László Miklós

HÍRMŰSOROK GENERÁCIÓS SZEMMEL

A fiatal korosztályok hírértelmezési gyakorlata

Hírműsorok és fiatalok. Ki gondolná ma Magyarországon, hogy a politikát, a közélet problémáit sokszor olyan hevesen elutasító fiatalok több mint fele naponta követi a hírműsorokat? Sőt a televízió-híradókat tartja a leginkább megbízható információforrásnak, nemcsak a rádióval, az internettel vagy a nyomtatott sajtóval, de például az ismerősökkel, a családtagokkal szemben is. Az alábbi tanulmányban ismertetett (2002-ben készült, de eddig nem publikált) kvalitatív vizsgálat a fiatalok hírértelmező gyakorlatának elemzésével egyebek mellett arra a kérdésre keres választ, hogy mit kezdenek e generáció tagjai a látottakkal, mennyire kiszolgáltatott vagy éppen szuverén nézői ezeknek a műsoroknak.

1. Kutatási probléma

A televízió tömeges elterjedése óta foglalkoztatják a közvéleményt és a társadalomtudósokat a médium befolyásoló erejével, társadalmi hatásaival kapcsolatos kérdések. Különösen érzékeny szelete ennek a problémahalmaznak a fiatal generáció és a televízió interakciója. Szerencsés módon az elmúlt években itthon is növekvő számú kvantitatív (nagy mintás) kutatás készült a fiatal korcsoportok médiafogyasztási szokásairól (lásd Kósa & Vajda, 1998; Sági, 2001; Simonfalvi, 2001). Ezek a felvételek az időmérleg változásával, a televíziónak a szabadidő eltöltésére gyakorolt hatásával, a televíziózás társadalmi-demográfiai különbségeivel foglalkoztak. Néhány kutató elemezte a televíziós agresszió problémáját vagy a médium értékorientáló szerepének kérdését is, de a használatorientált kutatások szinte egyáltalán nem érintették a televízió hatásának problematikáját.

Az említett kutatási problémák mellett így meglepően kevés teret kaptak azok a kvalitatív vizsgálatok, amelyek a médiafogyasztás kérdőívek segítségével nehezebben mérhető aspektusaival is képesek foglalkozni. A nemzetközi „közönségkutatás" az 1980-as években a „kvalitatív paradigma" jegyében a televízió direkt, egyszerű hatásainak vizsgálatától a nézői befogadási folyamat elemzése felé fordult, azaz a médium által közvetített üzenetek befogadói értelmezését kezdte vizsgálni. A problémafókusz

eltolódása mögött konceptuális változások állnak: egyre kevesebben hisznek ugyanis a televízió agresszív, „tudatbefolyásoló" felfogásában, ehelyett a nézői aktivitás, a társas kontextusok szerepének vizsgálata felé fordulnak. Itthon a kvalitatív „befogadás-paradigma" jegyében ugyancsak kevés empirikus vizsgálat született. Ezt a hiányt szeretné pótolni a fiatal generációk hírfogyasztásának minőségi aspektusára koncentráló kutatási program. E program első lépcsőjében olyan feltáró jellegű vizsgálatot végeztünk, amely fényt derít a korosztály televíziós hírfogyasztási szokásaira, illetve a hírműsorok befogadásának körülményeire.

A projekt célja a még képlékeny értékrenddel és világszemlélettel rendelkező 14–18 éves generáció hírértelmező gyakorlatának megismerése. A hazai nagy mintás *survey*vizsgálatokból kiderül, hogy az említett generáció tagjai a gyakori híradónézők közé tartoznak, mégsem tudjuk, miként hat rájuk az a világ, amely a hírműsorok révén tárul fel előttük a televízió képernyőjén. Hogyan értelmezik a politikai, társadalmi problémákat? Hogyan gondolkodnak a műsorok hitelességéről? Mennyire hiszik el azt, amit látnak? Mennyire kiszolgáltatott vagy éppen szuverén nézői a médiumnak? Milyen kritikai érzékkel vagy éppen műfajismerettel rendelkeznek, hogyan küzdenek meg a hírműsorok speciális valóságreprezentációjával?

2. Kutatási módszertan

A minőségi kutatás módszereként a szociálpszichológiában közismert fókuszcsoportos technikát választottuk, annak költséghatékony és könnyen lebonyolítható jellege miatt. A módszer további előnye, hogy képes modellálni a csoportos véleményképződés folyamatát – hiszen a televíziózás a legtöbb családban csoportos tevékenység, és a családtagok megbeszélik, értelmezik a látottakat.

A projekt során – amelynek itt ismertetendő, első része 2002-ben zajlott – négy csoportot hoztunk létre Budapesten úgy, hogy az egyes csoportok társadalmi-demográfiai összetételük tekintetében különbözők legyenek. Az egyes összejöveteleken nyolc-tíz fő vett részt, budapesti középiskolások, nemek szerint heterogén és kiegyensúlyozott formában.

A projekt elsődleges célja az adott fázisban nem a hírműsorok értelmezésében fellelhető társadalmi-demográfiai különbségek feltárása volt, hanem egy olyan alapozó kutatás elvégzése, amely képes illusztrálni a befogadási folyamatok komplexitását, feltárni a fiatal nézők kompetenciájának jellemzőit, szuverenitásuk korlátait. A projekt nem titkolt célkitűzése volt továbbá a „hatásparadigma" által posztulált előfeltevések finomítása, a hírekkel történő befolyásolás valós lehetőségeinek és határainak vizsgálata.

3. A kutatás felépítése, a felhasznált híranyag

A fókuszcsoportos beszélgetések struktúrája mind a négy csoport esetében azonos volt. A beszélgetések elején a résztvevők televíziónézési és hírfogyasztási szokásaikról beszéltek, ezt követően megnéztek egy előző napi híradót. Ezután arra kértük őket, hogy három kiválasztott hír esetében saját szavaikkal rekonstruálják a műsoregységeket, il-

letve fejtsék ki véleményüket a látottakról. A csoportok a beszélgetés következő szakaszában egy hír esetében a résztvevők megtekintették annak közszolgálati (*MTV*-s) és kereskedelmi (ez esetben *RTL Klub*-os) interpretációját, majd arra kértük őket, hasonlítsák össze a két műsorban látottakat. Az összehasonlítás célja az volt, hogy elősegítse a hírműsorokkal kapcsolatos látens nézői elvárások, ismeretek felszínre kerülését. A csoportos beszélgetések végén részletesebben elemeztük a televíziós híradókkal kapcsolatos általános elvárásokat.

A projektben felhasznált híranyag 2002 februárjából származik; az elemzésben két hazai és egy külföldi tudósítás szerepelt. Jellemzően előfordul, hogy a hazai televíziócsatornák – különösen a belpolitikai eseményekről szóló tudósításokban – egymástól eltérő interpretációit adják ugyanannak az eseménynek, ami normatív síkon a médiumok tárgyilagosságának problémáit veti fel. Arra is kíváncsiak voltunk, felismerik-e a fiatalok a televíziók közötti különbségeket, illetve milyen ismeretekkel rendelkeznek azokról. Az értékelés tárgyául kiválasztott híregységek az alábbiak voltak:

– Tudósítás a Terror Háza múzeum megnyitójáról, amellyel egy időben több parlamenti párt is politikai demonstrációt tartott a fővárosban.
– Tudósítás egy, a státustörvénnyel kapcsolatos kérdésről: hozzátartozói igazolvány kérvényezése Szlovákiában.
– Tudósítás a téli olimpia egy erőszakos eseményéről (szurkolók utcai összetűzése a rendőrséggel).

A kiválasztott hírek több tekintetben sem voltak szokványosak. Közismert, hogy a Terror Háza múzeum megnyitása milyen politikai viharokat kavart a hazai közéletben, hiszen az elmúlt politikai rendszer értékelése folyamatosan jelen lévő vitatémája a magyar politikai eliteknek. A korabeli médiahelyzet következtében a közszolgálati és a kereskedelmi televíziók eltérő módon tudósítottak az eseményről, a történtek más aspektusaira helyezve a hangsúlyt. Az *MTV* a megemlékezésre, a múzeum céljára, az *RTL Klub* az esemény nagyságrendjére és politikai visszhangjára koncentrált. A hírszövegek elemzésében ez esetben nem tárható fel nyilvánvaló elfogult hírszerkesztői szándék egyik oldalon sem, bár vitathatatlan, hogy az egyes adók az esemény eltérő aspektusait emelték ki.

Az előbbinél bonyolultabb kérdéseket vet fel a státustörvénnyel kapcsolatos *RTL Klub*-hír (ennek a hírnek nem volt megfelelője egyetlen más hazai csatornán sem). A tudósítás egy afrikai származású férfit mutatott be, aki szlovákiai magyar nőt vett feleségül, így jogosult a hozzátartozói magyar igazolványra. A hír hírértéke erősen megkérdőjelezhető (kérdéses voltát mutatja az is, hogy más csatornák műsoraiban nem jelent meg). A relevancia hiányából elsősorban arra következtethetünk, hogy a szerkesztő saját álláspontját próbálta közvetíteni a műsoregység segítségével (azaz kételyeit az igazolvánnyal kapcsolatban, amelyet „bárki" megkaphat, olyanok is, akik nem tekinthetők „magyarnak"). Különösen érdekes egy manipulatív hír vizsgálata: mennyiben képes valóban meghatározni a nézőknek az eseményekről szóló olvasatát, milyen feltételek esetén képes valóban orientálni a státustörvény legitimitásának megkérdőjelezése felé. A műsoregység ez esetben pusztán a témaszelekcióval próbálta elérni célját – természetesen a hírben nem hangzottak el explicit vélemények a státustörvényről.

A harmadik műsoregység az olimpián történt összetűzésekről szóló hír volt, amelyet azért emeltünk be az elemzésbe, mert kíváncsiak voltunk az egyébként gyakori, erőszakot tartalmazó hírek nézői fogadtatására és értelmezésére.

4. Eredmények

4.1. Hírfogyasztási szokások

A használatkutatások tanúsága szerint a fiatalok túlnyomó többsége napi rendszerességgel televíziózik, egy átlagos hétköznapon majdnem 4 órát.[1] A tévéműsorok jelentőségét és vélt vagy valós kockázatait azonban elsősorban a gyerekeknek szóló adások esetében szokás hangoztatni, pedig a fiatalok gyakran a felnőttekéhez igazodó tévénézési szokásai nincsenek tekintettel arra, hogy egy-egy műsor készítőinek szándékukban állt-e őket is megszólítani. A gyerekek nézői lehetnek az olyan műsoroknak is, amelyek esetében „célcsoportként" elvileg nem jönnek szóba.

A nagy mintás kutatásban megkérdezett fiatalok közül minden második azt gondolja, hogy majdnem napi rendszerességgel megtekinti valamelyik tévécsatorna hírműsorát. Igaz, arról nem informálnak a válaszok, hogy a műsor „nézése" voltaképpen mit jelent: többen ugyan naponta belenéznek valamelyik hírműsorba, de aztán tovább is kapcsolnak vagy kimennek a szobából, esetleg csak bizonyos tematikájú híreket néznek végig (például a sporthíreket). A megkérdezett fiatalok gyakran valamilyen más tevékenység (például olvasás, tanulás) közben, „fél füllel" figyelik a háttérben zajló – a szülők által nézett – hírműsorokat.

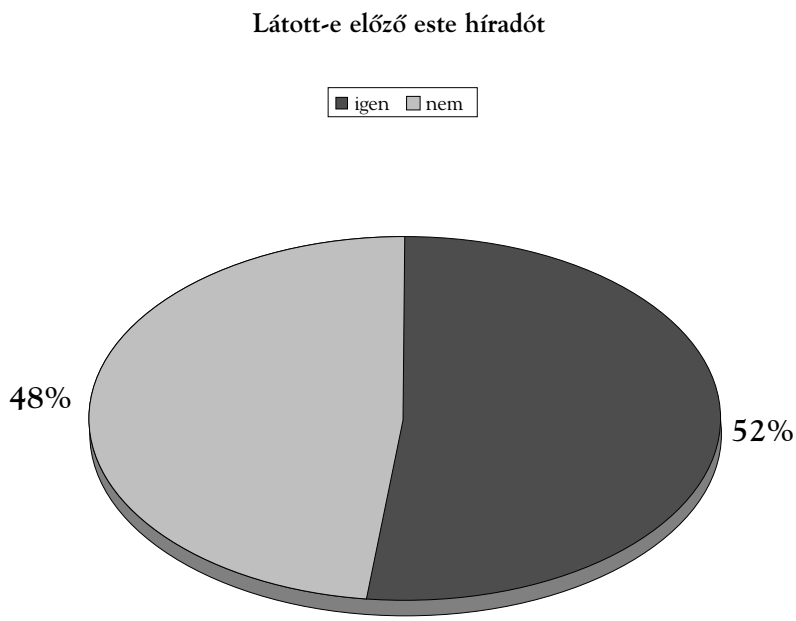
A híradók rendszeres nézésére való hajlandóság a 2005-ös kutatás eredményei szerint az életkor emelkedésével párhuzamosan nő. Az életkor mellett nagyon erős hatást gyakorol rá az iskola típusa is: a gimnáziumba járó fiatalok ugyanis jóval nagyobb arányban tekinthetők rendszeres nézőnek, mint a szakmunkás-tanulók. Összességében a megkérdezett fiatalok fele (52 százaléka) a kérdezést megelőző napon elmondása szerint megtekintette valamelyik tévécsatorna hírműsorát (lásd az 1. ábrát). A 12–18 éves fiatalok mindemellett a hírműsorokat tekintik a leghitelesebb információforrásnak (lásd a 2. ábrát).

Ami a televíziós hírfogyasztás kvalitatív szempontjait illeti: a középiskolások körében készült fókuszcsoportok eredményei szerint két magatartásmodell különböztethető meg: az aktív és az eseti hírfogyasztó.

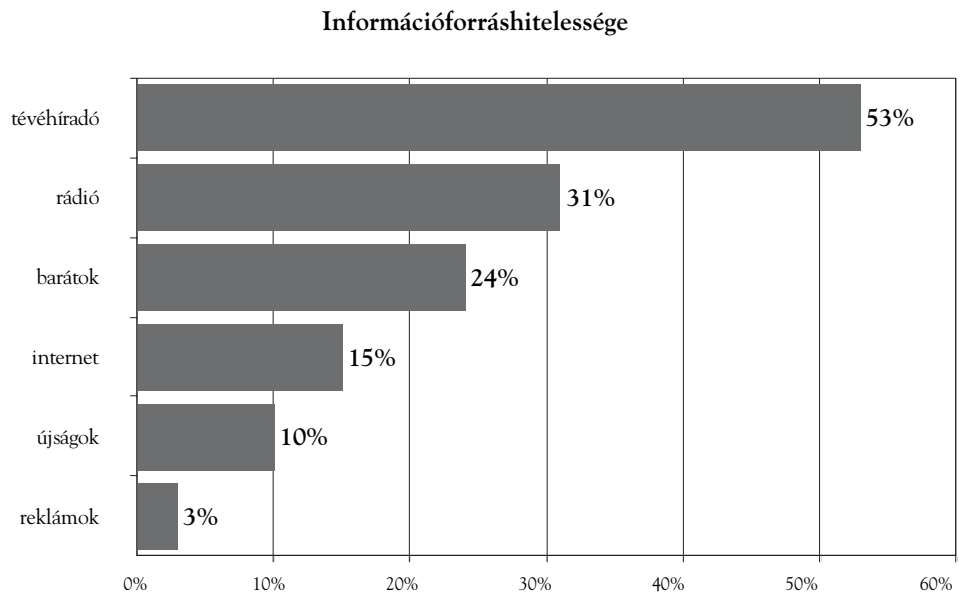
- Az aktív csoportba tartozó fiatalokat több csatorna párhuzamos használata, a politikai háttérműsorok (például az Aktuális, a Jó estét Magyarország!) rendszeres figyelemmel kísérése jellemzi. A csoport tagjai rendszerint az átlagosnál határozottabb politikai szimpátiákkal rendelkeznek (van jobb- vagy baloldali politikai identitásuk), emellett tisztában vannak az egyes csatornákon tapasztalható tájékoztatáspolitikai problémákkal, a tárgyilagos tájékoztatás hazai visszásságaival.
- Az eseti hírfogyasztó csoport tagjait nem jellemzi kifejezett belpolitikai érdeklődés, általában egy kereskedelmi hírműsort néznek (a leggyakrabban az RTL Klubot) több-kevesebb rendszerességgel. Jellemző rájuk a háttértévézés, a hírműsorok passzív, szórakozásorientált befogadása.

A két nagyobb csoport aktivitása a csatornaszelekció terén is eltér. Az első csoport tagjai általában több adást is végignéznek; jellemző, hogy párhuzamosan figyelik az MTV és valamelyik kereskedelmi műsor híreit. A csatornaválasztás motivációja első-

[1] Ez esetben egy, már 2005-ben készült nagy mintás felvétel adatait mutatjuk be. Az elmúlt években a fiatal generációk körében készített kérdőíves adatfelvételek eredményei hasonló arányokat mutattak. A kutatás a Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat és az ORTT megbízásából készült 2005 nyarán, az adatfelvételt a TÁRKI végezte, több mint 2000 12–18 év közötti iskolás és középiskolás gyermek körében, országos, reprezentatív mintán.



1. ábra



2. ábra

sorban az objektivitás, a „teljes kép" keresése (azért néznek több adót, mert úgy érzik, egyik sem ad önmagában teljes képet).

„Általában az *RTL Klub*ot nézem, de rendszeresen más csatornát is, mert nem ugyanazt mondják."

„Többnyire *M1*-et nézek, de azért az *RTL*-t is a másik nézőpont miatt, mennyire tálalják másként a híreket."

„Az *M1*-et és az *RTL*-t nézem, mert két ellentétes oldalról is szeretem nézni a dolgokat. Az *M1* kicsit viszszafogottabb, az *RTL* inkább liberális, kimondja azt is, amit az *M1* nem."

Az eseti hírfogyasztókat nem minden esetben jellemzi szűkebb csatornaválasztás, azonban mindenképpen eltérő motivációk mozgatják őket. A csoport tagjai rendszerint a kereskedelmi adókat nézik, de jellemző az *MTV* tradicionális (megszokott vagy szülőktől tanult) követése is. Vannak olyanok, akiket az élménykeresés motivál:

„Én rendszerint az *RTL* vagy a *TV2* híradóját nézem, de általában kapcsolgatom, ha megunom az egyiket."

„A két kereskedelmi adót nézem, de egyik sem köt le annyira, hogy kitartsak mellette."

Fontos szempont a csatornaimázs és a passzív választás (azaz azon a csatornán nézik a hírműsort, amelyiken előtte valamilyen más műsort követtek):

„Én az *RTL*-t nézem, mert a design jobb."

„Egyértelműen a *TV2*, mert itt szimpatikusabbak a műsorvezetők és a tálalás is jobb."

„Rendszerint a Barátok köztet nézem, és utána a híradót. Általában nem nézem tudatosan, csak ha úgy adódik."

Az *MTV*-hez nem mindenki kapcsolja a kormányorientáció bélyegét, a csatornát megszokásból, vagy azért választják, mert megőrizte magasabb presztízsét.

„Nézem az *RTL* és a *TV2* híradóját is, az *M1*-et rendszerint akkor, ha valami fontosabb esemény van."

„Az *M1*-en több a magyar vonatkozású hír, tapasztaltabbak is."

A csatornaválasztás mellett fontos szempont a híradó követésének társas kontextusa. A 14–18 évesek között komoly mértékben elterjedt a saját tévé, így a legtöbben már nem a családjukkal nézik a műsorokat. A közös televíziózások során nem igazán jellemző az események megvitatása, a csatornaválasztást viszont sokszor a szülők határozzák meg.

Fontos adalék, hogy a fiatalok egy része tisztában van a kereskedelmi televízióknak a közszolgálatiakétól eltérő, erőteljesebben bulvárorientált hírszerkesztő gyakorlatával, amely elsősorban az aktív, tudatos hírfogyasztók esetében vált ki negatív reakciókat.

4.2. A hírek elemzése

A kutatás második szakasza a konkrét hírek befogadásával, értelmezésével foglalkozott. A klasszikus szociológiai hatásvizsgálatok (lásd McQuail, 1997) a tömegkommunikáció folyamatának leegyszerűsített modelljére épültek, amely a hírműsorok nézőjét passzív szerepben képzelte el. A koncepció feltételezte, hogy ugyanaz a hír minden lehet-

séges néző számára azonos jelentéssel bír, továbbá posztulálta a befogadó kiszolgáltatottságát a meggyőzésorientált üzeneteknek.

A „hatás" fogalmát ma már bátran diverzifikáltan foghatjuk fel: különbséget tehetünk rövid és hosszú táv, kognitív, emocionális, attitűd, viselkedés jellegű, megerősítő/változásra motiváló stb. hatások között. Denis McQuail tömegkommunikációról írt összefoglaló munkájában (McQuail, 1993) két dimenzió mentén csoportosítja a hatás jelenségkörébe tartozó problémákat: az intencionalitás és az időtáv dimenzióiban. Megkülönböztet rövid (egyszeri attitűdváltozás) és hosszú távú (például szocializációs) hatást, illetve a média (az üzenet termelője) által szándékolt (például propagandisztikus) és szándékolatlan (például ideológiai) hatásokat, illetve ezek kombinációit.

A lehetséges hatások tipológiájánál azonban fontosabb a hatás és a befogadás (nézői értelmezés) összefüggése – hiszen sokak szemében a két fogalom nem fér meg egymás mellett. Az összefüggés megértéséhez a televíziós üzenet és nézői interpretációja komplexebb értelmezésére is szükség van, mint amit a legtöbb hatáskutatás alkalmaz. A televíziós üzenet mindenekelőtt nem stimulus/inger, hanem szöveg.[2] Ezt a szöveget a néző a befogadás során megérti/értelmezi (nem dekódolja![3]). Az értelmezés megkerülhetetlensége egyben arra is utal, hogy a szöveg mindig egy konkrét kontextusban „aktualizálódik" (olvasat). Egyetlen szöveg sem képes inkorporálni a lehetséges vagy kívánatos kontextusokat[4], sőt gyakran szándékosan kevesebbet mondunk ki annál, mint amit gondolunk, mert azt szeretnénk, ha a hallgatóink vonnák le az általunk intencionált következtetéseket – a hozzáférhető kontextus alapján (amelyet természetesen mi is előfeltételezünk). Az értelmezés primátusa nem jelenti azt, hogy a televíziós üzenetnek végtelen számú és előre jelezhetetlen interpretációja van egy konkrét időben és térben, hiszen ez a kommunikáció elvi lehetetlenségét is jelentené. A hétköznapi *(face to face)* interakciók során lehetőségünk nyílik arra, hogy tisztázzuk a használt kontextusaink (értelmezési keretek, előfeltevések) közötti különbségeket, megteremtve ezzel az elhangzottak közös értelmezését (ha szükséges). A tömegkommunikáció mindezen annyiban változtat, hogy az üzenet kibocsátója és befogadói között elvágja azt a közvetlen interakciós hálót, amely lehetővé tenné az értelmezések közti különbségek tisztázását. Ennek következtében egy televíziós üzenet „eredeti" jelentése mindig csak egy bizonyos valószínűséggel rekonstruálható – amennyiben képesek vagyunk helyesen azonosítani a közlő által az üzenet előállítása során használt kontextust (előfeltevéseket, háttértudást stb.).

A fenti gondolatmenet egyben azt is jelenti, hogy létezik „eredeti/szándékolt jelentés" egy televíziós szöveg esetén, még ha az esetek egy részében ez nem is rekonstruálható teljes bizonyossággal. A David Morley által bevezetett „preferált olvasat" (*preferred reading*, Morley, 1992) látszólag ugyanerre a jelenségre vonatkozik, mivel azonban a preferált olvasat fogalma egyben a médiaszövegek ideológiai tartalmára is utal, összecsúsztat több olyan dolgot, amelyet mindenképpen külön kell szemügyre vennünk. A televíziós szövegeket általában nemcsak megértjük (rekonstruáljuk, hogy mit akart mondani a közlő), de mint nézők értelmezzük is (azaz következtetéseket vonunk le belőlük, ítéletet alkotunk a forrásról, attribúciókkal élünk, vitatkozunk velük stb.). Az ideológia működése az értelmezési (nem a megértési) folyamatok manipulációja által valósul meg – azaz „elfogadtat" velünk kimondatlan előfeltevéseket, „irányítja" következtetéseinket. Ennek az „irányításnak" komoly kontextuális és kognitív feltételei vannak (például az

[2] Szövegnek tekintjük a televíziós üzenet képi dimenzióit is.

[3] A dekódolás a szöveg/zene formális reprodukciója (az eredeti helyreállítása). A fogalom nem engedi meg a szöveg többjelentésűségét.

[4] Azaz egyetlen szöveg sem adja meg saját értelmezésének használati utasítását – erre nincs is szükség, hiszen többnyire feltételezhető, hogy hallgatóink hasonló háttérismeretekkel rendelkeznek.

előfeltevésekre történő reflexió hiánya motiválatlanság vagy inkompetencia okán). Ha az üzenet tárgya fontos/releváns a néző számára, esetleg személyes tapasztalatokkal is rendelkezik, képes és motivált a szöveg reflexív/kritikus feldolgozására (interpretációjára), nem sok esély van következtetései irányítására. Visszautalva egy pillanatra Morley kommunikációshatás-értelmezésére, amelyben jogosan hangsúlyozza, hogy nincs hatás megértés (olvasat) nélkül, egyben szemléletének egy alaphibája is felfedezhető (amely sokakra jellemző a befogadáshagyományon belül). Morley nem tesz különbséget a megértés és az egyetértés/elfogadás kognitív folyamatai között – így gyakorlatilag a preferált olvasatot (azaz tulajdonképpen az „eredeti" üzenet helyes rekonstruálását) annak azonnali elfogadásával azonosítja (amely csak az esetek egy részében igaz: amikor nem reflektálunk egy üzenetben foglalt előfeltevésekre, implicit premisszákra, hanem mi is igaznak feltételezzük azokat). A „hatásnak" azonban szigorúbb feltételei vannak (befogadói és kontextuális feltételek; lásd még az 1. táblázatot).

	A hatáskutatás domináns „paradigmája"	Befogadásvizsgálatok
Kommunikációs tartalom	Inger, stimulus, kontextusáról leválasztott szöveg, jel	Szöveg, képi narratíva (saját kontextusában)
Kommunikációs folyamat	Inger → válasz, egyirányú (szöveg → néző), küldő által irányított	Szöveg-néző interakció, a szöveg és a befogadó közötti „jelentésalku" *(meaning negotiation)*
Közönség A kutatás módszertana	Passzív, izolált Kísérlet, survey	Aktív, társas Kvalitatív kutatás, etnográfiai módszerek

1. táblázat. A fogalmi szmléletváltás néhány sztereotipikus eleme

Bár vitathatatlan, hogy a televízióban látottak valóban képesek ránk időnként erős hatást gyakorolni, e hatásnak (vagy a hatás egy adott irányának, formájának) feltételei vannak: a televízió nem tud bárkit bármire rávenni vagy bármit bárkivel elhitetni. A korszerű befogadásvizsgálatok célja többek között e feltételrendszer megismerése, illetve annak feltárása, milyen kompetenciával, ismeretekkel rendelkeznek a nézők, akik a meggyőzésre orientált műsorok alanyai.

A fókuszcsoportos beszélgetések során vizsgált hírek egyike, a már bemutatott magyarigazolványról szóló tudósítás a felsorolt eszközök legegyszerűbbikét, a szerkesztés befolyásoló erejét használta fel. A műsorstruktúrában második egységként pozicionált hír e pozíciónál fogva hírértéket implikál témájának, amely önmagában banális (fekete férfi hozzátartozói igazolványt kap), pozíciójánál fogva azonban felveti a kérdést a nézőben: mi is a jelentősége annak, hogy „idegenek" ilyen könnyen hozzájuthatnak a magyarigazolványhoz.

A hír megpróbálja irányítani a néző következtetéseit, pontosabban a státustörvény kritikájának irányába terelni a gondolatmenetet azáltal, hogy retorikai példával él: bemutat egy furcsa esetet, amely egyben a negatív érvelés illusztrációja. A kutatás tanúsága szerint a hír csak kevesek esetében érte el azt a célt, hogy felvetődjön és megerősödjön a törvény kritikája. Ez elsősorban azoknál a fiataloknál történt meg, akik számára a kérdéskörnek erősebb relevanciája volt, mert például erős előítéleteket hordoztak, xenofób beállítottsággal rendelkeztek vagy személyes életüket érintette valami-

lyen formában a probléma (pontosabban úgy érezték, hogy érintheti – ilyenek voltak azok, akik a hírt elsősorban a munkanélküliség kérdéséhez kapcsolták).

Hír: „A benini magyar", RTL Klub, 2002. február 11.

Szöveg	Kép, snittek
Narrátor: „Magyar igazolványt kért Kassán egy afrikai férfi. A benini származású X. Y. egy szlovákiai magyar lányt vett feleségül. A középiskolai tanárként dolgozó férfi úgy érzi, a felvidéki magyarokhoz tartozik. Az ottani magyar konzul szerint a férfinak joga van az igazolványhoz."	Stúdió (bemondó)
Narrátor: „X. Y. az afrikai Beninből egyetemi ösztöndíjasként érkezett Kassára. Felesége szlovákiai magyar. A helyi középiskolában tanít angolt és franciát. Magyarul csak néhány szót tud, de az elsők között (snitt 2.) folyamodott úgynevezett hozzátartozói igazolványért."	1. A férfi az iskola lépcsőjén jön fel szemből. 2. Diákokkal beszélget.
Férfi (angolul beszél): „Két hölgy odajött hozzám a konzulátuson és kérdezték, vízumra várok-e, de mondtam, hogy magyarigazolványra. Ön? Kérdezték. Az nem lehet, mert az a szlovákiai magyaroknak van. Na, de kérem, mondtam… aztán 20 perc múlva maga a konzul jött oda és mondta, hogy minden rendben, nekem ehhez jogom van. Vicces volt."	A férfi beszél
Narrátor: „X. Y. úgy érzi, két faluja van: egy Afrikában, egy pedig a Felvidéken. Távol élő családját rendszeresen támogatja. Felesége falujában pedig vállalkozást tervezget (snitt 2.), hogy munkát adjon a helybelieknek. Igazolványt azért szeretne (snitt 3.), hogy ezzel is éreztesse: ő a felvidéki magyarok közé tartozik.	1. Képek az afrikai faluról. 2. Lerobbant falusi házak (Felvidék). 3. A falu utcája, járókelők, helybeliek

Jól megfigyelhető volt, hogy a levetített híradó nézői az egyes híreket meghatározott témákhoz kötik, amelyek segítségével egységes, koherens narratívát próbálnak alkotni a hír eseményeiből. Ez a konstrukciós folyamat rendszerint szelekcióval is jár, azaz a hírben tálalt információk közül általában azokat emelik ki, amelyek a megalkotandó értelmezést segítik elő.

A magyarigazolványról szóló hírt a résztvevők négy témához kapcsolták:

- *Rasszizmus:* az értelmezés szerint a hír elsősorban arról szólt, hogy a fekete férfi bőrszíne miatt nem tudott hozzájutni az igazolványhoz, illetve ezért ütközött eleinte ellenállásba. A téma képviselői elsősorban a saját környezetükben tapasztalt rasszista megnyilvánulásokhoz kapcsolták a hírben látottakat (illetve azokkal vontak párhuzamot).
- *Xenofób témakonstrukció:* az előző felfogás éppen ellenkezője is megjelent, azaz amikor valaki a hírben az idegenek „Magyarországra özönlésének" veszélyét látja – ez az egyik olyan eset, amikor a hír eléri azt a célt, hogy felvetődjön a törvény kritikája.

- *Munkanélküliség:* az előzőhöz hasonló témakonstrukció, itt azonban nem az idegengyűlöletre, az idegenektől való félelemre, hanem a munkanélküliség növekedésének veszélyére helyeződik a hangsúly.
- *Magyar identitás:* e témakonstrukció elsősorban azt vetette fel: elegendő-e, ha valaki magyarnak vallja magát ahhoz, hogy tényleg „magyar" legyen.

Fontos megemlíteni, hogy a nézők egy része számára a hírnek nem volt valódi relevanciája, így ők általában megelégedtek azzal a konvencionális értelmezéssel, hogy a hírben szereplő férfi magyar nőt vett feleségül, így joga van az igazolványhoz (ahogyan azt a törvény előírja).

Néhány konkrét illusztráció a fenti témakonstrukciókra:

Rasszizmus:

> „Meglepő, hogy egy afrikai törzsben élő férfi magyarigazolványt akar kérni, amikor nálunk érezhetően nő a rasszizmus. A mi iskolánkban is horogkereszteket rajzolnak a falakra."

> „A hír a vallási diszkriminációról és a rasszizmusról szólt. A férfi ezért nem kapott először igazolványt."

Xenofób konstrukció:

> „A VIII. kerületben, ahol lakom, sok a kisebbségi, a kínaitól a cigányig minden van. Egy idő után a magyarigazolvány nem jelent majd semmit [értsd: ha mindenki megkaphatja]. Lassan a vér szerinti magyarok lesznek a legkevesebben."

Munkanélküliség:

> „Hülyeség a magyarigazolvány, van itt elég munkanélküli. Előbb a saját problémáinkat, a határon belüliek foglalkoztatását kell megoldani."

Magyar identitás:

> „Minden ember, aki tisztességesen dolgozik, az kaphat igazolványt."

> „Jogos a kérelem, mert régóta él Szlovákiában és a magyarok javát szolgálja, tanít szlovákiai magyar területen."

> „A hírben szereplő férfi nem magyar, mert nem tud magyarul. A Mónika-show-ban szereplő nő az lehet magyar, de ez a férfi csak papíron. Belülről nem érezheti magát annak."

> „Ha magyarnak vallja és érzi magát, akkor kapja meg az igazolványt."

A fenti témakonstrukciók mellett három-négy résztvevő esetében megjelent *a hírszerkesztés szándékainak felismerése* is. Ezek általában az aktív hírfogyasztói csoport tagjai voltak.

„Először rasszistának tűnt a hír, azt mutatja, hogy kiket akarnak behozni az országba [a törvény támogatói]."

„A hír nyílt uszítás az MSZP részéről, vitatni akarják a magyarigazolványt. Azt akarják sugallni, hogy Úristen, van egy néger a Felvidéken, aki magyarigazolványt kért, ez is a Fidesz műve."

„Ez csak azért volt hír, mert nem igazán magyar típusú ember [értsd fekete bőrű] akart igazolványt. Ezzel azonban nincs semmi baj."

A hír azokban is magyarázó reakciókat váltott ki, akik nem ismerték fel a hír célzásait, illetve nem tulajdonítottak szándékot a szerkesztőnek. Azaz a hír sokakat arra késztetett: magyarázattal szolgáljanak arra, hogy az afrikai férfi miért jogosult az igazolványra – ezekben az esetekben azonban nem kérdőjeleződött meg a törvény legitimitása.

„Lehet, hogy a felesége miatt kérvényezte az igazolványt, ezért akar magyar lenni."

„Lehet, hogy csak a támogatások miatt kérvényezte, és valójában nem fontos neki, hogy magyar legyen."

„Én egyetértek azzal, hogy kapjon igazolványt, mert szereti a magyarokat, magyaroknak akar munkát adni."

Fontos bizonyítéka a hír befolyásoló intencióinak, hogy sokan fejezték ki értetlenségüket a hír jelentőségével kapcsolatban. A megkérdezettek közel fele nem értette, miért szerepelt a hír a műsorban.

„Ez nem igazán minősül hírnek, inkább Fókusz kategória. Nem értem, miért került a főbb hírek közé."

„Inkább szenzáció volt, nem volt értelme a hírnek. Nem egy ember ügyeivel kell foglalkoznia a híradónak."

„Érdekes volt a hír, de nem értem, miért ezt a férfit emelték ki. Sokan várnak magyarigazolványra."

„Nem kellett volna hírként kezelni, ez egy hétköznapi dolog. Ha normális, dolgozó ember, nem kell vele foglalkozni."

A kutatás során az elemzésbe bevont második hír a téli olimpián történtekről tudósító műsoregység volt. Az erőszakos tartalmú hírről általánosan elmondható, hogy nem ragadta meg a nézők figyelmét, a legtöbben átsiklottak felette. Az erőszakos jeleneteknek (amelyekben a rendőrök és a szurkolók közötti összecsapások részletei láthatók) nem volt jelentősebb érzelmi hatásuk a résztvevőkre. A hír értelmét a nézők az alábbi témák segítségével próbálták megragadni:

- *Randalírozó fiatalok:* a témakonstrukció párhuzamot von a hazai futballmérkőzések eseményeivel, nem tartalmaz értelmezést a szurkolók motivációira vonatkozóan. Néhányan „szélsőjobbos" fiatalokként hivatkoztak a hír szereplőire, ami arra utal,

hogy erősen összefonódott sokak szemében a bőrfejű mozgalom és a szurkolók destruktív viselkedése.
- *Rendőri túlkapások:* néhány néző számára a hír a rendőrség felelősségét vetette fel, elsősorban az olyan fiúk esetében, akik láttak már élőben összetűzéseket futballmérkőzésen.
- *Olimpia:* a témakonstrukció Magyarország felkészületlenségét vetette fel, amennyiben nem tudna megfelelni az ilyen helyzetekben.

A fenti témakonstrukciók mellett megjelent a kereskedelmi televíziók hírpolitikájára vonatkozó értelmezés is: ez egyszerű bulvár, „töltelékhírként" értelmezte a látottakat, amelyekben az erőszakos jelenetek kiemelése is a „szenzációkeltés" célját szolgálja.

„Az olimpiának nincs köze a történtekhez, az egész egy felfújt lufi."

„Ez nem volt érdemi hír, fontosabb dolgokkal kellene foglalkozni."

„Szokványos erőszak, minden másnap van egy ilyen hír."

A kutatás záró szakaszában azt vizsgáltuk, milyen mértékben képesek észlelni a fiatalok az egyes híradók eseményinterpretációi közötti különbségeket. Közismert, hogy a közszolgálati televízió és a kereskedelmi adók számos esetben egymástól eltérő hangsúlyokkal mutatnak be azonos eseményeket (vö. Nyilas, 2000).

A választott hír a Terror Háza múzeum megnyitójáról készült tudósítás volt. Az eseményekről a nézők az alábbi témák segítségével alkottak koherens képet:

- *Politika:* ez a témakonstrukció azt emelte ki, hogy az esemény elsősorban választási célzatú volt, a pártoknak adott szereplési lehetőséget.
- *Történelmi tanulság:* az értelmezés Orbán Viktor beszédéből indult ki, és a hír értelmét abban határozta meg, hogy a fiataloknak tanulniuk kell a múltból.
- *Emlékezés, együttérzés:* a konstrukció a múzeum céljából indul ki, azaz abból, hogy emléket kell állítani az áldozatoknak. Összefügg az előző értelmezéssel, de elsősorban az együttérzésre orientált.

Bár a televíziók elfogultságának lehetőségével a legtöbb fiatal tisztában van, ez esetben a többség az *MTV*-t tartotta „objektívebbnek", vagy egyszerűen „jobbnak" (azaz az elvárásoknak fokozottabban megfelelőnek). A résztvevők ezt elsősorban azzal indokolták, hogy a közszolgálati híradó megszólított több volt terroráldozatot vagy szemtanút, illetve részletesebben beszélt a múzeumról és annak céljáról.

„Az *M1*-en megszólítottak két embert, nem a szenzáció volt a lényeg (azaz, hogy mennyien voltak a megnyitón), ezért volt jobb."

„Az *M1* több tényt, adatot közölt. Jó volt az érintettek megszólaltatása."

„Az *M1* részletesebb volt, jobb volt. Aki nem volt ott, az is tudott tájékozódni."

A fiatalok érzékelték az *RTL Klub* hírértelmezésének súlypontjait (nézőszám, politikai visszhangok), de nem érezték azt „objektívnek":

> „Az *M1* jobb volt, mert a lényegről számoltak be. Az *RTL*-en a szenzáció volt a lényeg. Az *M1* nem kevert bele annyi politikát, jobban ráközelítettek, megkérdezték a szemtanúkat."

> „Az *M1*-en tényleg arról szólt a hír, amiről kellett."

> „Az *RTL*-nek az az érdeke, hogy felkeltse az érdeklődést, ezért szól többet a politikáról. Az *M1* kicsit unalmasabb volt."

Az *RTL Klub* híradóját többen „gyorsabbnak", „összefoglaló jellegűnek" és a már említett módon bulvárstílusúnak látták.

> „Az *RTL*-re is szükség van, mert rövidebb és több mindenről szó van benne."

> „Az *RTL* gyorsabb és összefoglaló jellegű."

A résztvevők az *RTL Klub* tudósítását azért érezték „rosszabbnak", mert megsértette a nézők által is elvárt narratív relevanciaszabályt, azaz az események központi aspektusáról arányaiban kevesebbet tudósított, mint körülményeiről (a tömegről) és következményeiről (a politikai visszhangról).

Hír: „Tömeg." – A Terror Háza megnyitója. RTL Klub, 2002. február 11.

Szöveg	Kép, snittek
Narrátor: „Tömeg. Több tíz ezer ember vett részt a Terror Múzeumának megnyitóján Budapesten."	Képek a tömegről.
Narrátor: „Több tízezren vettek részt a Terror Háza megnyitóján. A múzeum a nyilas és a kommunista terror áldozatainak állít emléket. Abban az Andrássy út 60.-ban alakították ki az emlékhelyet, ahol a nyilasok, majd az AVH központja volt. A Terror Házát Orbán Viktor miniszterelnök nyitotta meg. A helyszínen ott van tudósítónk is. Mit mondott beszédében a miniszterelnök?"	Bemondó stúdióban, közeli.
Tudósító: „Orbán Viktor azt mondta: vannak házak, amelyeknek súlyos történelme van. Ez a ház, az Andrássy út 60. mementó, eleven fájdalom. A miniszterelnök szerint (snitt 2.) nem azért van szükség erre a múzeumra, hogy az utókor személyes élményeket szerezzen a félelemről, hanem azért, hogy tudják, értsék, a szabadságnak milyen ára van.	1. Tudósító fényképe. 2. Orbán Viktor beszél.

Szöveg	Kép, snittek
Narrátor: „Ahogy a képeken is látható, hatalmas a tömeg. Mit tapasztaltok, okoz-e fennakadásokat a forgalomban?”	Bemondó a stúdióban.
Tudósító: „Komolyabb fennakadásokat nem okozott a tapasztalatok szerint, de nagyon lassan lehetett haladni (snitt 2.), szinte lépésről lépésre lehetett kijutni az Andrássy útra (snitt 3.). Valóban több tízezren gyűltek össze, az Oktogontól a Kodály Köröndig, faltól falig sűrű tömött sorokban, több száz méteren álltak az emberek (snitt 4.). Mozdulni nem lehetett az ünnepség és a megnyitó ideje alatt. A múzeumba egyébként 6 órától lehetett bemenni csoportokban (snitt 5.). Meglátásom szerint az itt lévőknek csak töredéke fog bejutni. A forgalom is nagyon lassan halad, inkább gyalog lehet közlekedni, az autók állnak a Körúton.”	1. Tudósító fényképe. 2. Kép a tömegről. 3. Kép Orbán Viktorról (beszél). 4. Tudósító fényképe. 5. Tömeg vonul.

Hír: „Megnyílt a Terror Háza.” – MTV1, 2002. február 11.

Szöveg	Kép, snittek
Narrátor: „Megnyílt a Terror Háza. A tömegben több száz egykori elítélt és fogva tartott is jelen volt az Andrássy úton.”	Kép a múzeumról és az előtte állókról.
Narrátor: „Megnyílt a Terror Háza. A nyilas és kommunista diktatúra áldozatainak emlékmúzeuma. Az Andrássy út 60. alatt a több mint tízezres tömegben az egykori fogva tartottak is jelen voltak.”	Stúdió, műsorvezető.
Narrátor: „A rettegett fekete autó 1948 őszén kanyarodott be X. Y.-nal az Andrássy út 60. elé. Három év borzalom, bestiális kínzások, elképzelhetetlen megaláztatások sora várt rá az ajtók mögött. Az iszonytató emlékek ma is elevenen élnek benne.”	1. Fekete autó. 2. Az áldozat igazolványa. 3. Az áldozatok sora a megnyitón. 4. Gyertyák a múzeum falánál.
Szemtanú: „Szétrúgtak, szétvertek, a talpam olyan volt, mint a zebrának a háta a gumibottól. Megtalpaltak, addig ütöttek, amíg állni tudtam.”	Közelkép, az áldozat beszél.
Narrátor: „X. Y.-t édesapja emléke hozta el a Terror Házához. Máig nem tudott a lelke megbékélni a történtekkel, mert nem csak a halálra kínzottak az áldozatok, hanem a családtagok, az évtizedekig megbélyegzettek, azok, akiknek életét derékba törte a kommunizmus, majd az emberarcú szocializmus.”	1. Áldozatok gyertyát gyújtanak. 2. A ház homlokzata. 3. Gyertyák.
Áldozat: „A táblán az áll, hogy a gyilkosoknak megbocsátunk, de mi nem bocsátunk meg, egy nemzetet tettek tönkre, ezeknek nem lehet megbocsátani.”	Áldozat beszél.

Szöveg	Kép, snittek
Narrátor: „Az emlékeknek súlya van, nagy teher az, amelyet még fél évszázad távlatából is nehéz levetni. A terror képeit mostantól mindenki megnézheti. Az áldozatok arca és a tettesek neve ezentúl nem titok. A múlt a sötét falak között kapott helyet, mindez okulás a jelennek, üzenet a jövőnek."	1. Gyertyák. 2. Orbán Viktor beszédet mond.
Orbán Viktor: „A ház fala, mely eddig a szobák és az utca közé állított határt, mostantól a múlt és a jövő közötti fal lesz. Túloldalán a rács mögött ül a félelem. Itt, a jövőben, a gyűlöletnek nincs többé helye. Ami bent van, az múlttá lesz, mi pedig a jövőnek válunk részeivé."	Orbán beszél, közeli.
Narrátor: „Az egykori nyilas és ávós börtön ajtaja régen a reménytelenségbe taszított embereket nyelte el, mától múzeum, az emlékezés háza."	Terror Háza előtti tömeg.

Fontos megjegyeznünk, hogy a középiskolás fiatalok többsége nem használt politikai fogalmakat (ilyen például a jobb-/baloldali oppozíció vagy a kormányzat/ellenzék preferencia) a közszolgálati és a kereskedelmi híradók értékelésében. Sokan láthatóan nincsenek tisztában ezekkel a dimenziókkal (vagy nem releváns a számukra) – még akkor sem, ha tudják: több műsort is meg kell nézniük ahhoz, hogy egy őket foglalkoztató eseményről teljes/objektív képet kapjanak.

A műsorszolgáltatás politikai orientációiról alkotott közkeletű nyilvános nézetek (például a közszolgálati televízió ciklusokon átívelő „kormányzathoz hű" tájékoztatáspolitikájáról) ismeretében talán meglepő lehet, hogy a többségében világos pártpreferenciákkal nem rendelkező fiatalok miért a *Magyar Televízió* híradóját érzékelték „objektívebbnek". Ennek okát abban kell keresnünk, hogy a műsort a nézők nem a neki tulajdonított politikai orientáció, hanem az elvárt relevancia és a hírnarratíva komponenseinek (fő téma, kontextus, háttér, körülmények, következmények stb.) megfelelő vagy éppen rossz súlyozása mentén ítélték meg. Azaz azon implicit elvárások mentén, amelyeket a nézők a hírek szerkesztési gyakorlatával szemben támasztanak.

5. Összefoglalás/Következtetések

A tanulmány bevezetőjében azt a kiinduló kérdést tettük fel: vajon mennyire kiszolgáltatott vagy éppen szuverén nézői a fiatalok a hírműsoroknak. A kvalitatív vizsgálatok természetesen nem tudnak erre a kérdésre statisztikai, csak illusztratív választ adni. Ebből azonban kiderül, hogy a fiatal nézők sok esetben már világos alapelvárásokkal rendelkeznek a hírműsorok narratíváival, azok szerkezetével, relevanciájával szemben. Ezek az elvárások jelentik a látottak értelmezésének egyfajta „mélyszerkezetét" és segítenek a hitelesség kérdéseinek eldöntésében.

A narratív, szerkezeti elvárásokon túl az is világosan látható, hogy a nézők egymástól sokszor homlokegyenest eltérő értelmezési kereteket aktiválnak, eltérő kontextu-

sokat hoznak működésbe. Ennek következtében a hír jelentése az interpretációs folyamat során változik. Ugyanaz a hírszöveg az egyik fiatal számára saját xenofób attitűdjeinek megerősítésére, mások számára éppen a hírműsor hitelességének, illetve a szerkesztő vélelmezett intenciójának megkérdőjelezésére szolgál.

A recepcióelemzés eszközeivel végzett illusztratív kvalitatív kutatással többek között megpróbáltuk bemutatni: miként kezelhető egységes keretben a szöveg és a befogadó perspektívája, amely a hazai kutatási hagyományban gyakorta külön szerepelt az 1990-es években. A szöveg fogalmának befogadás-központú újraértelmezése és ezzel párhuzamosan a közönség interpretációs gyakorlatának előtérbe emelése teremti meg ezt a lehetőséget. Fontos szempont, hogy az alapfogalmakra történő fokozottabb reflexió nem számolja fel a több évtizedes hatásproblematika relevanciáját, csak annak újragondolására késztet. Egy tömegkommunikációs üzenet kizárólag úgy képes meggyőzni, befolyásolni, manipulálni stb. befogadóját, ha találkozik a megfelelő feltételekkel, azaz pontosan „jósolja meg", számol a nézői recepció legkülönbözőbb (pszichológiai, társas, diszkurzív) kontextusaival. Hatás nem lehetséges az értelmezési folyamatok megkerülésével. De téves az az elképzelés is, amely az interpretációk sokféleségének talaján egyenesen a hatásproblematika értelmetlenségére következtet. A sikeres befolyásoláshoz „el kell találni", milyen interpretációs, kognitív stratégiákat fog követni a műsor nézője vagy nézőinek többsége. Ez sokszor (akár önkéntelenül is) sikerül, számos esetben nem. Rengeteg példát tudunk hozni mindennapi tapasztalatainkból mindkettőre. A televíziós jelenség vizsgálatában így nem az a kérdés: van-e hatás, hanem az: milyen feltételekkel, milyen körülmények között.

Irodalom

Kósa Éva & Vajda Zsuzsa (1998) *Szemben a képernyővel.* Budapest: Eötvös József Kiadó.

McQuail, Denis (1993) *Mass communication theory.* London: Sage.

McQuail, Denis (1997) *Audience analysis.* London: Sage.

Morley, David (1992) *Television, audiences and cultural studies.* London: Routledge.

Nyilas György (2000) Összehasonlító elemzés az MTV1 és a tv2 esti, fő műsoridős híradóiról. *Jel-Kép,* 4. szám.

Sági Matild (2001) A gyerekek szabadidős tevékenysége és a televízió. In: Gabos Erika (szerk.) *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra.* Budapest: Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat & ORTT.

Simonfalvi Ildikó (2001) A szülők szerepe a gyerekek tévénézési szokásainak alakításában. In: Gabos Erika (szerk.) *A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra.* Budapest: Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat & ORTT.