző műfaji elvárások. Hangsúlyosan szerepeltette azt, hogy ezen elvárások korról korra változnak, s nincs ez másként a hír műfaj tekintetében sem. Jómagam nagy vonalakban átnéztem a XVIII–XIX. század magyar hírsajtójának anyagát<sup>13</sup>, s az eddigi eredmények egybevágóan a műfajkutatások eredményeivel. Nevezetesen azzal, hogy tematikus mezők tekintetében nagyon kötődtek a hírszövegek. Szinte azt lehet mondani, hogy 220 éve változatlan ez a kör, az általam elemzett hírlapokban<sup>14</sup> megjelenő témák 85-90 százalékban megegyeznek azokkal, amelyekkel ma is minden nap találkozunk a XXI. század hírlapjainak hasábjain. Ma mi mindenről olvashatunk egy napilap híreiben: politikáról, kormányzatról, aztán törvényszéki híreket, gazdaságiakat, tudományos, egészségügyi, kulturális, egyházi híreket. Van ezenkívül időjárás, sport, balesetek, tüzesetek, rendőrségi hírek, valamint besorolhatatlan bulvárhírek sztárokról, hírességekről. Hogy nézett ki mindez kétszáz évvel ezelőtt? Tematikusan szempontból csaknem minden szerepelt, az 1850-es évektől még a sport is – hogy miért ekkortól, ennek társadalmi okai vannak, s a társadalmi méreteken is számottevő szabadidő megjelenéséhez köthető. Ugyanakkor szövegtani szempontból érdekes eltéréseket a 200 évet átölelő anyagban már jócskán találhatunk, ami arra utal, hogy a retorikai, stilisztikai elemek – a tematikus mezőkhöz képest – könnyebben változhatnak. Csak érdekességképpen mutatnék egy hírt 1808-ból, mely a *Hazai és Külföldi Tudósításokban* jelent meg. Ma nyilván alaposan átdolgoznák az időszerkezetét a szövegnek, előre kerülne az eredmény, s csak utána jönne háttérként mindaz, ami az elmúlt héten történt.

„Az elmúlt héten a zsemlesütők megnyerték a tanácstól azt, hogy két krajcáros zsemléket süthessenek, a kiszabott mérték szerint, de mivel már harmadnapra a két krajcáros zsemlék is oly kicsinyek voltak, mint nemrégiben az egy krajcárosok, tőlök mind elszedték, és az ispitályba küldötték. Erre a sütők, négyet kivéven, egy zsemlet se süttöttek, azért a vakmerő makrancosságért a tanács azt végzette, hogy csak az említett négynek legyen szabad ezután zsemlet sütni, azonkívül némelyeket tömlőccel büntetett, egyet pedig, aki a többit fel akarta lázítani, a céhből és polgárok számából kirekesztette.”

## **2. A hírkutatás eddigi eredményei**

### **2.1. A nemzetközi kutatások számbavétele**

A bemutatásnál elsősorban TEUN A. VAN DIJK 1988-as *News as Discourse* című könyvére támaszkodtam. A „támaszkodtam” pontosan azt jelenti, hogy az ő kategorizálását vettem át, ám azt kiegészítettem több példával, illetve az azóta eltelt időben megjelent újabb kutatási irányok bemutatásával. Azért ezt a kategorizálást választottam, mert alapvetően „szövegtanos” szempontból nézi az eddigi vizsgálatokat, elég határozott utalásokat tesz a vizsgálatok tudományos értékére, s ezzel jó fogódzónak bizonyul, s a bemutatás mélységét és alaposágát tartva szem előtt, az egyik legszínvonalasabb.

<sup>13</sup> A teljes elemzés része lesz a hír műfajt vizsgáló disszertációmnak.

<sup>14</sup> Az elemzett hírlapok: *Magyar Hírmondó*, *Hazai és Külföldi Tudósítások*, *Pesti Hírlap*, *A Hon*, *Budapesti Hírlap*, *Ellenőr*, *Magyar Hírlap* 1849., *Magyar Hírlap* 1877-től, *Nemzet*, *Pesti Napló*.

### 2.1.1. Leírások a sajtóhírekről, melyek nem tartoznak a tudományos diskurzus körébe

**2.1.1.1. Anekdotikus természetű leírások.** Tipikus megközelítési módjuk az esetleírás, esettanulmány. Általában egykori vagy aktív újságírók írták, olvasmányos, néha lebilincselő írások, melyek személyes hitellel adnak bepillantást a hírkészítés mindennapjaiba.

**2.1.1.2. Dokumentarista beszámolók.** Empirikus kutatásra támaszkodó, ám informális nyelvezettel megírt elemzések. Ezek egyfajta átmenetet képeznek az anekdotikus leírások és az elméletileg erősen és szisztematikusan megalapozott és feldolgozott vizsgálatok között. VAN DIJK ide sorolja Epstein 1973-as *News from nowhere*-jét, valamint több, az 1970-es évek végén megjelent tanulmányt. Erényük, hogy ezek az írások mutatják be először a hírgyűjtés, a szelekció és a hírprezentálás mikéntjét, foglalkoznak az újságírói rutin kérdésével. Esetenként felvetik a szervezeti vagy a politikai kontroll lehetőségét. (BAGDIKIAN: 1971.)

### 2.1.2. Szociológiai megközelítése a sajtóhíreknek

**2.1.2.1. A hírgyártás különböző szervezeti szintjeiről és dimenzióiról készített alapos leírások.** Ezek az elemzések mutatják be a hírelőállítás folyamatában meglévő szervezeti vagy közösségi kontroll struktúráit, a szerkesztőségi hierarchiát. Három kiemelkedő kutatást emel ki VAN DIJK, melyek széles körben váltak inspirálóvá: GANS *Deciding what's news* (1979.) című kötetét, TUCHMANTól a *Making News*-t (1978.), illetve FISHMAN írását, a *Manufacturing the News*-t (1980.).

GANS könyvében már megtalálható a tudományos alaposággal végzett terepmunka, a *newsroom* alapos megfigyelése, górcső alá veszi a hírértéket és a hírszerkesztési sorrendezést is. Itt utalnék egy területre, melyet magam hírérték-kutatásnak neveztem, ez a téma rendkívül népszerű, néha úgy tűnik, mintha a hírkutatás központi eleme, a hírérték / hírérdemesség lenne. Természetesen van helye az ilyen jellegű vizsgálódásoknak is, de nem ez az alfája és az ómegája a hírkutatásnak. Nagyon sok hírérték-bemutató nem több szituációs felsorolásnál, ami az újságírók mindennapjaiban remek fogódzó, de nem tudományos kutatás.

TUCHMAN is érdekes, újszerű megközelítést ad, etnometodológiai szempontból végez elemzést. A szerkesztők és újságírók mindennapi rutinját úgy írja le, mint a valóság hírként való prezentálására szolgáló képességet. Úgy véli, a hírek nem a valóság képei, hanem a világról való társadalmi gondolkodás konstruált keretei. A hírek hitelességének garanciáit az intézményes keretek, a bürokratikus szervezet jelentik. A hitelesség illúzióját teremtik meg napról napra a hírszerkesztőségekben. Fontos megfigyelése, hogy az újságírók nem mindenhol és nem minden időben keresnek hírt, hanem általában a bevett, bejáratott forrásaiknál, s ott is bizonyos időközönként. Erre a megfigyelésre hozza létre a „news net” elnevezést. Ez is vizsgálható lenne a hírkutatásban, hogy ez a bizonyos „news net” az internetsajtó megjelenésével mennyire változott, mennyire lett sűrűbb szövésű, vagy egyszerűen más szerkezetű.

FISHMAN a szervezeti előírásokra koncentrál, melyek megteremtik a szerkesztőségi munka kereteit, miközben verifikálási eljárássá alakulnak. Meglátásait összegzi a követ-

kező idézetben: „The practical accomplishment perspective says that journalists’ routine methods for producing news – that is, the very process of „newsgathering” – construct an image of reality. In this view, news is neither a reflection nor a distortion of reality because either of these characterisations implies that news can record what is „out there”. News stories, if they reflect anything, reflect the practices of the workers in the organisations that produce news.”<sup>15</sup>

**2.1.2.2. Közönség-kutatások.** ROGER SILVERSTON, aki egy írásában felsorolja a főbb nemzetközi irányzatokat, elsősorban azt hangsúlyozza, hogy a közönség kategóriája egyre inkább problematizálódik. Vannak iskolák, kutatók, akik a mediatiszációban a technológiára (MCLUHAN és ONG), az ideológiára (Frankfurti és a Birminghami Iskola), a kultúrára (GEORG GERBNER) vagy a szövegre (KATZ, LAZARSFELD) teszik a hangsúlyt.<sup>16</sup> Kifejezetten a hírek befogadását vizsgálta meg a dán KLAUS JENSEN<sup>17</sup>. Kutatása azért is különösen érdekes, mert ő is kiemeli – az általa úgynevezett – szupertémákat, vagyis azon tematikus mezők létét, melyekre a műfaji bevezetőben utaltam. Csak JENSEN ezeket a szupertémákat – harc, munkanélküliség, környezet, kormányzat, stb. – elsősorban a befogadókhoz kapcsolja. „Egyrésztől látszik, hogy a szupertémák hasznos eszközei a hírek megértésének, mivel kapcsolatot teremtenek a politika és a mindennapok világa között. A másik oldalról nézve viszont fontos probléma, hogy nézők bizonyos csoportja képtelen lehet a pro és kontra érveknek az általánosított témához való hozzákapcsolására.”<sup>18</sup>

**2.1.2.3. Tematizációs kutatások.** A tematizációs irányzat arra fókuszál a hírkutatásban, hogy miként lesz, lehet valamiből „téma”. Hogyan, kiknek lehet a média és ezen keresztül az emberek mindennapi társalgásának irányát és tárgyát megadni. Az ilyen jellegű nemzetközi kutatásokról TAMÁS PÁL írt összefoglaló tanulmányt *A társadalmi kommunikáció*<sup>19</sup> című kötetben. A konkrét vizsgálatok közül bemutatja a klasszikusnak számító MCCOMBS és SHAW-féle kutatást, majd az azóta feltárt tematizációs stratégiákra koncentrálna. A további, kisebb magyar nyelvű tanulmányok még részletesebben mutatják be a tematizáció hátterét, példákat hozva az angolszász kutatásokból.<sup>20</sup>

### 2.1.3. A hírek ideológiai elemzésektől a tartalomelemzésig

DIJK megemlíti, hogy míg az Egyesült Államokban már a 70-es évektől tisztán mikroszociológiai alapon vizsgálták a híreket, addig Nagy-Britanniában és Nyugat-Euró-

---

<sup>15</sup> FISHMAN, MARK: News and Nonevents. Making the Visible Invisible. 219. In: ETTEMA J. S. – WHITNEY, CH. (ed.): *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint*. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume 10. 1982. 219-240.

<sup>16</sup> ROGER SILVERSTONE: *Television and Everyday Life* Routledge 1994. Részleges magyar fordítás: in: *Replika* 38. 63-87. (Roger Silverstone: A közönségről.)

<sup>17</sup> KLAUS JENSEN: Befogadásvizsgálatok: a jelentés társadalmi természete. In: *Replika* 38. 55-62.

<sup>18</sup> JENSEN, KLAUS: i. m.: 61.

<sup>19</sup> TAMÁS PÁL: A tematizációról. In: BÉRES ISTVÁN – HORÁNYI ÖZSÉB (szerk.): *A társadalmi kommunikáció*, 1999. 139-152.

<sup>20</sup> TÖRÖK GÁBOR: Politikai napirendek és a média. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 135-145.

pában dominánsabb volt a hírek ideológiai (alapú) elemzése. Két erőteljes hatást említ, az egyik a marxista szemlélet, a másik a francia strukturalizmus. Gondoljuk csak el, hogy maga ROLAND BARTHES is írt – magyarul is hozzáférhető tanulmányt<sup>21</sup> – a napihír struktúrájáról. Milyen főbb irányokkal találkozhatunk a szakirodalomban?

**2.1.3.1. Az erőszak kérdése a hírekben.** Magával a médiaerőszakkal számos iskola foglalkozott, a kultivációs elmélet is érinti, a Birminghami Iskolához is több vizsgálat köthető. Ez utóbbi egyik domináns alakja, STUART HALL meglátása szerint a médiaerőszakról szóló diskurzus rendkívül átítatott ideológiai elemekkel. Fontos, hogy médiaerőszakon a hírekben látható erőszakot is beleértik az akció- és katasztrófafilmek mellett. Egyik írásában a hírek egy fontos mozzanatát ragadja meg az erőszak felől: „A hírtérték és különösen a vizuális hírtérték működése a televízióban azzal a hatással jár, hogy minden eseményt a legdrámaibb, vagyis lényegéből adódóan a legerőszakosabb pillanatában mutat be. (...) A történeteknek ez az eltolódása a drámai aspektus felé azzal jár, hogy lerövidíti az eseményeket.”<sup>22</sup>

**2.1.3.2. Kisebbségek kutatása, nők a hírekben.** Körülbelül a 80-as évek elejétől kezdtek kutatni ezt a területet, hogy miként mutatják be a hírekben a nőket. Az első esettanulmányok még olyan állapotot tártak fel, amikor is nőket érintő kérdésekben is (fehér) férfi szakértő szólal meg a hírekben. (VAN DIJK: 1983.). Ugyancsak könyvtárnyi szakirodalma van azon Egyesült Államok-beli kutatásoknak, amelyek az ottani színes bőrűek hírreprezentációját vizsgálja.

**2.1.3.3. Szisztematikus tartalomelemzés.** A propagandaanalízisből kinőtt megközelítési mód alaposan kidolgozott módszertannal rendelkezik (KLAUS KRIPPENDORF: *Content Analysis / An Introduction to Its Methodology*, 1980., magyarul *A tartalomelemzés módszertanának alapjai*, 1995.), mely alkalmassá teszi arra, hogy a hírtartalmakban trendeket mutasson ki, vagy a bemutatott személyek imázsát, portréját elemezze. Illetve ugyanez a módszertani kidolgozottság teszi lehetővé, hogy az egyes nemzeti kutatásokban is sokszor végeznek tartalomelemzéseket. Dominálnak a nagyon szűken vett közélet, a politika, politikai pártok hírműsorokbeli vizsgálatai.

**2.1.3.4. Szemiotikai elemzések.** Elszórtan találkozunk ilyenekkel a szakirodalomban, melyek a 80-as évektől kezdik figyelembe venni a hírek nyelvi dimenziója mellett a vizuális ábrázolást is (HARTLEY: 1981.). Ezek azonban kizárólag a televízióra koncentrálnak, a napilapokban, magazinokban a hírek mellett megjelenő illusztrációkról nemigen esik szó. Pedig rendelkezésünkre áll, sőt magyarul is hozzáférhető egy szisztematikus elméleti alapvetés, PETŐFI S. JÁNOS munkája.<sup>23</sup>

**2.1.3.5. A hírgyártás folyamatának gazdasági elemzése.** Az ökonómiai szempontú bemutatás a hír produktumot mint piaci árucikket vizsgálja (STRASSNER: 1982.). A hírelőállítás folyamatát pedig mint egy profittermelő tevékenységet, ahol a rendszerben résztvevők „hite”, miszerint ők informálnak és tájékoztatnak, csak mint értéknövelő, ér-

---

<sup>21</sup> BARTHES, ROLAND: A napihír struktúrája. In: HANKISS ELEMÉR (szerk.): *Strukturalizmus I.* 1971. 173-184.

<sup>22</sup> STUART HALL: A média és az erőszak. In: *Replika* 35. 1999. április, 53.

<sup>23</sup> PETŐFI S. JÁNOS: Egy multimediális szövegek elemzésére alkalmas jelmodell néhány aspektusa. In: *Jel-Kép*, 1996/2. 87-95. Uő.: *A humán kommunikáció szemiotikai elmélete felé.* Szeged, Goldpress 1991.

tékképző tevékenységet veszi számításba. Ennek a szemléletnek, megközelítési módnak, a kritikáját is megtaláljuk MCQUAIL tömegkommunikációt bemutató könyvében.<sup>24</sup>

### 2.1.4. Szövegnyelvészeti kutatások, diskurzusanalízis

2.1.4.1. A hírszövegek klasszikus esetei annak, hogy egy nyelvi produktum több szerzőtől származik: az újságírók megírják a történetet, a szerkesztők átszerkeszthetik, a korrektorok kijavítják, az olvasószerkesztők belejavítanak. A hírkészítésben mindegyiküknek megvan a maga szerepe, és szakmájuk szabályai szerint járnak el. Egy kézirat így legalább négy lépcsőn megy keresztül, mire a hírek végleges formája kikristályosodik.

ALLAN BELL „*The Language of News Media*” című könyvében<sup>25</sup> – DELL HYMESra és ERWIN GOFFMANre támaszkodva – elemzi a hírnyelv előállításában részt vevők típusait. Négy szerepet különít el, az első a „principal”, a kezdeményező szerző, aki eldönti, miről kell írni, s a szöveg szempontjából előírhat bizonyos szóhasználatot. Például definiálja, hogy ki a gerilla és ki a terrorista, milyen szituációban kell az egyiket vagy a másikat használni. A második az auktor, a leíró szerző, aki papírra veti a szöveget. De az újságírók csak igen ritkán szemtanúi egy eseménynek, így többnyire azt írják le hírként, amit mások mondanak el nekik: szóvivők, szemtanúk. Ha egy esemény több napig tart, akkor előfordulhat, hogy egyszerűen újrainak egy előző sztorit, ám most már háttérként, a legújabb események magyarázatára. De az újraírásban számos régi elemet felhasználhatnak. A harmadik szereplő a szerkesztő, aki javít a kéziratot, átszerkeszti. A szerkesztés tulajdonképpen az a folyamat, amikor egy szöveget átalakítanak másik szöveggé, melynek formája különbözik az előzötől, de tartalma ugyanaz marad. Bár nem szükségszerű, hogy az új változat minden információt tartalmazzon, amely az eredeti szövegben szerepelt. A szerkesztő törölheti a felesleges részeket, s kijavíthatja a stilisztikai hibákat. Pontosabban csoportosíthatjuk a tevékenységét aszerint, hogy információt töröl, lexikai helyettesítést végez, vagy átalakítja a szintaktikai szerkezetet. Más szóval a szerkesztő feladata a vágás, a tisztázás, a hírérték maximalizálása és a nyelv standardizálása.

A vágás „méreteire” jellemző, hogy a hírügynökségi anyagok átlagosan 2000 szót tartalmaznak, míg egy rádióban elhangzó hír nem lehet hosszabb 3-4 mondatnál, ami nem több, mint 60-70 szó. Könnyen kiszámítható tehát, hogy az anyagok több mint 90 százalékát elhagyják. A munka menetére jellemző, hogy a szerkesztők általában alulról vágnak. A szerkesztői munka tisztázási részére az egyik legkézenfekvőbb példa a deiktikus formák kijavítása, tartalmas szóval való helyettesítése. A szerkesztő munkájának része a hírérték maximalizálása is. Ekkor a következőket kell végiggondolni: mi is valójában a történet, jól rendezett-e a struktúrája, minden bekezdés feszesen van-e megírva, és a legjobb leadet használta-e a szerző. Mert ha a cikk hosszabb, mint azt tartalma indokolná, akkor veszít hírértékéből. Végül a nyelv standardizálása is a szerkesztő feladata, melybe beletartozik a tágabb beszédközösség szabályainak meghatározása, a főbb irányelvek kijelölése és a „házi stílus” meghatározása is. Bár igaz, hogy ezek a szabályok többnyire íratlanok, s készségeként adódnak át a szerkesztőségekben.

<sup>24</sup> DENIS MCQUAIL: *Mass Communication Theory* Sage Inc. 1987.

<sup>25</sup> BELL, ALLAN: *The Language of News Media*, Blackwell, 1991. 36-44.



A negyedik szereplő az animátor, az „életre keltő”. Ebbe a csoportba BELL a technikai munkatársakat sorolja: nyomdászok, bemondók, hírolvasók. A tömegkommunikációval szemben az egyszerű interperszonális kommunikációban a beszélő egymaga képviseli mind a négy szerepet.

A nemzetközi hírek megfogalmazása, létrejötte még ennél is komplexebb. Egy hír a helyi szerkesztőségtől az országos ügynökséghez kerül, onnan átvehetik a nemzetközi hírügynökségek, s a hír eljut más földrészekre is. (A négy nagy ügynökség, a Reuter, az AP, a UPI és az AFP napi 33 millió szót adnak.) Minden lépésnél 1-2 újságíró belejavít a szövegbe, átírja, esetleg lefordítja. Így egyetlen hírből 10-20-féle szövegváltozat is létrejöhet.

Látva a hírkészítés lineáris menetét a különféle beágyazott szövegváltozatokat is fel lehet tárni. A beágyazódás jelensége nagyon fontos a hírek nyelvének megértésekor. A beágyazási folyamat nem a szerkesztői munkánál kezdődik, jóval korábban. De ehhez vissza kell mennünk a hírek keletkezéséhez. Az újságírók legtöbb információja másodkézből származik, más személyek mondják el nekik saját megfigyeléseiket. Ilyenkor a hírforrás egy interjú, a megfigyelővel készített beszélgetés. FISHMAN, aki egy kis kaliforniai lapot vizsgált, ezt úgy fogalmazta meg: „Valami úgy van, mert valaki ezt mondta.”<sup>26</sup> (A hírforrásokat BELL kilenc csoportra osztotta: interjú: telefonon vagy személyesen, közbeszéd, sajtókonferencia, írott szöveg, szervezeten kiadott dokumentumok: kutatások, jelentések, jegyzékek, sajtó által nyilvánosságra hozott eset, korábbi történet, hírügynökségi írás, az újságíró saját jegyzetei.) Az itt elhangzott, leírt szövegek aztán a folyamat egy későbbi szakaszában beleépülnek, beágyazódnak a végleges hírszövegekbe.

#### 2.1.4.2. Diskurzusanalízis

Ez a megközelítés a hírt mint a nyilvános diskurzus egyik formáját vizsgálja, speciális formájú narratívumnak tartva, mely jól elkülöníthető az újságban szereplő más típusú narratívumoktól (reklámszövegek, szerkesztőségi vélemények, olvasói levelek). A diskurzusanalízis elméleti háttérével két fő területet vizsgál a hírek esetében. Az egyik a textuális dimenzió, a másik a feltárás, mely a folyamat mikéntjére vonatkozik, arra, hogy milyen kognitív és szociális korlátok, keretek léteznek–működnek a hírkészítési folyamatban. S ebbe beleérti a hírkészítőt és az olvasót, valamint a hírekben szereplő személyek szociális ismereteit. Ennek a megközelítésnek egyik nagy hatású írása származik VAN DIJKTÓL, mely *News as Discourse* címmel jelent meg (1988.). A monografikus munka leírja a hírek makrostruktúráját is, a szerkezetet létrehozó szabályokkal egyetemben. A hírek tematikus szerkezetét olyan (újraírható) makroszabályok hozzák létre, melyeknek célja az információ redukálása. Ezek a makroszabályok a törlés, az általánosítás és az értelmezés. Törlésen az irreleváns elemek elhagyását kell érteni, az általánosításra adott kedvenc példa: kutya, macska, kanári helyett a kisállat (pet). Az értelmezés pedig azt jelenti, hogy nem szükséges mindent részletesen leírunk. Ahelyett, hogy felsoroljuk: *kimentem a reptérre, ellenőrizték a csomagomat, útleveletem, felszálltam a gépre, s hamarosan megérkeztünk Berlinbe*, elegendő annyit mondani, hogy *elutaztam Berlinbe*. Ugyanis az ilyen összetettebb akciók elemei ismertek a hallgató számára is. A jelenség persze a szépirodalomban is ismert, UMBERTO ECO ad szemléletes példát róla, hogy mi-

<sup>26</sup> BELL, ALLAN: *The Language of News Media*, Blackwell, 1991. 56.

kor, mit lehet elhagyni egy szövegből. „Minden szépprózai mű szükségképpen és végzettszerűen gyors, mert az általa épített világban számtalan esemény és szereplő zsúfolódik össze, hát nem mondhat el mindent erről a világról. (...) Jókora bonyodalmat okozna, ha egy szöveg elmondana mindent, amit az olvasónak tudnia kell: sosem érne véget. Ha telefonálnék önnek és azt mondanám: A sztrádán megyek, egy óra múlva ott vagyok, akkor nem várná el tőlem, hogy hozzátegyem, autóval megyek a sztrádán.”<sup>27</sup> A makroszabályok ellentétei a specifikáló szabályok. Ezek segítségével jutunk el a szöveg alsóbb szintjeire, ahol részletezik az esetet, bemutatják a résztvevőket, a komponenseket, a helyszínt, a következményeket és az időpontot. A folyamat kognitív oldala az, hogy amikor az emberek végigolvasnak egy szöveget, akkor a makroszabályok segítségével kiszűrjük annak tartalmát, s felépítik a maguk makrostruktúráját.

A diskurzus globális szerkezetét a szuperstruktúra mutatja meg, mely hierarchikus szabályozott kategóriák sorozatából áll. (Tehát kategóriákat és szabályokat egyaránt tartalmaz.) A hírek szuperstruktúrája a következő kategóriákat tartalmazza: összefoglalás, epizódok, következmények, verbális reakció, és VAN DIJK ide sorolja az értékelést is. Ezek a kategóriák a szövegben újrainthatóak. Az összefoglalás vezércímből (headline) és leadből áll. A vezércím megelőzi a leadet, s mindkét kategória megelőzi a hír többi elemét. Feladatuk a hír fő témájának kifejtése. Vizuális szempontból elmondható, hogy mindkettő vastagon szedett, s több hasábot fog át. A vezércím betűmérete pedig nagyobb, mint a hír többi részéé. Az összefoglalást követő történet a szituáció leírásából és az értékelésből áll. A szituációba beletartozik az epizód vagy epizódok és a háttér. Az epizód tovább bontható fő eseményre és következményre, a háttér pedig környezeti / kontextuális részre és történeti részre. A kontextusba beletartoznak a körülmények és a korábbi események. A kommentár további részekre bontható: a verbális reakcióra és a konklúzióra. VAN DIJK a konklúzió belül megkülönbözteti a várakozásokat és a kiértékelést. (Ezen persze nem az újságíró kommentárját, értékelését kell értenünk, hanem az ügyhöz hivatásuknál fogva hozzászólókéét. Például egy brutális gyilkossági ügyhöz hozzászólhat egy kriminálpszichológus.)

## **2.2. A magyar kutatások feltérképezése**

A magyar nyelvű kutatások rendszerének bemutatásához megtartottam azokat a kereteket, illetve kategóriákat, amelyekkel a nemzetközi vizsgálatokat rendszereztem, de jó pár kiegészítést tettem, hiszen a két felosztás nem feleltethető meg egy az egyben egymásnak. A magyar kutatások egyes területen gazdagabbak, más területek viszont kevésbé kidolgozottak.

### **2.2.1. Leírások a sajtóhírekről, melyek nem tartoznak a tudományos diskurzus körébe**

**2.2.1.1. Anekdotikus természetű leírások.** A legismertebb ilyen jellegű magyar nyelvű írás BOLGÁR GYÖRGYTŐL származik, aki *A New York Times story* címmel írt könyvet a világ egyik legjelentősebb napilapjáról, élményszerűen, olvasmányosan.

---

<sup>27</sup> ECO, UMBERTO: *Hat séia a fikció erdejében*, Európa Kiadó, Budapest 1995.

**2.2.1.2. Dokumentarista beszámolók.** Az általam ismert anyagok közül azokat vettem ebbe a kategóriába, melyek valamiféle statisztikai összegezést adnak az egyes hírműsorokról, lapokról, az egyszerű számítások szintjén, hogy mely politikus hányszor szerepelt itt vagy ott, milyen arányban szerepelnek problémák vagy sikerek a hírekben. Vagyis ezek a beszámolók nélkülözik azt az alaposságot, amelyet egy tisztességesen végigvitt tartalomelemzés adna. Néhány általam ide sorolt cikk. (Csak érdekességként említtem, hogy ezekben a beszámolóiban általában Epsteinre hivatkoznak a nemzetközi irodalomból, pont arra, aki VAN DIJKnél áll példaként a dokumentarizmusra.) BECK LÁSZLÓ néhány írását<sup>28</sup> soroltam ide, rövid, néhány szempontos beszámolók, elemzések ezek. Jellemző, hogy elsődleges közlési helyük általában egy napilap. Van köztük esettanulmány is, például Galló Béláé, aki *Szomorú vasárnap* címmel, a Bokros-csomag médiában való bemutatását tárja elénk. Jellemző ezekre az írásokra, hogy viszonylag rövidiek, az adott / elemzett helyzet kontextusával keveset törődik, s a vizsgálat módszertani háttéréről sem esik sok szó bennük.<sup>29</sup>

## 2.2.2. Szociológiai megközelítése a sajtóhíreknek

**2.2.2.1. Szervezetszociológiai vizsgálatok.** Ehhez a körhöz sorolnám KISS ZSOLT PÉTERT, JENEI ÁGNES<sup>30</sup>, akik a magyar hírkészítést úgy vizsgálták, hogy a szervezetbe ágyazottságra koncentráltak, a szerkesztőségi munkára. Kitérnek ezek a kutatások a külföldi vizsgálatok eredményeinek bemutatására, felfedve a hírgyártás rendszerében lévő, de „nem szándékos, akarattalan” torzításokat, mely a rutinná vált hírszerkesztés során néha elkerülhetetlen. Ezek a szervezetszociológiai vizsgálatok igyekeznek feltárni a hírkészítési folyamatban résztvevők kompetenciáit, szakmai kultúráját, s ami még lényegesebb, ezen elemek és a kész hírtermékek között igyekeznek kapcsolatot teremteni. Ugyancsak ezzel a témával foglalkozik TAMÁS PÁL is, ám konkrét történelmi helyzetre ágyazva, s a leírásán túl ő is relációkat keres a kutatásban. Ilyen elemekre tér ki, mint például: van-e kapcsolat a lapok politikai-gazdasági környezete és az újságírók belső mozgásteré között. Kimutatható-e kapcsolat a lapok piaci helyzete és a szerkesztőségekben való autonómia változásai között? Egyes ügyek intézése mennyire rutinszerű, illetve egyedi, „alku” kérdése. TAMÁS PÁL<sup>31</sup> a szervezeten belül a főszerkesztői szerepeket veszi sorra és tipizálja, mint a rendszer egyik legfontosabb elemét.

**2.2.2.1. A hírérték-kutatások.** A hírérték-kutatásokat tulajdonképpen a szervezetszociológiai vizsgálatok egyik leágazásának is tekinthetjük. A lapszerkesztők, akik kapuőrként viselkednek, s szelektálnak a hírek közül, ezt szakmai hitük alapján az események

<sup>28</sup> BECK LÁSZLÓ: Szakadék a közvélemény és a tájékoztatás között. In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*. Új Mandátum Kiadó, 1998. 11-15. Uő.: Kormányútlúság a hírműsorokban. In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*. Új Mandátum Kiadó, 1998. 21-27. Galló Béla: *Szomorú vasárnap*, a cikk a Bokros-csomag médiában való bemutatását tárja elénk. (In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*. Új Mandátum Kiadó, 1998. 146-151.)

<sup>29</sup> GALLÓ BÉLA: *Szomorú vasárnap*, a cikk a Bokros-csomag médiában való bemutatását tárja elénk. In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*. Új Mandátum Kiadó, 1998. 146-151.

<sup>30</sup> JENEI ÁGNES: A tévéhíradók szervezetszociológiai vizsgálata. In: *Jel-Kép*, 1999/4. 63-73.

<sup>31</sup> TAMÁS PÁL: A hatalmi viszonyok átalakulása a szerkesztőségekben. In: TERESTYÉNI TAMÁS (szerk.): *Médiakritika*, Osiris Kiadó, 1997. 92-107.

hírértékétől függően teszik. Tulajdonképpen a hírérték tesz egy szöveget hírré. Megfogalmazhatunk egy szöveget a hírszerkesztés szabályainak, formai követelményeinek megfelelően (5W + H), de ha nincs hírértéke, sosem fog megjelenni. Például: Józsi bácsi tegnap délután virágot öntözgette dorozsmai kiskertjében.

A hírértéket többen próbálták már definiálni, az újságíró szempontjából olyan műveleti szabályok együttes érvényesítése, amely a valóság szférájának tükrözését eredményezi. A szociológiai szakirodalom kevésbé idealisztikusan fogalmaz: a hírérték a hírszelekció vélt professzionális kritériuma.

Úgy tűnik, hogy ez az egyik legnépszerűbb irányzat a kutatásokban, az egyik első, szigorúan szakmai leírást KISS ZSOLT PÉTER jegyzi, bemutatja egyrészt a felsorolást tartalmazó irányzatokat (milyen momentumok befolyásolják a hírérdemességet), másrészt utal más szociológiai megközelítésekre, MOLOCH – LESTER-féle leírására a hírérték-kérdésnek. Ezt a részt egyrészt azért emeltem ide, s nem a nemzetközi kutatásoknál tértem ki rá részletesebben, mert nem akartam ily módon megbontani a tartalmat, másrészt így jobban követhető, hogy a témában megszólaló magyar kutatók, illetve gyakorló újságírók melyik irányzathoz tartoznak. Nézzük meg részletesebben ezt a területet, már csak az anyagbőség miatt is!

A hírértéket befolyásoló tényezőket három fő csoportba sorolják: az esemény jellegéhez kapcsolódó, a hírfolyamatban és a hírszövegben lévő érték.

Az esemény jellegéhez kapcsolódó, hírértéket befolyásoló tényezők:

- A normasértés foka, a negativitás mértéke.
- Azonnaliság: az idő alapidimenziója a híreknek.
- Közelség: ez lehet kulturális, földrajzi, pszichológiai vagy ideológiai. Az utóbbira jó példa, hogy egy földrengésről szóló alaszakai hír fontosabb egy földrengéstől gyakran sújtott területen, mint másutt.
- Megegyezés, összhang: a történet ilyenkor megfelel annak a preconcepciónak, amit arról a szociális csoportról vagy nemzetről gondolunk. A latin-amerikai kormányokról és puccsokról szóló híreket szokás ide sorolni.
- Meglepetés, a történet váratlan volta: a postás megharapja a kutyát klasszikus példája. A lapolvasó nem arról akar információt kapni, amit már amúgy is tud, hanem arról, amit még nem.
- Szuperlatívuszok: valaki vagy valami a „leg” a maga kategóriájában.
- Relevancia: van hatása az olvasók életére, ide főleg a gazdasági hírek tartoznak.
- Elit: hírességekről szóló hírek. Az amerikai tankönyvek ezt így fogalmazzák meg: „Names make news. Big names make bigger news.”

Érték a hírfolyamatban:

- Folyamatosság: egy hosszabb eseményről folyamatosan küldenek híreket. Elhelyezik az események rendjében.
- Megjósolhatóság.
- Verseny: minden hírösszeállítás exkluzív akar lenni.

## Érték a hírszövegben:

- A hírek stílusának hatása van a hírértékre: érthetőnek, világosnak, rövidnek és színesnek kell lennie az írásnak.

Ezek a tényezők persze nem függetlenek egymástól, hanem kumulálhatnak, s így erősíthetik egymást.

VAN DIJK szerint a hírértéket alakító tényezők zöme gazdasági (a hírközlő médium mint cég profitorientált) jellegű, ugyanakkor erősen kötött a hírgyártási rutinhoz, automatizmusokhoz is. Összességében azt mondhatjuk, hogy a hírérték gazdasági, társadalmi és ideológiai értékeket tükröz.<sup>32</sup> Ez az egyik domináns nézetrendszer a hírértékről. A magyar nyelvű híradók szerkesztői többségükben ezt vallják. (Idézve egy kerekasztal-beszélgetésből: Hardy Mihály: (...) minek alapján döntitek el, hogy mi kerül a napi adásba? / Bárdos András: – Kizárólag a hírérték alapján. A hírérték egy sorozat, hogy mi történt, kivel, mikor és hol, ennek a sorozata a hír. Az RTL híradóban más szempont nincs.<sup>33</sup>)

A másik, valamivel árnyaltabb és több szempontból közelítő irányzat az angolszász szakirodalomban HARVEY MOLOCH és MARILYN LESTER nevéhez köthető.<sup>34</sup> A két kutató azt állítja, hogy az események társadalmilag konstruálódnak, hírértékük nem objektív jellemzőikben rejlik. A tömegkommunikációs eszközök hírtartalma szerintük nem más, mint a hírterjesztők, hírösszeállítók és hírfogyasztók gyakorlati, célirányos és kreatív tevékenységének eredménye.

A hírterjesztők azok, akik egy esetet különlegesnek minősítenek, s ezzel megfigyelhetővé teszik mások számára. Például: miniszterelnök, köztársasági elnök, ezek titkárai, szövegírók. Érdekek húzódnak meg a mögött, hogy valami nyilvánosságra kerüljön, vagy ne. (Legdirektebb módon a PR és a politika területén.) Egy eseményt előidézni és a róla szóló hírt terjesztani, ugyanannak a folyamatnak két oldala. Bár a hírterjesztők általában a saját maguk előidézte eseteket terjesztik, beszámolnak mások ellentétes célú tevékenységeiről is. Például: egy ellenzéki honatya megvádol egy kormánytagot, hogy valamit el akar titkolni. (Gyanítom, hogy nagy átfedés van a tematizációs kutatásokban kezdeményezőként aposztrofált csoporttal.)

A hírösszeállítók a hírterjesztők által a nyilvánosság elé tárt események egy részét nyilvános eseménnyé alakítják. Például: újságírók, szerkesztők. A befolyásos hírterjesztőknek módjukban áll összehangolni saját (nyilvános) eseményszükségletüket a hírösszeállítókéval. Fontos mozzanat a folyamatban, hogy a hírterjesztők és a hírösszeállítók eseményszükségei között párhuzamok vannak. (Gondoljunk csak a TUCHMANNÉL idézett „news net”-re.)

Hírfogyasztók, akik hasonló módon viszonyulnak a tömegkommunikációs eszközök által rendelkezésükre bocsátott esetekhez, s egyfajta nyilvános időérzetet alakítanak

<sup>32</sup> VAN DIJK, TEUN A.: *News as Discourse*. Lawrence Erlbaum 1988. Hillsdale, New Jersey. 120.

<sup>33</sup> Mit mutat a média a magyar valóságról? Hírműsorok a mérlegen. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 183.

<sup>34</sup> MOLOCH, HARVEY – LESTER, MARILYN: A hír mint célirányos viselkedés. In: *Közlélméleti szöveggyűjtemény*, 123-154.

ki magukban. Ők is folytatnak eseményképző tevékenységet, de a rendelkezésükre álló esetkészletet csonkított, s ráadásul nem tudnak híreket „sugározni”.

Az eseményképzés folyamatát a szerzők a következőképp írták le. Az eset észlelése, jellemző jegyeinek összeállítása – beillesztik az előzmények és a jövőben várható események kontextusába. Az egyes esetek aszerint válnak eseménnyé, hogy mennyire hasznosak a tapasztalataikat egy konkrét alkalommal rendezni próbáló egyén számára. Néhány esemény bizonyos mértékben a társadalmi világ részévé tárgyiasul, és a jövőbeli események konstruálódásának válik forrásává. Ezen nyilvános események fogják felépíteni a nyilvános időt.<sup>35</sup> A nyilvános események konstruálása során az eset egy sor intézményen halad keresztül. Itt mindig az előző csoport munkája lesz a nyersanyag. S ez előrevetíti, hogy a későbbi intézmények mit fognak belőle készíteni. Ezen folyamat alapján a szerzők kidolgoztak egy eseménnytípológiát. Négyféle alapeseményt különböztetnek meg a következő két szempont alapján:

- Az esemény mögötti történés szándékos vagy nem szándékos emberi tevékenység útján jött létre.
- Ugyanaz a fél segítette-e elő az eset eseménnyé válását, aki eredetileg is előidézte a történést, amelyre az esemény épül.

Ez alapján beszélhetünk: rutin eseményekről, véletlenekről, botrányokról és váratlan pozitív eseményekről. Kérdés akkor merül fel, ha kétféle használatmód van, ilyenkor kérdésessé válik, hogy mi történt valójában, küzdelem indul meg az eset természetének értelmezésében. (Mindez azt jelzi, hogy az esettel kapcsolatban ellentétes eseményszükségletek vannak a társadalomban. Később ide kell csatolnunk a szociális reprezentáció eseteit.)

1. Rutin események: az esemény mögötti történés szándékos emberi tevékenység útján jött létre. Ugyanaz a fél segítette elő az eset eseménnyé válását, aki eredetileg is előidézte a történést, amelyre az esemény épül.

2. Véletlenek: az esemény mögötti történés nem szándékos emberi tevékenység útján jött létre. Nem ugyanaz a fél segítette elő az eset eseménnyé válását, aki eredetileg is előidézte a történést, amelyre az esemény épül. Ilyenek akkor történnek, ha a valaki elszámítja magát, s a megszokott rend felborul. A véletlenek betörnek a szokásos hírpályákra. Eredménye ellentétes, mint a rutin eseményeké: éppen azok szeretnék elhallgatni, akik a rutin események irányítását a kezükben tartják.

3. Botrányok: az esemény mögötti történés szándékos emberi tevékenység útján jött létre. Nem ugyanaz a fél segítette elő az eset eseménnyé válását, aki eredetileg is előidézte a történést, amelyre az esemény épül. Ezek is rejtett dolgokat tárnak fel, itt is az elitnek van erős pozíciója.

4. Váratlan pozitív események: az esemény mögötti történés nem szándékos emberi tevékenység útján jött létre. De megpróbálják úgy beállítani, mintha szándékos lenne. S ezért nehéz felismerni. Ugyanaz a fél segítette elő az eset eseménnyé válását, aki eredetileg is előidézte a történést, amelyre az esemény épül.

---

<sup>35</sup> A szerzőpáros a nyilvános időről a következőket mondja: a kollektív élet azon dimenziójában fontos, amelyen keresztül az emberek eljutnak a perceptuálisan közös és tagolt múlthoz, jelenhez és jövőhöz.

Arra több magyar szerző is utal, hogy speciálisan a magyar médiahelyzetben sem beszélhetünk a hírértékek „vegytiszta” működéséről. A feldolgozott anyagokból két út tisztázódott, az egyik, ha a gazdasági érdekekre tekintettel a vezetőség átáll kézi vezérlésre. Vagy egy lap, csatorna dönt úgy, hogy olyan módon módosítja a maga hír definícióját, hogy belefértjenek a más médiumokban esetleg mellőzött vagy háttérbe szorult elemek. Lássunk ezekre példákat, először a gazdasági érdekekre:

HORVÁT JÁNOS tollából: „A piaci faktor felerősödése azonban jelentősen megváltoztatja a döntéseket. A lapok függenek az olvasók számától, a tévék a nézőszámtól, és elemi érdekük a közönség növelése. (...) Háttérbe szorulnak a szakmai-etikai érvek, és mindent elsöpörhet az üzleti érdek.”<sup>36</sup>

KOTROCZÓ RÓBERT: „Egy adott orgánium hírszelekciója függhet a médium tulajdonosi szerkezetétől is. A tulajdonos / támogató stb. ugyanis többféle módon beavatkozhat a médium híreinek a szerkesztésébe. *Poszítív* a beavatkozás, ha a tulajdonos, többségi résztulajdonos stb. azt mondja meg, hogy érdekének megfelelően milyen információ kerüljön még be a hírek közé. Ezek lehetnek gazdasági, politikai vagy kulturális hírek. *Negatív* a beavatkozás, ha a tulajdonos / támogató érdekének megfelelően bizonyos hírek és információk kimaradnak a műsorból.”<sup>37</sup>

A másik út a hír klasszikus definíciójának átirása, erre Kereszty Gábortól hozok példát: „Nálunk a tv2-nél az a hír, amiről az emberek beszélnek vagy beszélniük kell. (...) létezik egy műfaj, (...) az infotainment. A tv2, a *Tények* vállalja, hogy szórakoztató hírműsört készít.”<sup>38</sup>

**2.2.2.3. Tematizációs kutatások.** Az agenda-setting elméletén alapuló magyarországi vizsgálatokat soroltam ide, nem túl hosszú, de egyre ígéretesebb sor. TERESTYÉNI TAMÁS írását említeném először – melyet címe alapján a következő kategóriába is sorolhattam volna, de úgy érzem, inkább ide tartozik – *A televíziós tájékoztatás és a közönség*.<sup>39</sup> Ebben a híradók napirendjét tárja fel 1994-ben, illetve azt, hogy a közönségnek mi a napirendje, s miként látja a befogadói oldal a televíziós agendát. *A televíziós híradók kínálata és a közönség* címmel született írása pedig ezt a kutatást ismételte meg 1997-ben.<sup>40</sup>

A legfrissebb s legtöbbet mondó kutatások TÖRÖK GÁBORTÓL származnak, a tanulmányok már konkrét magyar felméréseket tartalmaznak, bemutatva a módszertani hátteret.<sup>41</sup> Sőt elméleti újdonságokat is hoz a szerző, amikor a média a parlament, illetve a

<sup>36</sup> HORVÁT JÁNOS: *Etika, jog, újságírás, média*. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 53.

<sup>37</sup> KOTROCZÓ RÓBERT: *A hír kritériumai. Politikai napirendek a televíziós hírműsorokban*. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 151.

<sup>38</sup> Mít mutat a média a magyar valóságról? Hírműsorok a mérlegen. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 184.

<sup>39</sup> In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*, Új Mandátum Kiadó, 1998. 89-101.

<sup>40</sup> In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*, Új Mandátum Kiadó, 1998. 115-123.

<sup>41</sup> TÖRÖK GÁBOR: (2000.) *Politikai napirend, 1999*. In: KURTÁN SÁNDOR – SÁNDOR PÉTER – VASS LÁSZLÓ (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2000*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 94-103. TÖRÖK GÁBOR: (2001.) *Politikai napirend, 2000: az*

közvélemény napirendjét egymással érintkező halmazokként fogja fel és ábrázolja. Hat napilap és egy hetilap híreit elemzi TÖRÖK GÁBOR egy évnvi anyagon, s nyolc változó alapján osztályozza a híreket: az írás mérete, az ügy felmerülésének időpontja, a kezdeményezője az ügy publicitásának, a reagáló, illetve a vesztese az ügynek, az aréna, ahol a vita zajlik, típuson belül három alcsoportot képez – materiális, szimbolikus, botrány –, s utolsóként a szakpolitikai besorolás alapján osztályoz. (A 2000-es kutatásban a vesztes elmaradt, helyette a kiterjedés kategóriát választotta a szerző.) Így a kutató mind az 1999-es, illetve a 2000-es évre elkészítette, felvázolta a magyar politikai élet tematizációs trendjeit.

**2.2.2.4. A közönség-kutatás.** Ezen a területen találkozunk magyar nyelvű módszertani írásokkal ZELENAY ANNA<sup>42</sup> tollából, ahol az érdeklődő olvasó megtalálhatja, hogy mit mérnek, mit lehet mérni egy piaci alapú közönségkutatásban: elért közönség, nézettség, a közönség aránya, affinitása stb. Ugyanakkor az újságolvasókat is elemzik ily módon a különböző média- és piackutató intézetek. Megjelentek konkrét híradóközönség-kutatásokkal is: ANGELUSZ RÓBERT – TARDOS TIBOR: *A televízió politikai műsorai és a közönség.*<sup>43</sup> A tanulmányból kitűnik, hogy a hírműsorokat néző közönség mindössze a népesség egyhatodát-egyhetedét alkotja, az intenzív politikai tájékozódás a férfiakra inkább jellemző, az idősebb s iskolázottabb korosztály a domináns, ugyanakkor a pártelköteleződés jóval „halványabban” tetten érhető. Ugyanakkor a közönség-kutatások átolvasásakor nem találkoztam az újságolvasói szokásokat alaposan bemutató, ismertető írással, csupán néhány közhelyszerű megjegyzésbe fut bele az ember, mint például cím-olvasás stb.

### 2.2.3. A hírek ideológiai elemzésétől a tartomelemzésig

**2.2.3.1. Politika, politikai kontroll a hírekben.** A történelmi múlt kapcsán ez igen jól bemutatható a magyar médiaviszonyokban és sajtóhírekben. Hogy most csak a frissebb kutatásokat említsem: MÁDL ANDRÁS – SZABÓ DÁVID<sup>44</sup> szerzőpáros a rendszerváltás után (1997 – 98-ban) vizsgálta a politikai pártok médiahasználatát. Kutatásuk kétirányú volt. Egyrészt azt elemezték, hogy a különböző politikai erők képviselői milyen arányban és milyen módon kaptak szereplési lehetőséget a legfontosabb hírműsorokban, illetve hogy a megjelent hírek hol helyezhetők el egy siker / kudarc dimenzióban. KROKOVAY ZSOLT<sup>45</sup> pedig a politikai hír mibenlétét próbálja körülírni, egyben kritikával illetve azon hírműsorokat, amelyek erről mást gondolnak. A szerző úgy véli, a politikai hír

---

egyiknek sikerül, a másiknak nem. In: KURTÁN SÁNDOR – SÁNDOR PÉTER – VASS LÁSZLÓ (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 2000.* Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány, 132-147.

<sup>42</sup> ZELENAY ANNA: A televízió közönségének mérőműszeres vizsgálata. In: TERESTYÉNI TAMÁS (szerk.): *Médiakritika*, Osiris Kiadó, 1997. 141-157.

<sup>43</sup> ANGELUSZ RÓBERT – TARDOS RÓBERT: *Médiakritika*, Osiris – MTA – ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 1997. 203-225.

<sup>44</sup> MÁDL ANDRÁS – SZABÓ DÁVID: A kormányok mennek, a média marad. In: *Jel-Kép*, 1999/1. 19-33.

<sup>45</sup> KROKOVAY ZSOLT: A tévéhíradó feladata. In: TERESTYÉNI TAMÁS (szerk.): *Médiakritika*, Osiris – MTA 1997. 71-79.



nem cserélhető fel a politikusokkal történt hírekre, a politikai hír nem lehet „szociológiai egyperces”, valamint nem lehet politikával kapcsolatos magazinhír sem. KROKOVAY azokat a híreket is kizárja a politikai hírek köréből, amik a szerkesztő, riporter, úgymond átadja a mikrofont a kormányzóvivőnek.

**2.2.3.2. Az erőszak kérdése a hírekben.** A legismertebb magyarországi szakértője a témának CSÁSZI LAJOS, a kérdésről tematikus számot jelentetett meg a *Replikában* (*Replika* 35. 1999. április), saját álláspontját így összegzi: „(...) tekinthető az erőszak nyilvános tematizálása a társadalom morális rendjéről szóló modern vitának.”<sup>46</sup> Kulcskérdés, hogy mit tekintenek televíziós erőszaknak, s a tágabb mezőbe belesorolják a katasztrófákat<sup>47</sup>, az erőszakos cselekményeket bemutató híreket is. CSÁSZI azonban az erőszakvitában fontos különbségekre világít rá, úgy véli, a rendőrségi, bírósági hírekben mindig egyes személyek az áldozatok, a normasértés motívumai tudatosak és szándékosak. Valamint a hírek tartalmazzák a közösség ítéletét kifejező büntetést is. A katasztrófák által bemutatott drámák azért is szerencsések CSÁSZI szerint, mert remekül beilleszthetők különféle általános mítoszokba, miszerint a világ veszélyes és kiszámíthatatlan hely. Ugyanakkor amellet is érvel, hogy a hírek műfaji sajátosságai befolyásolják a katasztrófák mindennapi konstrukcióját. A drámaiság retorikai igényéből fakadóan mindig úgy mutatják be, úgy ábrázolják a katasztrófákat, mint váratlan és különleges események. Holott a statisztikai valószínűségük elég gyakori.

**2.2.3.3. Kisebbségek kutatása, nők a hírekben.** A magyarországi kisebbségek közül a romák és a média kérdése a legkutatottabb, a többieké elhanyagolható. Egyre szélesebb körű felmérések készülnek, de egyelőre csak rövidebb tanulmányok láttak napvilágot, hiányzik egy nagyobb összefoglalás. Ilyen például MESSING VERA: *Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben*<sup>48 49</sup>, ahol 1996-97-ben vizsgált meg napilapokat, s a tartalomelemzés kimutatta, miként jelenik meg a cigányság mint csoport a média híreiben (konfliktusok által övezett csoport, politikai entitás, kulturális közösség), illetve milyen szerepekben láthatjuk a cigány embert. Fontos megfigyelése még MESSING VERÁNAK, hogy a cigány szereplő általában néma, és a „sajtó ritkán mutat be olyan kisebbségi személyeket, akik a társadalom integráns, aktív szereplőiként és nem kizárólag kisebbségi szereplőként láthatók.”<sup>50</sup>

Nőkkel foglalkozó elemzés igen kevés született, elszórta jelennek meg, megállapítva, hogy a nők is általában „vágóképként” szerepelnek. Szerepeiket, melyekben reprezentálnak, általában a feleség, anya, szerető hármasságban lehet megrajzolni. Ha egy férfi megszólaló mellett szerepelnek a hírből, akkor általában a nő a beosztott, a hierarchiában alacsonyabb szinten álló személy.<sup>51</sup>

<sup>46</sup> CSÁSZI LAJOS: Tévéerőszak és populáris kultúra: a krimi mint morális mese. In: *Replika* 35. 21-43.

<sup>47</sup> Uő.: Katasztrófák médiareprezentációja. In: *Jel-Kép*, 1999/3. 17-31.

<sup>48</sup> In: *Jel-Kép* 1998/4. 77-93.

<sup>49</sup> Uő.: *Romák szegregációban, sajtó az előítéletek gettójában*. In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*, Új Mandátum Kiadó, 1998. 205-211.

<sup>50</sup> I. m.: 90.

<sup>51</sup> ARGEJO ÉVA: *Hímnem, nőnem, a médium nem semleges*. In: ARGEJO ÉVA (szerk.): *A jelentések könyve*, Új Mandátum Kiadó, 1998. 173-180.

Egy magyar kutató, HAMMER FERENC hívta fel arra a figyelmet, hogy a kisebbségekkel együtt kellene megvizsgálni a szegények médiareprezentációját is, hisz esetükben is egy kiszolgáltatott csoportról van szó. A szegénységgel kapcsolatos hírek „nemigen különböznek a 19. századi gyarmati expedíciók krónikásainak etnocentrikus antropológiai munkásságától, amikor az *objektív* jegyzetkészítő és rajzoló az otthon maradt nyugati közönség tekintetét magával hozva osztályozta, értékelte és írta le a vadakat.”<sup>52</sup> Nagy a hiátus ezen a téren a hírkutatásban, különösen azt is figyelembe véve, hogy ez a fajta torz reprezentáció hatással van a társadalom szegénységképére, a szolidaritásra stb.

**2.2.3.4. Szisztematikus tartalomelemzés.** Számos tartalomelemzési munka jelent meg az elmúlt tíz-tizenkét évben, általában egy-egy évre kiterjedő vizsgálatok ezek, a *Jel-Kép* évről évre teret ad ezeknek a beszámolóknak.<sup>53</sup> Szerepelnek bennük geopolitikai statisztikák, hogy mely intézmény, hányszor szerepelt, a férfi-nő arány is megtalálható, témakörök, majd ezek elhelyezése egy siker-kudarc tengely mentén. S természetesen elmaradhatatlan a pártok szerepeltetésének elemzése is.

**2.2.3.5. Szemiotikai elemzések.** Kevés mű jelent meg ebben a témakörben, JÓ BALÁZS írására<sup>54</sup> utalnék, aki egy rövid összefoglalást adott arról a képi beszédmódról, mellyel a hírek vizuális része készül. Ugyanakkor elemezte is az 1998-as választások kampányidőszakában használt kódokat. Véleménye szerint a televíziós kód nagymértékben elszegényedett – jól bejárt utakon halad, melyek megkönnyítik a dekódolást – többnyire a leíró-elbeszélő szintagmával él. Néha találkozhatunk közelképekkel is, főként a hátrányos helyzetűekről szóló hírekben, mikor is ez a kameraállás az együttlérés felkeltését segítheti. Rendkívül érdekes lenne ezeket a szemiotikai vizsgálatokat más módszertani megközelítéssel együtt alkalmazni.

**2.2.3.6. A hírgyártás folyamatának gazdasági elemzése.** Magyar területen egy nagyon átfogó és alapos tankönyv a meghatározó és említésre érdemes, a GÁLIK MIHÁLY jegyezte *Médiagazdaságtan I-II.* (Aula Kiadó, 1997.). Ez a tankönyv gyakorlatilag minden fázisában nyomon követi a termék (hír) előállítását, terjesztését, leírja a piaci tudnivalókat, s külön kitér a (hír) árú speciális voltára is.

## 2.2.4. Szövegtani elemzések, diskurzuselemzés

A magyar nyelvű anyag a hírkutatás ezen területén igen gazdag, bár első ránézésre az a benyomásom, hogy az utóbbi öt évben mintha visszaesett volna az addigi lendület.

**2.2.4.1. Módszertani munkák** éppúgy születtek, (lásd RÓKA JOLÁN: 1983.), mint mély és alapos kutatások, kötetekben, főleg szövegszerkezeti kérdésekről (BÉKESI IMRE: 1982., RÓKA JOLÁN 1986.). S számos kisebb területet feldolgozó tanulmány, melyekre

---

<sup>52</sup> HAMMER FERENC: A szegénység a médiában. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS: *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 2001. 207-218.

<sup>53</sup> Példul: *Jelentés a közszolgálati műsorok tartalomelemzéséről* (In: *Jel-Kép* 1997/2. 5-23), MÁDL ANDRÁS – SZABÓ DÁVID: *A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata 1999-ben* (In: *Jel-Kép* 2000/1. 23-43), MÁDL ANDRÁS – SZABÓ DÁVID: *A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata 2000-ben* (In: *Jel-Kép* 2001/1. 18-42), NYILAS GYÖRGY: Összehasonlító elemzés az MTV1 és a Tv2 esti, főműsoridős híradóiról (In: *Jel-Kép* 2000/4. 59-87).

<sup>54</sup> JÓ BALÁZS: A hírműsorok képi retorikája (In: *Jel-Kép* 1999/3. 101-111).

csak röviden utalnék, vannak köztük a hírek címeiről szóló írások, a szövszerkezeteket, szókinccset vizsgálók.<sup>55</sup>

Ugyanakkor a szövegtani kutatások jóval kisebb része készült arról a területről, amelyet VAN DIJK a „folyamat” résznek nevez a diskurzusból, közülük érdemes kiemelni SÍKLAKI ISTVÁNÉT, aki a hírcímeket úgy tipologizálja, hogy feltárja a megértésük során / alatt működő szociálpszichológiai folyamatokat is, s végül a grice-i együttműködési elvek alapján tipologizálja a címeket.

Ezen a területen, a diskurzusnak arra a részére koncentrálva, mely a mentális feldolgozást, esetleg észlelést is figyelembe veszi, van még tennivaló a hírkutatásban.

### 3. Új irányok és lehetőségek a hírkutatásban

#### 3.1. Szociális reprezentáció

Az irányzat magyarországi bemutatása LÁSZLÓ JÁNOS nevéhez fűződik (LÁSZLÓ JÁNOS: 1999., LÁSZLÓ JÁNOS – VIEHOFF, REINHOLD: 1994.). A szociális reprezentáció folyamataival kapcsolatban a legérdekesebb, hogy a szociális reprezentáció elmélete remek eszközt ad a kezünkbe a szerkesztőségek működésének magyarázatával kapcsolatban. Hiszen mennyire érdekes, hogy míg a világ az „objektív” újságírás / tudósítás eszméjétől hangos, addig objektív újságot igen nehéz találni, talán nincs egy sem, amelyről ne tudnánk megmondani, melyik politikai oldalon áll, s nem csupán a vezércikkek, a publicisztikák, egyszóval a véleményműfajok miatt. (S ez nem magyar specifikusság.) A szociális reprezentáció annyiban ad magyarázatot erre, hogy kulturális közösségnek véve a szerkesztőséget, egy új újságíró, tudósító előbb-utóbb bekapcsolódik a csoport (szerkesztőség) kulturális hagyományaiiba, vagy ha ezt nem tudja megtenni, akkor odébbáll. A tudósító a lehorgonyzás(ok) során megtanulja, miként kell osztályoznia és megneveznie, hogy azzal sikeresen bekapcsolódjék a „csoport kulturális hagyományaiiba”, ahol később „e hagyományok folytatója lesz”<sup>56</sup>. S ide kapcsolódhat az a jovichelovich-i állítás, miszerint ez a folyamat egy identitásállítást is magában foglal.<sup>57</sup> Ezzel, ha úgy tetszik, egy fél lépéssel előrébb helyeztem a valóság mint konstrukció létrejöttét, az újságírói szerkesztőségek világába. „Amiben a szociális reprezentáció valóban újat hozni látszik, az a szerveződés tartalmára és a szerveződés elveinek szociális eredetére, röviden a szociális konstruálás folyamatára irányuló figyelem.”<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> A teljesség igénye nélkül néhány: FÖLDI IVÁN: 1983. *Címzetlen közlemény*. In: *Jel-Kép* 1983/2. 99-102; GRÉTSY LÁSZLÓ – KEMÉNY GÁBOR: 1983. *Címek a mérlegen*. In: *Jel-Kép* 1983/2. 106-115; KEMÉNY GÁBOR: 1985. *Kép és kommunikáció*. In: *Nyelvészet és Tömegkommunikáció I-II*. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest, GRÉTSY LÁSZLÓ (szerk.) *Membrán könyvek II*. 119-205, 1989. *Milyen címen?* Címzavakban a sajtónyelvi címadásról. In: *Szaknyelvi divatok*, Gondolat, 101-134; PLÉH CSABA – TERESTYÉNI TAMÁS: 1980. *Újságcímek – az olvasó szemével*. In: *Jel-Kép* 1980/2. 113-117; SÍKLAKI ISTVÁN: 1997. *A főcímek demagógiája*. *Jel-Kép* 1997/2. 97-112.

<sup>56</sup> LÁSZLÓ JÁNOS: *Társas tudás, elbeszélés, identitás*. Kairosz, 1999. 19.

<sup>57</sup> LÁSZLÓ JÁNOS: *Társas tudás, elbeszélés, identitás*. Kairosz, 1999. 101.

<sup>58</sup> LÁSZLÓ JÁNOS: *Társas tudás, elbeszélés, identitás*. Kairosz, 1999. 30.

Tulajdonképpen TAMÁS PÁL is hasonló megfigyeléseket tesz, a tematizációs cikkekben: „Létrejönnek-e mindeközben sajátos, csak az adott szervezetre jellemző szerkesztőségi (esetleg kiadói) ideológiák? Hogyan definiálódnak újra a *mi* és az *ők* közötti határok...?”<sup>59</sup>

A narratív szál is felbukkan a szociális reprezentációban, az egyik tételmondat: a történetek értelmezik számunkra a világot. S itt megint visszatérnek a szerkesztőségekben zajló hírszelektálásra. Nyilván a szerkesztő aszerint fogja beválogatni a híreket a lapjába, hogy azok megerősítsék az ő elgondolását a világról, hogy azok illeszkedjenek eddigi világértelmezéséhez (továbbra is hangsúlyozva, hogy ez az értelmezés a szerkesztőségi kultúrában gyökerezik), s kihagyja azokat, amelyek bomlasztanák a képet. Hiszen pontosan megvannak a motívumai annak, hogy miért éppen ezt a történetet mondja el, miért éppen ez az ember.<sup>60</sup>

Csak zárójelenen fűzném hozzá az elbeszélés által hordozott élmény jellegű reprezentációkhoz, hogy van egy sajtóműfaj (a hírműfaj családján belül), a tudósítás, amely kifejezetten ezt helyezi előtérbe, nevezetesen, hogy a tudósító a helyszínről olyan anyag / szöveget adjon, ami segíti a „beleélést”.

A szociális reprezentációs kutatások keretében meg lehet vizsgálni azt a kérdést is, hogy a műfaj már eleve létező séma vagy utólagos konstrukció. Az eddigi ismereteim alapján magam is több érvet látok a generatív jelleg mellett szólni. Az egyik ilyen a műfaji konvencióival való játék, s erre még a hír műfaj esetében is több irodalmi példát találunk. Az első Örkény István *Hír*<sup>61</sup> című egyperces:

„Ágyában dohányzott borsodbányai lakásán Haris Márton vájár. Miután végigszívta cigarettáját, lámpát oltott, falnak fordult és elaludt.”

A másik idézet UMBERTO ECOTÓ<sup>62</sup> való:

„Példa lehet az egyszerű formára Edward Lear limerickje is:

*Egy tisztos úr Peruban élt  
és odavolt a fasírtért,  
míg szeles neje  
őt sütötte bele,  
s odalett szegény a fasírtért.*

Próbáljuk elmondani ezt a történetet úgy, ahogyan a New York Times beszámolna róla: Lima, március 17. Tegnap Alvaro Gonzales Barretót (41 éves, kétgyermekes családapát, a perui Vegyipari Bank könyvelőjét) tévedésből belesütötte a fasírtba felesége, Lolita Sanchez de Medinacelli...”

<sup>59</sup> TAMÁS PÁL: A hatalmi viszonyok átalakulása a szerkesztőségekben. In: TERESTYÉNI TAMÁS (szerk.): *Médiakritika*, Osiris, 1997. 98.

<sup>60</sup> LÁSZLÓ JÁNOS: *Társas tudás, elbeszélés, identitás*. Kairosz, 1999. 60. (Nem szó szerint idézve.)

<sup>61</sup> Örkény István: *Egyperces novellák*. Palatinus Könyvek, 1998. 109.

<sup>62</sup> ECO, UMBERTO: *Hat séta a fikció erdejében*. Európa Könyvkiadó, 1995. 51.

A szociális reprezentáció kérdése azokban az esetekben is rendkívül fontos, amikor egy eset értelmezése a médiában és a társadalomban még nem jutott nyugvópontra, s úgymond „küzdelmek” indulnak azért, hogy kinek az értelmezését fogadják el, mely variációból és milyen társadalmi kör számára lesz olyan reprezentáció, amely már beépül a csoport kultúrájába. A napilapok hírszáma, különösen, hogy egy rendszerváltozás utáni időben vagyunk, bőven szolgáltat erre elemzendő példaanyagot.

### 3.2. Szemiotikai textológia

Ez az a szöveg, mely tekintettel van a kommunikációs szituációra, a szövegek fizikai megjelenési formájára éppúgy, mint a befogadókra. Ugyanakkor számol a szövegek létrehozása és befogadása folyamán használt tudás-, hipotézis- és preferenciarendszerek eredetére (elméleti szinten itt kapcsolódva a szociális reprezentációhoz). A szemiotikai textológia segítségével mód nyílna a korszakonként és egy korszakon belül is más-más hírszöveg-variánsok bemutatására. Magának a műfajnak a változását lehetne ezzel megmagyarázni, illetve a változást indukáló tényezőket.

Ehhez a ponthoz kapcsolódva nem hagyható ki a szövegek létrehozóinak, vagyis az újságíróknak a bemutatása, itt az újságírás mint szakma / szerep változásait lehetne megmagyarázni, hogy ez miként jelenik meg magukban a hírszövegekben. Ugyanakkor a szemiotikai textológia kerete módot ad a befogadók vizsgálatára, az ő értelmezési keretük, lehetőségeik számbavételére is.

Egy kis területen, a sajtóban megjelenő hírcímeket vizsgálva, a szemiotikai textológia eszközeivel az első magyar nyelvű hírlapnál (*Magyar Hírmondó*, 1780-88) épp „tetten érhető” az a pillanat, amikor a cím elválik a szövegtől. Illetve nagyon tanulságos, hogy milyen típusú címek válnak el, s melyek nem, pontosabban ebben a korszakban még nem. A *Magyar Hírmondó* tematizációs szempontját tekintve, a felvilágosítás volt az egyik legfőbb témastrukturáló elve. Amikor ennél a lapnál a következő címtípusokat, címkezdemény-típusokat elkülönítettem, akkor két szempontot vettem figyelembe: az egyik, hogy szövegszerkezeti szempontból felismerhető-e, elkülöníthető-e a cím a szöveg többi részétől, illetve hogy ez a cím tipográfiailag elválik-e a szövegtől vagy sem. Mindezt az 1. táblázat szemlélteti.

Azoknál a híreknél, amelyeknek nincs címük, csupán a rovatcím – *Belföldi tudósítások, Tudománybeli dolgok, Gazdaságbeli dolgok* – orientálja az olvasót. A *Magyar Hírmondó* esetében még a címek zöme ide tartozik. Tematikusan ezek az általános tartalmú belföldi hírek, gazdasági és tudományos hírek. Azok a címek, melyek szövegszerkezeti szempontból elkülönülnek, de tipográfiailag nem, lehetnek olyan címek melyek a hír származási helyére utalnak (2), például Kolozsvárról (...) Kémerről. A másikfajta már teljes mondat, s tematikus összefoglalást ad a hírről (3): Nagy Váradról ezt írták az időről.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> KÓKAY GYÖRGY (szerk.): *Magyar Hírmondó. Az első magyar nyelvű újság*, Gondolat Kiadó, 1981. 152.

Szövegszerkezeti szempontból van-e elkülöníthető címük a híreknek?	
Nincs (1)	Van
Tipográfiailag elkülönül-e a hírtől?	
Nem	Igen
A belföldi hír származási helyét jelöli (2)	A külföldi hír származási helyét jelöli (4)
Teljes mondat, mely a hír tartalmára utal belföldi hírek esetén (3)	(Teljes) mondat, de nem tartalmi összefoglalás, hanem figyelemfelkeltő vagy tematikus mezőre utaló cím
	a) Felvilágosító jellegű hírek (5)
	b) Tragédiák (6)
	c) Hadi hírek (7)

1. táblázat

Azoknál is, amelyek már nemcsak szövegszerkezeti szempontból, de tipográfiailag is elválnak a hírtesttől, találunk a hír származási helyét jelölő címeket (4), igen ám, de ezek külföldi hírek. Hogy miért van tipográfiai különbség a helymegjelölés tekintetében külföldi és belföldi származási hely között, azt gondolom, hogy míg a belföldi hírekre a tudósítói hálózaton belüli levelezés révén tettek szert – ez tükröződik mintegy nyomdailag is, vizuálisan is, mintha levelet kezdenének ezek a belföldi hírek –, addig a külföldi hírek más lapokon keresztül jutottak el a szerkesztőkhöz, több kézen át, s így bizonyos módon távolabb állnak ezektől a szövegektől.

Ugyanakkor megjelennek a mai értelemben vett, mind szövegszerkezeti, mind tipográfiailag elkülönülő mondatcímek (hiányos vagy teljes mondatok), de ezek sosem tartalmi összefoglalást adnak, hanem figyelemfelhívó, orientáló jellegűek. Három, markánsan megragadható téma köré csoportosulnak. Az első a felvilágosító jellegű hírek (5), melyekben babonák ellen, azok leleplezéséről írnak: *Hihetetlen dolog*<sup>64</sup> (cím), a hír pedig halottegetésről szól, a tetemet azért égették meg, mert visszajárt kísértetni, *A régi tudatlanságnak és babonaságnak némely maradványai*<sup>65</sup> (cím), a hír pedig arról szól, hogy boszorkányság miatt tartanak fogva egy öregasszonyt. A másik nagy tematikus csoport az emberi tragédiákról (6) szóló hírek, olyanok, amelyekben a morális szál nagyon erős, a cím erősen érzelmi oldalról közelített a hírhez. Például: *Kegyetlen történet*<sup>66</sup> (cím), téma: gyermekgyilkosság, *Szomorú történet*<sup>67</sup> (cím), s a hír arról szól, hogy a plébános nem temeti el az öngyilkosokat. *A nem ember*<sup>68</sup> című hír pedig egy négyszeres gyilkosról szól. A harmadik a külföldi hadi hírek csoportja (7), ezeknél mindig jelölik a külföldi

<sup>64</sup> *Magyar Hírmondó*, 1780. febr. 5.

<sup>65</sup> *Magyar Hírmondó*, 1781. jan. 24.

<sup>66</sup> *Magyar Hírmondó*, 1784. jan. 17.

<sup>67</sup> *Magyar Hírmondó*, 1784. febr. 21.

<sup>68</sup> *Magyar Hírmondó*, 1787. júl. 25.

rovaton belül, hogy hadi hírek. Például ilyenek: *Amerikában történt hadi dolgok*<sup>69</sup>, *Hadakozásról és békéletről való tudósítások*<sup>70</sup>, *Nem tréfa, hanem katonadolog*<sup>71</sup>.

Ennél az első magyar nyelvű lapnál még különösen jól látszik, hogy a címek típusainak, melyeket ma aszerint (is) elkülönítenek, hogy tartalmi összefoglaló vagy figyelemfelkeltő jellegük dominál-e inkább, más a gyökere, más a forrása. A tartalmi összefoglaló címek tényleg a szövegtestből válnak ki, s szakadnak le, s nem is tesznek mást, mint a tartalmi egészre világítanak rá. Ezzel szemben a figyelemfelhívó címek nem kötődnek olyan szoros szálakkal a hír belsejéhez, hanem inkább a tematikus mezőkre utalva sémákat mozgósítanak az olvasóban, vagy érzelmeit igyekeznek felkorbácsolni, illetve a hírlapírók nézőpontjára világítanak rá.

#### 4. Zárszó

A hír műfajt főbb kutatási irányzatai más-más módon definiálják. A szervezetszociológiai megközelítés az újságírók, hírszerkesztők mindennapi rutinjára koncentrál, s ebből eredezteti a műfaj sajátosságait. Egy tágabb, szociológiai megközelítés már a hírkonstruálásra helyezi a hangsúlyt, ahol magában a konstruálási folyamatban a közélet aktív szereplői is részt vesznek. Egy harmadik megközelítés a populáris kultúrába ágyazottságát emeli ki a híreknek, melyek remekül beleillenek a nagy elbeszélésekbe. „(...) az újságíró, a közéleti tudás szakértőjeként tudatosan igyekszik minél nagyobb hitelességre szert tenni. Az újságírás szakmai kódjai szerint ezt az eredményt a tárgyilagosság retorikájának az alkalmazása garantálja. (...) Ebből a tárgyilagosságra való törekvésből adódik az az illúzió, mintha a média hírei objektívek, sőt tudományosak lennének, holott a valóság konstrukciója más szabályokat követ a mindennapi tudáson alapuló újságírásban, mint a tudományban vagy a fiktív történetekben.”<sup>72</sup>

A hírkutatások zöme a hírtermelés szervezeti kérdéseit vizsgálja, a hírgyártás folyamatát. A szövegtanulmányok közül domináns a tartalomelemzés, bár az ennél tágabb lehetőségeket adó tematizációs kutatások is egyre inkább szaporodnak a magyar szakirodalomban is. A témák kutatottságát nézve a politika és a közélet vizsgálata a legdominánsabb, s jóval csekélyebb a kisebbségekkel foglalkozó tanulmány. Megjelentek a folyamat jogi oldalát, a személyiségi jogokat érintő kutatások is az utóbbi években. A szövegtani munkák java kizárólag a hírtestre koncentrál, a procedurális részre nem, vagy csak érintőlegesen. Épp ezért hozhat új eredményeket egy szemiotikai textológiai és egy alapos, szociális reprezentációs folyamatokat bemutató tanulmány.

#### Irodalomjegyzék

BAGDIKIAN, B. H.:

1971. *The information machines*, New York, Harper and Row.

BALÁZS JÁNOS:

1985. *A szöveg*. Gondolat Kiadó, Budapest.

<sup>69</sup> *Magyar Hírmondó*, 1780. júl. 26.

<sup>70</sup> *Magyar Hírmondó*, 1780. okt. 21.

<sup>71</sup> *Magyar Hírmondó*, 1788. Máj. 7.

<sup>72</sup> CSÁSZI LAJOS: Katasztrófák médiareprezentációja. In: *Jel-Kép* 1999/3. 25.

- BANCZEROWSKI, JANUS:  
1980. Az információ és a metainformáció a nyelvi közlés struktúrájában. *Nyelvtudományi Közlemények*, 82/83–101.
- BÁNKUTI GÁBOR:  
1970. Híreket mondunk ... I–II. MRT Budapest.
- BARTHES, ROLAND:  
1971. A napihír struktúrája. In: HANKISS ELEMÉR (szerk.): *Strukturalizmus I.* 173–184
- BARY MAGDOLNA – HANN ENDRE – HUNYADY GYÖRGY:  
1973. Televíziós személyiségekkel kapcsolatos elvárások és benyomások a nézők körében. Budapest, MRT TK.
- BELL, ALLAN:  
1982. Radio: the style of news language. In: *Journal of Communication* 32/1. 150–164.  
1984. Good copy – bad news: the syntax and semantics of news editing. In: TRUDGILL, PETER (ed.): *Applied Sociolinguistics*, London, Academic Press, 73–116.  
1991. *The Language of News Media*. Blackwell, Oxford – Cambridge.
- BÉKÉSI IMRE:  
1974. Egy baleseti hír szerkezete. *Nyr.* 98. 414–421.  
1982. *Szövegszerkezeti alapvizsgálatok*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- BUDA BÉLA:  
1985. A tömegtájékoztató nyelvének néhány kommunikáció-lélektani és szociolingvisztikai sajátossága. In: *Nyelvészet és tömegkommunikáció I–II.* GRÉTSY LÁSZLÓ (szerk.). Tömegkommunikációs Kutatóközpont Budapest, Membrán könyvek 15. II / 6–31.
- BURGERT, MARTIN – KAVSEK, MICHAEL – KREUZER, BERND – VIEHOFF, REINHOLD:  
1989. Strukturen deklarativen Wissens – Untersuchungen zu „Märchen“ und „Krimi“. LUMIS – Schriften 23. Siegen.
- CSÁSZI LAJOS:  
1999a. Tévéérszak és populáris kultúra: a krimi mint morális tanmese. In: *Replika* 1999. Április 35. 21–43.  
1999b. Katasztrófák médiareprezentációja. *Jel-Kép* 1999/3. 17–33.
- CSÁKVÁRI J. – MALINÁK J.:  
1998. *Média – galaxis. A tömegkommunikáció nyelve és társadalmi kérdései*. Budapest, Szimbiózis.
- CSIBI SÁNDOR:  
1986. *Információ közlése és feldolgozása*. Budapest.
- CSIGÓ PÉTER:  
2000. Az információs műfajok. In: *Jel-Kép* 2000/4. 3–39.
- DEME LÁSZLÓ:  
1978. A rádióhírek szövegezése és elmondása. MRT Tk. Tanulmányok X.
- EPSTEIN, E. J.  
1973. *News from Nowhere*. New York, Random House.
- FELDE GYÖNGYI:  
1989. Fordulatok a sajtónyelvben. In: *Szaknyelvi divatok*. BÍRÓ ÁGNES (szerk.). Gondolat, Budapest, 134–147.  
1989. Újságnyelvi mondatszerkesztés. In: *Szaknyelvi divatok*. BÍRÓ ÁGNES (szerk.). Gondolat, Budapest, 162–171.
- FISHMAN, MARK:  
1980. *Manufacturing the News*. Austin, University of Texas Press.  
1982. News and Nonevents. Making the Visible Invisible. In: ETTEMA J. S.–WHITNEY, CH. (ed.). *Individuals in Mass Media Organizations: Creativity and Constraint*. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume 10. 1982. 219–240.



- GANS, HERBERT:  
1979. *Deciding What's News*. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York, Pantheon.
- GAYER ZOLTÁN:  
1997. A Híradó képi retorikájának néhány jellegzetessége. In: *Replika* június 26. 6980.
- GERBNER, GEORG:  
1978. Kommunikáció és társadalmi környezet. In: HORÁNYI ÖZSÉB (szerk.). *Kommunikáció I-II*. II. 247–458.
- GOMBÓ PÁL:  
1977. *Sajtóismeret*. Budapest.
- GRÉTSY LÁSZLÓ – KEMÉNY GÁBOR:  
1983. Címek a mérlegen. In: *Jel – Kép* 1983/2. 106–115.
- HALL, STUART:  
1999. A média és az erőszak In: *Replika* 1999. április, 43–55.
- HAMMER FERENC:  
2001. A szegénység a médiában. In: SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS (szerk.): *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*, Média Hungária Könyvek 2. 207–218.
- HORÁNYI ÖZSÉB:  
1999a. A kommunikációról. In: BÉRES ISTVÁN – HORÁNYI ÖZSÉB: *Társadalmi kommunikáció*, Osiris Kiadó, 1999. 22–35.  
1999b. A személyközi kommunikációról. In: BÉRES ISTVÁN – HORÁNYI ÖZSÉB: *Társadalmi kommunikáció*, Osiris Kiadó, 1999. 57–86.
- Jelentés a közszolgálati hírműsorok tartalomlemzéséről. In: *Jel–Kép* 1997/2. 5–23.
- JENEI ÁGNES:  
1999. A tévéhíradók szervezetszociológiai vizsgálata. In: *Jel–Kép* 1999/4. 63–73.
- JENSEN, K. B.:  
1986. *Making Sence of the News*. Denmark, Aarhus University Press.  
1988. News as Social Resources. In: *European Journal of Communication*, 3. 275–301.
- JÓ BALÁZS:  
1999. A hírműsorok képi retorikája. In: *Jel–Kép* 1999/3. 101–111.
- KARÁCSONY ANDRÁS:  
1998. A szociális világ mint kommunikatív teljesítmény. *Gond*, 15–16.
- KEMÉNY GÁBOR:  
1989. Milyen címen? Címzavakban a sajtónyelvi címadásról. In: *Szaknyelvi divatok*, Gondolat, 101–134.
- KISS ZSOLT PÉTER:  
1993. A hírérték. In: *Valóság* 1993/9. 85–97.
- KRIPPENDORF K.:  
1995. *A tartalomlemzés módszertanának alapjai*. Budapest, Balassi.
- LÁSZLÓ JÁNOS – VIEHOFF, REINHOLD:  
1994. Az irodalmi műfajok mint kognitív sémák. In: *Pszichológia*, 1994. 3. 325–342.
- LÁSZLÓ JÁNOS:  
1998. *Szerep, forgatókönyv, narratívum. Szociálpszichológiai tanulmányok*. Budapest, Scientia Humana.  
1999a. *Társas tudás, elbeszélés, identitás. A társas tudás modern szociálpszichológiai elméletei*. Budapest, Scientia Humana – Khairos.

- 1999b. A szociális reprezentációról. In: BÉRES ISTVÁN – HORÁNYI ÖZSÉB: *Társadalmi kommunikáció*, Osiris Kiadó, 1999. 129–139.
- MÁDL ANDRÁS – SZABÓ DÁVID:  
 1999. A kormányok mennek, a média marad... Politikai erők használata a hírműsorokban. In: *Jel-Kép* 1999/1. 19–33.  
 2000. A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata 1999–ben. In: *Jel-Kép* 2000/1. 23–42.  
 2001. A hírműsorok tájékoztatási gyakorlata 2000–ben. In: *Jel-Kép* 2001/1. 18–42.
- MCQUAIL, D.:  
 1984. *Communication Models for the Study of Mass Communications*. London – New York, Longman.
- MESSING VERA:  
 1998. Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben. In: *Jel-Kép* 1998/4.
- NYILAS GYÖRGY:  
 2000. Összehasonlító elemzés az MTV1 és a Tv2 esti, főműsoridős híradóiról. In: *Jel-Kép* 2000/4. 59–87.
- PETŐFI S. JÁNOS:  
 1982a. Szöveg, diskurzus. In: *Tanulmányok. Szövegelmélet*. A Magyar Nyelv, Irodalom és Hungarológiai Kutatások Intézete, 15. füzet, Szerk.: PENAVIN OLGA, THOMKA BEÁTA, Újvidék, 9–31.  
 1982b. Szöveg, modell, interpretáció. In: *Tanulmányok. Szövegelmélet*. A Magyar Nyelv, Irodalom és Hungarológiai Kutatások Intézete, 15. füzet, Szerk.: PENAVIN OLGA, THOMKA BEÁTA, Újvidék, 137–187.
- PETŐFI S. JÁNOS – BÁCSI JÁNOS – BÉKÉSI IMRE – BENKES ZSUZSA – VASS LÁSZLÓ:  
 1994. *Szövegten és prózaelemzés. A rövidpróza kreatív–produktív megközelítéséhez*. Trezor Kiadó, Budapest.
- PLÉH CSABA – TERESTYÉNI TAMÁS:  
 1980. Újságcímek – az olvasó szemével. In: *Jel-Kép* 1980/2. 113–117.
- PLÉH CSABA:  
 1984. A történetemlékezet formális és tartalmi megalapozottságú modelljeiről. In: *Pszichológia* 4. 375–384.  
 1987. A szöveg mint aktualizált nyelv. In: *Metodikai olvasókönyv*.
- RÓKA JOLÁN:  
 1983. A tömegtájékoztató szövegek vizsgálatának módszertani alapelvei. In: SZATHMÁRY ISTVÁN – RÁCZ ENDRE: *Tanulmányok a mai magyar nyelv szövegtana köréből*. Tankönyvkiadó, Budapest, 296–319.  
 1986. *Az újságszövegek szerkesztési és stílusipológija*, Akadémiai Kiadó Budapest.
- SILVERSTONE, R.:  
 1992. *Television and Everyday Life*. London, Routledge.  
 1999. A közönségről. In: *Replika* 1999 december 38. 63–91.
- SÍKLAKI ISTVÁN:  
 1997. A főcímek demagógiája. In: *Jel-Kép* 1997/2. 97–113.
- SPERBER, D. – WILSON D.:  
 1986. *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford, Blackwell.
- SÜKÖSD MIKLÓS – CSERMELY ÁKOS:  
 2001. *A hír értékei, etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Média Hungária Könyvek 2.
- TAMÁS PÁL:  
 1979. Az újságíró foglalkozás és a képzési rendszer. Budapest, Tk. MR sokszorosítás.  
 1999. A tematizációról. In: BÉRES ISTVÁN – HORÁNYI ÖZSÉB: *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó, 1999. 139–152.

TERESTYÉNI TAMÁS:

1984. A tévéhíradók valóságképének néhány jellegzetessége. In: *Jel-Kép* 1984/2.  
1985. Kommunikáció, szándék, jelentés. *ÁNyTan*. XV. Budapest, Akadémiai Kiadó, 331-362.  
1995. Közszolgálatosság a médiában. Budapest, Osirisz – MTA – ELTE Tömegkommunikációs Kutatóközpont.

TOMKA MIKLÓS:

1978. A tévénezés és a rádióhallgatás a napi tevékenységek rendszerében. Budapest.

TÖRÖK GÁBOR:

2000. Politikai napirend, 1999. In: KURTÁN SÁNDOR – SÁNDOR PÉTER – VASS LÁSZLÓ (szerk.). *Magyarország politikai évkönyve 2000*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány.  
2001. Politikai napirend, 2000: az egyiknek sikerül, a másiknak nem. In: KURTÁN SÁNDOR – SÁNDOR PÉTER – VASS LÁSZLÓ (szerk.). *Magyarország politikai évkönyve 2000*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány.

TUCHMAN, GAYE:

1972. Objectivity as a strategical ritual. An examination of newspapermen's notion of objectivity. In: *American Journal of Sociology*.  
1973. Making news by doing work routinizing the unsuspected. *American Journal of Sociology* 4.  
1978. *Making news: A Study in the Construction of Reality*. New York, Free Press.

VAN DIJK, TEUN A.

1985. *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*. Berlin, de Gruyter.  
1988a. *News as Discourse*. Hillside, NJ. Erlbaum.  
1988b. *News analysis: Case studies of international and national news in the press*. Hillside, NJ. Erlbaum.

WHITE, DAVID MANNING:

1950. The „Gatekeeper”: a case study in the selection of news. In: *Journalism Quarterly* 27/4. 383-90.

## THE NEWS IN THE ACADEMIC DISCOURSE

### MÓNIKA ANDOK

The paper attempts to collect all researches dealing with the genre of news both in international and Hungarian literature. At first, various definition problems will be described after which it is revealed that the solution is in defining the genre properly. When presenting news researches in the paper – based on TEUN A. VAN DIJK – descriptions of anecdotal nature and documentary studies will be disregarded. The achievements brought by sociological and audience research, agenda setting, and content analysis will be introduced. Finally, new approaches of news research offered by social representation and semiotic textology will be mentioned.