

Polyák Gábor – Torbó Annamária

Az újságírás-oktatás helyzete Magyarországon

Egy összehasonlító kutatás eredményei és tanulságai

A digitalizáció alapjaiban rengette meg az újságírás dinamikáját és az újságírók mindennapi munkáját. Az újságírói gyakorlattal párhuzamosan az újságírás-oktatásnak is lépést kell tartania a technológiai és a gazdasági változásokkal. A NEWSREEL (*New Skills for the Next Generation of Journalists*) című Erasmus+ stratégiai partnerségi projekt keretében végzett összehasonlító kutatásban négy európai ország – Magyarország, Románia, Németország és Portugália – akadémiai szintű újságíró-képzéseit vizsgáltuk abból a nézőpontból, hogyan jelennek meg az újfajta újságírói készségek a kiválasztott egyetem tananyagaiban. Az elemzés centrumát a következő négy alterület jelentette: az adatújságírás, a kollaboratív újságírás, az újságírás új üzleti modelljei, valamint a digitális kor etikai kihívásai. A kutatásból kiderül, hogy a vizsgált intézmények eltérő módon és mértékben alkalmazkodtak a médiaipar megváltozott igényeihez. Írásunkban elsősorban a magyar eredményekre fókuszálunk.

Kulcsszavak: újságírás, újságírás-oktatás, adatújságírás, kollaboratív újságírás, üzleti modellek, etikai kihívások, digitális technológiák, innováció

1. Új környezet – új kihívások

A professzionális újságírók szerepe létfontosságú a digitális média korszakában, mivel ők jelentik a hiteles és kontextualizált információk alapvető pillérét. Ahhoz, hogy e feladatokat a digitális médiakörnyezetben is elláthassák, alkalmat kell teremteni azoknak az új típusú kompetenciáknak és készségeknek az elsajátítására, amelyek révén képesek lesznek felvenni a versenyt az alternatív, nem-professzionális, vagy sokszor szándékosan elferdített hírekkel szemben. Az adatok hatalmas mennyiségének a digitális technológiák által lehetővé tett feldolgozása, az adatok vizuális megjelenítése, valamint a multiszektorális és a határokon átnyúló kooperáció új területeket nyit meg az újságírói tevékenységek előtt. Ugyanakkor az említett új médiakörnyezet nemcsak előnyöket, hanem számos technikai és gazdasági kockázatot is hordoz. Éppen ezért nagy szükség van az újságírók szakértelmére egyrészt az infokommunikációs technológiák biztonságának, másrészt az üzleti modellek és stratégiák fejlesztésének terén. Sergio Splendore és munkatársai (2016: 147) úgy vélik, „az adatújságírás jelenlegi fejleményei felerősítik az újságírók – és tanáraik – növekvő igényét az újfajta tudás és készségek iránt”, míg Dan Gillmor (2016: 816) szerint „az újságírók számára létfontosságú, hogy képesek legyenek megfelelően kommunikálni a programozókkal”. Kiemeli továbbá annak jelentőségét, hogy a média üzleti koncepcióit megértessük a diákokkal, mivel „a mai hallgatóink azok között lesznek, akik a holnap üzleti modelljeit fejlesztik az újságírás számára” (2016: 816).

2. A kutatás háttere és módszerei

A NEWSREEL projekt keretében készült beszámolóink célja, hogy betekintést nyújtson az újságírásban és az egyetemi szintű újságírás-oktatásban végbemenő innováció helyzetébe. Ezen belül konkrétan négy speciális területet, az adatújságírást, a kollaboratív újságírást, az új üzleti modelleket, valamint a digitális média etikai kihívásait vizsgáltuk, Magyarországon kívül három másik ország, Románia, Németország és Portugália esetében. A kutatás minden partnerországban három pillérből tevődött össze: tananyagok elemzése 6–6 kiválasztott egyetem kapcsolódó szakjain,

mélyinterjúk készítése a kiválasztott programokban oktató – főként tanszékvezető – kollégákkal (összesen 25-tel), valamint országonként 5–6, legalább az egyik alterületen tapasztalattal rendelkező újságíróval (összesen 21-gyel).

Hazánkban az újságírással összefüggő készségek elsődlegesen a kommunikáció- és médiatudományi szakok részeként jelennek meg. A kutatás során azon intézmények képzéseire fókuszáltunk, ahol az újságírás az adott szakon belül külön specializáció formájában is elérhető a hallgatók számára. Mintánkat minél változatosabban próbáltuk kialakítani, ezért vidéki és fővárosi, valamint állami, magán- és egyházi egyetem is bekerült az elemzésbe, ezek név szerint: Pécsi Tudományegyetem (PTE), Szegedi Tudományegyetem (SZTE), Debreceni Egyetem (DE), Eötvös Loránd Tudományegyetem (ELTE), Budapesti Metropolitan Egyetem (METU), Pázmány Péter Katolikus Egyetem (PPKE). A 2018 februárja és májusa között zajlott kutatás rávilágít arra, hogy az újságírás-oktatás, csak úgy, mint a négy alterületet érintő újságírói gyakorlat, igen nagy eltéréseket mutat a négy vizsgált országban.

3. Innováció az újságírás-oktatásban

Mielőtt áttekintenék a kutatásban kiemelt négy területet, érdemes a vizsgált magyar intézmények újságírás-oktatással összefüggő általános innovációjáról is szót ejteni. Egyes helyek nemcsak a korábbi kurzusaikat alakították át a digitalizációnak megfelelően, hanem kifejezetten az online vagy multimediális újságírással fókuszáló órákat is elérhetővé tettek. Az alábbiakban néhány említésre méltó kezdeményezést ismertetünk.

Szegeden, ahol a nyomtatott és az elektronikus sajtó specializációk még mindig elkülönülnek egymástól, az előbbi választó hallgatóknak, valamint a médiainformatikusoknak is lehetőségük van az „Internetes újságírás 1 és 2” nevet viselő kurzusokat választani, míg az elektronikus szakirányon ezek a készségek a többi kurzus részeként jelennek meg. A médiainformatikusok továbbá részt vehetnek a „Rádiózás és televíziózás az interneten” órán is. Mint Pusztai Bertalan (SZTE) elmondta, nem programozók, hanem haladó felhasználók nevelése a cél, ennél fogva nincsenek klasszikus informatikai kurzusaik. Kovács Ákos (PPKE) is ezen a véleményen van, és kiemelte, hogy az újságíróknak továbbra is elsősorban a tartalomgyártással kell foglalkozniuk. Náluk a nyomtatott és az elektronikus médiát már közös specializáció keretében oktatják, és egyebek között olyan specifikus órákat kínálnak, mint az „On-line média és tartalomszolgáltatás” vagy a „Multimediális tartalomkészítés (digitális fotó, infografika, on-line videó, podcast)”, emellett a multimédiával összefüggő készségek a METU integrált média és a PTE nyomtatott és elektronikus média szakirányának tantervében is megjelennek. Mint Hammer Ferenctől (ELTE) megtudtuk, a hallgatóik igencsak változatos háttértudással rendelkeznek. Néhányuknak nagyon kevés az IT-ismerete, míg mások a hackereket is megszégyenítő készségek birtokában vannak, az utóbbiak az alapozó informatikai kurzus helyett egyből részt vehetnek a „Kreatív médiagyakorlatok” órán. Az ELTE-n találkozni a legszélesebb kurzuskínálattal; itt az olyan egészen speciális területek is külön kurzusok keretében jelennek meg, mint a „Mobil kommunikáció”. A DE újságírás-specializációjának „Az online-kommunikáció gyakorlata” című órája is folyamatos átalakulás alatt van, amivel igyekeznek követni az internet által előidézett újabb és újabb változásokat. Szirácz Péter (DE) szerint nagyon fontos, hogy állandóan vizsgálják azokat a készségeket, amelyeket a piac vár el a végzett újságíró-hallgatóktól, mert ezzel tudják a tanítást a valóban szükséges kompetenciákhoz igazítani. Mindegyik intézmény rendez önálló workshopokat és egyéb eseményeket, amelyek a digitális média különböző területeihez kapcsolódnak, és gyakorlati szakembereket is rendszeresen meghívnak vendégelőadókként. A vendégelőadók számát nézve kétségkívül az ELTE áll az élen: nagyon sok volt diákjuk jön vissza egy-egy szemináriumra oktatóként, és hasonló helyzet tapasztalható Szegeden is.

Néhány, a mintában szereplő intézményben a rendelkezésre álló technológia nagyon fejlett. Ez különösen igaz az SZTE esetében, amely egyrészt megörökölte a korábbi Budapest Médiaintézet felszerelését, másrészt egyetemi beruházások és pályázatok révén tud újabb eszközöket beszerezni. A METU és a PPKE tanszékvezetői is elégedettek a meglévő technológiával, míg az ELTE, a DE és a PTE számos nehézséggel kénytelen szembenézni. Habár ezeken a helyeken is megtalálhatók a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (NMHH) újmédiás laborjai, ezek nem tudják az összes olyan eszközt biztosítani, amelyre a tanszéknek szükségük lenne (például laptopok, kamerák), továbbá a laborokhoz való hozzáférés sem minden esetben zökkenőmentes. Szijártó Zsolt (PTE) a médiavállalatok bevonását javasolja a probléma megoldására, mivel ők tudnák biztosítani a diákok számára szükséges technikai felszereléseket.

3.1. Adatújságírás

A digitális forradalom alapvetően változtatta meg azokat a módokat, ahogyan az újságírók összegyűjtik, elemzik, interpretálják és bemutatják az információkat. Az internetnek köszönhetően a nyílt adatokhoz, a kormányzati és a nem-kormányzati adatbázisokhoz és szoftverekhez való hozzáférés technikailag sokkal egyszerűbbé vált. Mindez lehetővé teszi hatalmas mennyiségű adat összegyűjtését és elemzését, amire korábban nem volt példa, és ezzel párhuzamosan hozzájárul egy új típusú újságírás, az *adatújságírás* kialakulásához. Aron Pilhofer, a New York Times munkatársa a következő definíciót javasolja:

„Az adatújságírás átfogó kifejezés, amely [...] felöleli az egyre növekvő eszközöket, technikákat és a történetmesélés megközelítéseit. Magában foglalhat mindent a hagyományos számítógépes eszközök segítségével folytatott újságírói kutatómunkától egészen a legmodernebb adatvizualizációs és hírkalkulációkkal kapcsolatos problémákig. A cél minden esetben: információt és elemzést biztosítani annak érdekében, hogy segítsen minket a fontos napirendi kérdésekről szóló tájékoztatásban” (idézi Gray et al., 2012: 6).

A legtöbbször az oknyomozó, a gazdasági vagy a politikai beszámolókból találkozunk az adatújságírás alkalmazásával, és nagyon gyakran a *kollaboratív újságírással* (lásd a következő fejezetet) együtt érhető tetten, mint például a Panama-akták esetében.

Mindegyik ország mintájában szerepelnek olyan egyetemek, amelyek speciális kurzusok formájában elérhetővé teszik az adatújságírást hallgatóik számára. Ugyanakkor az ilyen oktatási helyek száma az egyes országokban nagyon eltérő, ahogyan az is, hogy mekkora hangsúlyt fektetnek a szakterületre az egyes felsőoktatási intézmények. A vizsgált magyar egyetemek közül csak kettőben – és információink szerint rajtuk kívül még egyben – érhető el az adatújságírás önálló kurzusként: a METU-n és az ELTE-n, ahol ugyanaz az adatújságíró oktatja a hallgatókat. Ezek az órák inkább az újságírói, mintsem az informatikai készségekre fókuszálnak. A terület néhány eleme más kurzusokba integrálva gyakorlatilag mindegyik egyetemen megjelenik, ilyen például a DE „Prezentációs technológiák” órája, vagy a PPKE, ahol a „Multimediális tartalomkészítés” keretében tanulhatnak infografikát. Debrecenben egyébként még nem érzik, hogy vidéken elegendő munkaerő-piaci kereslet lenne az adatújságírásra, Szegeden ezzel szemben már megfogalmazódott az igény, hogy adatújságírást tanítsanak, ám nincsen elérhető megfelelően szakképzett humán erőforrás ennek gyakorlati megvalósításához. Szijártó Zsolt (PTE) úgy tartja, hogy az adatújságírásnak – és a hozzá hasonlóan speciális szakterületeknek – a mesterszakok szintjén kellene intézményesülniük.

Az adatújságírás helyzete a három vizsgált ország közül Portugáliában áll a legközelebb a mienkéhez. Ott önálló kurzus formájában csak egy egyetem, az ISCTE-IUL tantervében jelenik meg. Románia köztes helyet foglal el a szakterületet illetően: a Bukaresti Egyetemen például mind az alap-, mind a mesterszakon találhatunk adatújságíró kurzusokat, de a Babeş-Bolyai (Kolozsvár), valamint az Alexandru Ioan Cuza (Jászvásár) kínálatában is szerepelnek adatok gyűjtését és vizualizációját fókuszba állító órák. A legtöbb adatújságírással foglalkozó oktatási intézményt Németországban találtuk, bár önálló kurzusként csak a Dortmundi Műszaki Egyetemen (amely a kutatásban résztvevő Erich Brost kapcsolt intézménye) érhető el a hallgatók számára, a többi helyen jellemzően inkább modulokat és workshopokat kínálnak. Mindegyik országban vannak olyan intézmények, amelyek az adatújságírás bizonyos elemeit integrálják más, jellemzően online újságírással foglalkozó kurzusokba.

3.2. Kollaboratív újságírás

Az újságírók és hírszervezetek közötti együttműködések egyre fontosabbá válnak, különösen a már említett oknyomozó és a tényfeltáró újságírás esetében. A kollaborációk lehetővé teszik számukra, hogy összekapcsolják az erőforrásaikat és szakértelmüket annak érdekében, hogy olyan közérdekű kérdéseket vizsgáljanak, amelyek a politika, az üzlet, a kereskedelem vagy a bűnözés területén bukkannak fel – mind nemzeti, mind határokon átívelő szinten (Alfter 2016, 2018, Sambrook 2018).

Egyetlen magyar, román, német és portugál intézményben sem találtuk meg a kollaboratív újságírást önálló kurzus formájában. Ugyanakkor a diákok közötti kooperáció előmozdítása tetten érhető mindegyik vizsgált intézmény tantervében. Ezen kívül az egyes magyar egyetemek tanszékei között is megfigyelhetünk együttműködések, jellemzően más társadalom- vagy bölcsészettudományi, esetenként vizuális művészeti diszciplínákkal. Néhány intézmény kifejezetten nagy hangsúlyt fektet a projektalapú oktatásra és a hallgatók közös projektmunkájára; ez megfigyelhető például a METU és a PPKE esetében. Debrecenben nemcsak az órák alatt, hanem a tanterven kívüli projektekben is együttműködésre buzdítják a hallgatókat, például a kar imázsfilmjének elkészítése során. Az ELTE-n is fontos szerep jut a kooperációnak, különösen azoknak a kurzusoknak az esetében, amelyekben a hallgatók saját médiatartalmat állítanak elő. Szegeden is hasonló a helyzet, de az adatújságíráshoz hasonlóan azt remélik, hogy a közeljövőben a kollaboratív újságírást is önálló szakterületként jelenik majd meg a programban. Mint Pusztai Bertalan (SZTE) elmondta, a tanszékük rövidesen vendégül lát egy külföldi szakembert, aki ízelítőt ad a témából a hallgatóknak.

Németországban, Portugáliában és Romániában az előadások keretében is bemutatják a kollaboratív újságírást formáit, továbbá esettanulmányokat is megvitatnak. A Lisszaboni Nova Egyetem diákjai részt vettek egy kollaboratív projektben, ahol más egyetemek újságíró-hallgatóival dolgoztak együtt annak érdekében, hogy oknyomozó riportokat készítsenek egy weboldalra és egy rádiós műsorba.

3.3. Az újságírást új üzleti modelljei

A digitális forradalom megköveteli a médiában dolgozó szakemberektől, hogy a korábbi, egyformára szabott üzleti modellek helyett olyan testre szabott megoldásokat kezdjenek el alkalmazni, amelyek gyakran csak egy-egy termékhez illeszkednek. A tradicionális média üzleti modelljeinek összeomlása az innováció új útjainak felfedezésére kényszeríti a hagyományos és az új, csak online elérhető médiumokat, annak érdekében, hogy profitot termeljenek (Bastos Zamith 2012: 118–119, 132). Olyan üzleti modellt, amely hosszú távon is sikeresen képes működni, igencsak nehéz találni. Ugyanakkor világszerte megfigyelhetők olyan jelentősebb trendek és jó gyakorlatok, amelyek a különböző reklámmodellektől a fizetett tartalmakon, a szponzoráláson és a tagságon át a nemmediális termékek értékesítéséig terjednek (Prieto 2015: 164–166).

A vizsgált magyar médiaszakok tantervében mindenhol találkozni általánosabb, médiagazdaságtanról szóló kurzusokkal, az új üzleti modellek viszont legfeljebb perifériálisan jelennek meg. Az ELTE-n, ha nem is a hagyományos értelemben vett újságírást, de a közösségi médiasztrók üzleti modelljei például terítékre kerülnek a „YouTube sztárok – online celebek – Kommunikáció az Y és Z generációkkal” kurzus keretében. Az innovatívabb helyeken ugyanakkor foglalkoznak olyan témákkal, mint amilyen az újságírók személyes márkájának építése és eladása. Murai András (METU) szerint ez nagyon fontos, mivel annak az esélye, hogy valaki főállású újságíró lesz, igencsak csökkent, ezért a hallgatókat fel kell készíteni arra, hogy szabadúszó újságíróként képesek legyenek többféle irányba helyezkedni. A személyes márkát az ELTE egyik általánosabb, a PR-kommunikációról szóló kurzusában is megjelenik, ahol a médiaipar különböző területein dolgozó előadókat látják vendégül.

Romániában hozzánk hasonlóan javarészt a médiagazdaságtani kurzusokon nyílik lehetőség az új üzleti modellel való ismerkedésre. Ott a Bukaresti Egyetem hangsúlyosan készíti fel a diákokat arra, hogy gondolják át a pénzügyi kihívásokat és lehetőségeket. Németországban a hatból öt programon foglalkoznak a kérdéssel, míg Portugáliában két lisszaboni egyetem kínál speciális kurzusokat, a többi más órákon érinti a témakört.

3.4. A digitális korszak etikai kihívásai

A digitális média számos új etikai kihívás elé állítja az újságírókat. Az olyan klasszikus kérdéseken túl, mint a pártatlanság, az összeférhetetlenség és a megtévesztés (Muller 2014) az újabb problémák között első helyen az egyre növekvő mennyiségű álhíreket találjuk. A *post-truth* korszakban létfontosságú, hogy az újságírók átláthatóan és professzionálisan dolgozzanak, világos etikai keretek között, annak érdekében, hogy ellensúlyozzák a hamis információk terjedését (McBride Rosenstiel 2014, Russ-Mohl 2017, High level Expert Group on Fake News and Online Disinformation 2018).

A médiajog és médiaetika kurzus mindegyik vizsgált magyar intézmény tantervében régóta jelenlévő területnek számít, és ezek általában már foglalkoznak a digitalizációval kapcsolatos kihívásokkal is. A PTE „A kommunikáció szabályozásának etikai és jogi kérdései” című kurzusa keretében a két szempont együttesen van jelen, továbbá a médiaszabályozás külön szemináriumként is megjelenik. A tanszék gyakran tart meghívott szakértők vezetésével workshopokat és egyéb rendezvényeket (például médiafesztivált) a kérdésekhez kapcsolódóan. A médiajogot és a médiaetikát Debrecenben és a Pázmányon is együttesen oktatják. Mint Kovács Ákos (PPKE) elmondta, katolikus egyetem révén az egyes cselekedetekért való felelősségvállalás kiemelt fontosságú számukra, és ez alól a média területe sem jelent kivételt. Az ELTE-n, valamint az SZTE-n a hallgatóknak lehetőségük nyílik kifejezetten az újságírói jogi kérdéseket taglaló órákon részt venniük. A szegedi nyomtatott specializáció részét képezi „Az újságírás jogi háttere, jogi és etikai kérdések a gyakorlatban” című kurzus. Az ELTE-n a „Kommunikációs esettanulmányok: a véleménynyilvánítás szabadsága a bírói gyakorlat tükrében” kurzus egyik kiemelt témája az internetes tartalmakkal kapcsolatos ítélezési gyakorlat változásainak elemzése. Egy másik érdekes kezdeményezés a sajtószabadságról szóló szeminárium, ahol a hallgatók a magyar médiahelyzetet vehetik górcső alá. A meglévő kurzusok ellenére a megkérdezett újságírók úgy érzik, a médiajog és a médiaetika kérdéseit eddig eléggé elhanyagolták a magyar oktatásban.

Magyarországhoz hasonlóan Románia, Németország és Portugália vizsgált egyetemeinek kínálatában is fellelhetünk átfogó médiaetikai kurzusokat, amelyeket igyekeznek adaptálni az új kihívásokhoz. Nagyon aggasztó ugyanakkor Gabriel Hasmațuchi (Lucian Blaga Egyetem, Románia) tapasztalata, aki elmondta, hogy a médiába felvett diákjaiknak gyakran tanácsolják, hogy „felejtsek el a sok szemetet”, amit az újságíró-iskolában tanultak meg, és felejtsek el az etikát. Németországban a Stuttgarter Média Egyetem kivételével minden vizsgált intézményben foglalkoznak az újságírói etika és a digitalizáció kihívásainak összefüggéseivel. A portugál programok mindegyikében futnak a területet érintő órák; némelyik inkább a jogra, némelyik az etikára összpontosít, míg mások a deontológiára fókuszálnak. Ugyanakkor – mint António Granado (Nova Egyetem) – megjegyzi, a végzett hallgatók nem alkalmazzák a megszerzett tudásukat, mivel annak, amit az etikáról tanulnak, nincsen gyakorlati haszna.

4. Korlátok és lehetőségek

A mintában szereplő összes interjúalany egyetértett abban, hogy a digitalizáció számos kihívás elé állítja az újságírást. Mind a megkérdezett újságírók, mind az oktatók úgy vélik, a klasszikus készségek – például a kritikai gondolkodás, a jó íráskészség és az információk folyamatos ellenőrzése – örökzöldek, ugyanakkor ezek mellé napjaink újságíróinak olyan új, a technikai fejlődéshez kapcsolódó készségeket is el kell sajátítaniuk, mint amilyen a multimédia-tartalmak szerkesztése vagy a digitális kommunikációs csatornák biztonságos használata. Többnyire annak megítélésében sem mutatkozott eltérés, hogy az egyes intézményeknek nem kell minden trendet egyformán követniük; sokkal fontosabb, hogy a hallgatók az alapvető kompetenciákat elsajátítsák, és a jelentős trendeket jelenítsék meg a tananyagokban. A magyar újságírók mindegyike úgy gondolja, hogy az újságírói készségek komplex elsajátítása sokkal fontosabb a magyar újságíróknak, mint Nyugat-Európában vagy az Egyesült Államokban élő társaiknak, mivel a magyar szerkesztőségek sokkal kisebb költségvetéssel és jóval kevesebb munkaerővel dolgoznak.

Mint a nemzeti beszámolók rámutatnak, az adatújságírás ígéretes területként jelenik meg az újságírásán belül, a téma megfelelő oktatásához és gyakorlásához szükséges keretek azonban nem mindenhol adóttak, például a legtöbb magyar egyetemen nem érhető el. Különösen igaz ez az állami intézményekre, ahol nagyon gyakran az anyagi erőforrások hiányával kell szembenézni. A megfelelő oktatók elérése is nagy problémát okoz; a legtöbbször külső szakértőket kell bevonni, mivel az újságírást oktatók legnagyobb többsége nem rendelkezik gyakorlati tapasztalattal olyan speciális területeken, mint az adatújságírás.

Szinte mindegyik egyetemi tanszék elismeri, hogy fontos a digitális kor etikájával és az új üzleti modellekkel kapcsolatos ismereteket átadni a hallgatóknak, bár ez a magyar mintában szintén kevésbé hangsúlyosan van jelen. Ugyanakkor a többi országban is csak kevesen fókuszálnak arra, hogyan kell megfelelő üzleti terveket és stratégiákat kifejleszteni az újságírói projektekhez. Hasonló a helyzet az etika terén is, ahol a digitális médiakörnyezet jellemző problémái – mint a gyűlöletbeszéd és az álhírek vírusszerű terjedése – háttérbe szorulnak. Egyik ország vizsgált intézményében sem találni a kollaboratív újságírásra kihegyezett kurzusokat, de ahogyan nálunk, úgy

a legtöbb külföldi intézményben is hangsúlyt fektetnek arra, hogy megtanítsák a diákokat a csapatmunka fontosságára.

Az újságírás-oktatásban végbemenő innováció különbségei visszavezethetők az egyes országok médiarendszereinek eltéréseire is. Miközben számos ígéretes fejlesztést figyelhetünk meg a német médiában és újságírás-oktatásban, a magyar és a román szerkesztőségek és egyetemek nemcsak idő- és forráshiánnyal, hanem gazdasági és politikai megszorításokkal is kénytelenek szembenézi. Az elmúlt években ugyanakkor mindkét országban létrejöttek olyan kollaboratív újságírói hálózatok, amelyek új üzleti modelleket alkalmaznak. Magyar részről az Átlátszó és a Direkt36 rendszeres és sikeres közösségi finanszírozási kampányai emelhetők ki, ugyanakkor ez a finanszírozási forma az online előfizetéssel együtt továbbra is szokatlan a közönség nagy része számára.

Abban, hogy Magyarország mind a négy területen elmaradást mutat, nyilvánvalóan az a tény is szerepet játszik, hogy továbbra sem található önálló újságíró programok a magyar felsőoktatási intézményekben. Az újságírás oktatása még mindig a kommunikáció- és médiatudomány szakokba integrálva jelenik meg, amelyek szükségszerűen másfajta tudásterületeket is magukban foglalnak. Az újságírás független diszciplínaként való elismerése nagyon fontos lenne (lásd még Weyer et al. 2015), mert megfelelő szintű oktatása valószínűleg csak ez után válna lehetségessé.

Irodalom

Alfter, Brigitte (2016): Cross-Border Collaborative Journalism: Why Journalists and Scholars Should Talk about an Emerging Method. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, vol. 5, no. 2, pp. 297–311.

Alfter, Brigitte (2018): New Method, New Skill, New Position? Editorial Coordinators in Cross-Border Collaborative Teams. In: Richard Sambrook (ed.): *Global Teamwork: The Rise of Collaboration in Investigative Journalism*, pp. 41–58. Oxford: Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-03/sambrook_e-ISBN_1802.pdf (letöltés: 2019. II. 4.).

Gillmor, Dan (2016): Towards a new model for journalism education. *Journalism Practice*, vol. 10, no. 7, pp. 815–819.

Sambrook, Richard (2018): *Global Teamwork: The Rise of Collaboration in Investigative Journalism*. Oxford: Reuters Institute, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-03/sambrook_e-ISBN_1802.pdf (letöltés: 2019. II. 4.).

Splendore, Sergio, Philip Di Salvo, Tobias Eberwein, Harmen Groenhart, Michal Kus & Colin Porlezza (2016): Educational strategies in data journalism: A comparative study of six European countries. *Journalism*, vol. 17, no. 1, pp. 138–152.

Weyer Balázs, Bozóki Dominika, Bán Bence & Zöldi Blanka (2015): Felmérés a magyarországi médiaképzésekről. Munkaanyag a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete számára. *Médiakutató*, XVI. évf. 1. szám 11–21. o.

Abstract

The situation of journalism education in Hungary: Outcomes and lessons of a comparative research

Digitalisation has significantly changed the dynamics of journalism and the everyday job of journalists. In parallel with journalism practice, journalism education should keep up with these technological and economic changes. In the framework of an Erasmus+ strategic partnership project called NEWSREEL (*New Skills for the Next Generation of Journalists*), a comparative research has analysed how the new skills needed for today's journalists appear in the curricula of academic journalism education in Hungary, Romania, Germany and Portugal. The main focus was on data journalism, collaborative journalism, new business models and ethical challenges for journalists in the digital age. The research highlights that the different institutions under observation have adopted their curricula to the new needs of the media industry with various forms and degrees. In this study, we primarily focus on the Hungarian outcomes.

Polyák Gábor a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének egyetemi docense, a Mérték Médiaelemző Műhely tagja. Jogi és kommunikációs diplomáját, doktori fokozatát és habilitációját Pécsen szerezte, a bécsi egyetemen LL.M. fokozatot szerzett. 2014 és 2016 között a münsteri Westfälische-Wilhelms Universität kutatója volt. Kutatási területe a médiaszabályozás és a médiapolitika, az IT jog, valamint a demokráciaoktatás. A NEWSREEL – *New Skills for the Next Generation of Journalists* című Erasmus+ stratégiai partnerségi projekt szakmai vezetője. Legutóbbi könyve: *Medienpolitik in Osteuropa. Theoretischer Rahmen und mediale Praxis* (B&S Siebenhaar Verlag, Berlin, 2018). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Az adatvédelmi hatásvizsgálat módszertana”, Balogh Zsolt Györggyel, Böröcz Istvánnal, Kiss Attilával és Szőke Gergely Lászlóval (2014. tél).

Torbó Annamária a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének kutatója. Kommunikáció- és médiatudomány alap-, majd mesterszakon szerzett diplomát, készülő doktori disszertációját a PTE Nyelv és Kommunikáció Doktori Programjának keretében írja. Fő kutatási területe a popkulturális médiaszövegek (filmek, sorozatok) és rajongói közösségek, valamint a nemzetközi újságírás. A NEWSREEL – *New Skills for the Next Generation of Journalists* című Erasmus+ stratégiai partnerségi projekt koordinátora és kutatója. Email: torbo.annamaria@gmail.com