

Tófalvy Tamás

# Lehet-e folyamatos válságban az újságírás?

A technológiától a szakmai normákig – és vissza<sup>1</sup>

Ha elmélyedünk az újságírás történetének szakmai diskurzusaiban, azt figyelhetjük meg, hogy a szakma éppen aktuális válságáról szóló viták, elbeszélések gyakorlatilag folyamatosak. A lehetséges okokat tárgyaló narratívákban vissza-visszatérő elemek a gazdasági, üzleti, politikai, kulturális és technológiai fejlemények. Így lehetett az eredője az újságírás válságának a 2008-as válság vagy a 2020-as koronavírus-járvány, de válságos állapotba sodorta már az újságírást a demokratikus berendezkedés átalakulása, a populizmus térnyerése, a „bulvárosodás”, a „fake news”, továbbá a televízió, az internet, a közösségi média vagy a platformok térnyerése is. A különféle válságnarratívák középpontjában egyaránt szerepelhetnek üzleti modellek, szakmai és morális értékek, ismeretelméleti állásfoglalások, illetve ezek tetszőleges kombinációi. E tanulmányban – áttekintve az újságírás válságdiskurzusairól szóló metairódmalmat – egyfelől annak kísérlek meg utánajárni, hogy milyen motívumok és témák jellemzik az újságírás válságnarratíváit. Másfelől az érdekel, hogy ezek az elbeszélések milyen kulturális, társadalmi, gazdasági és technológiai kontextusokkal függhetnek össze – különös tekintettel ez utóbbira. Összegezve a rendelkezésre álló modellek tanulságait pedig azt a címben is feltett kérdést kísérlem meg megválaszolni, lehetséges-e egyáltalán, hogy az újságírás folyamatos válságban van?

**Kulcsszavak:** narratívák, újságírás, szakmai normák, technológia, válság

## 1. Bevezetés: két láb, háromfejű isten és rengeteg válság

A Columbia Journalism Review, a talán legtekintélyesebb újságírószakmai fórum 2020 nyarán jelentette be (Harris 2020), hogy a szintén a Columbia Egyetemen működő Tow Center for Digital Journalismmal elindítják a Journalism Crisis Projectet, hogy azonosítsák és ezáltal megkíséreljék megoldani azokat a problémákat, amelyek az újságírás jelenlegi, értelmezésükben jelentős és mély válságát okozhatják. Ha belelapozunk a szakirodalomba, akkor is azt láthatjuk, hogy az újságírás válsága mondhatni magától értetődő téma a tudományos közleményekben – nemcsak a talán leggyakrabban válságos állapotúnak ítélt print újságírásra (Siles & Boczkowski 2012), hanem az ágazat, a szakma egészére vonatkoztatva. Az tehát bizonyosnak tűnik a szakmai és a tudományos elbeszélések alapján, hogy az újságírás válságban van. De mit jelent a válság, és minek köszönhető? Általánosságban akkor nevezünk egy időszakot válságosnak, ha a megszokott rendben zajló folyamatok, működések kizökkennek a szokásos medrűkből, és ez jellemzően valamilyen típusú veszteség, veszély érzékelésével jár együtt. Az utóbbi években született fontosabb értelmezések alapján pedig az újságírás területén különféle válságtípusokat és lehetséges okokat, kontextusokat lehet azonosítani.

Az újságírásban egyfelől egy fenntarthatósági válság van, amely részben az üzleti modellek fenntarthatatlanságából, törekenységéből vagy legalábbis bizonytalanságából fakad, részben pedig a gazdasági válságok által terhelt

<sup>1</sup> A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

általános gazdasági visszaesésből. Jay Blumler (2010) *A kétlábú krízis* című írása szerint az újságírás válságának másik oka (avagy az ő metaforája szerint: lába) a szakmának a demokrácia működtetésében betöltött szerepének csorbulása. James Curran (2019) – tovább folytatva a sajátos metaforák hálózatát – „háromfejű istenként” képzelet el az újságírás válságát. Ez egyrészt a globálisan megfigyelhető állami cenzúragyakorlatoknak köszönhető – amelyek ez esetben nem azonosak a hibrid rezsimekben elterjedt gazdasági nyomásgyakorlással, a *media capture*-rel, hanem tényleges tartalomkontrollt, cenzúrát jelentenek. Másrészt az újságírás és az *establishment*, azaz az uralkodó elit összefonódásának. Ez utóbbi faktor, amelyet Blumler *elite sourcing*nek nevez, még az olyan országokban is jelen van, ahol létezik hatékony és szabad oknyomozó újságírás, de az újságírók ezekben a rezsimekben is kénytelenek arra hagyatkozni az információáramlás biztosítása érdekében, hogy bizonyos mértékben jóban legyenek az elittel, ami tompítja a demokratikus intézmények feletti kontrollt. Harmadrészt pedig természetesen a gazdasági visszaesésnek, amelynek köszönhetően kevesebb pénz jut a szerkesztőségeknek, így kevesebb minőségi tartalom áll elő. Mindezek összefüggnek az újságírás hegemoniájának válságával, avagy azzal, hogy a diskurzus moderálásában eddig betöltött kapuőri szerepe meginogni látszik – John Nerone (2015) szerint ez a szempont a legfontosabb.

A talán legalaposabb áttekintést Rasmus Kleis Nielsen adja, aki részben szakértői interjúkra alapozva azonosított három meghatározó válságnarratívát az újságírásban: a gazdasági, a professzionális és a közbizalmi válságot. A már a korábbi értelmezésekben is szereplő gazdasági válság mellett új tényezőként felmerülő professzionális krízis lényege úgy is megfogalmazható, mint a „mi az újságírás?” kérdésének újra- és újra felmerülése, vagyis az újságírás lényegének megkérdőjelezése és újratárgyalása. A közbizalmi válság pedig annyit tesz, hogy – a vonatkozó felmérések adataira hagyatkozva – az emberek egyszerűen egyre kevésbé bíznak az újságírókban (Nielsen 2016).

A 2020-as év, ha lehet, még rá is erősített mindezekre a folyamatokra. A Covid19-járvány és a velejáró gazdasági válság és hirdetési visszaesés tovább gyengítette a médiavállalatok pozícióit. Ehhez társult az általános globális demokráciaválságként, -deficitként keretezett folyamat, amely részben összefügg a populizmus és a populista és/vagy hibrid, irányított demokratikus rezsimek térnyerésével és a „fake news”-dilemmával is.

## 2. Örök válságban? A technológiától a szakmai normákig

„Az újságírás válsága lehetőséget ad arra, hogy a mindennapi reaktív és veszteséges újságírói munkát egy szelektív vállalkozássá alakítsuk át, amely olyan dolgokról számol be, amelyekről más nem tud” – írja Michael Shapiro a *Columbia Journalism Review*-ban, de nem a már a bevezetőben idézett 2020-as felhívásban, hanem bő egy évtizeddel korábban, 2009-ben (Shapiro 2009). Ugyanebben az évben a Victor Pickard és munkatársai (2009: 6) által készített jelentés már sokkal drámaibban fogalmaz:

Egy mélyebb válsággal kerültünk szembe: az újságírás mint intézmény a szemünk előtt omlik össze; egy olyan válsággal, amely túlmutat a napilapok pusztulásán és a demokratikus berendezkedés alapjaira mér csapást.

Ahogy Paolo Mancini (2013) is felidézi, az újságírás jelenlegi, kiterjedt és sokrétű válságának észlelése már egy évtizeddel korábban is hasonló intenzitással jelen volt a szakmai diskurzusban. De ha még nagyobbat lépünk vissza az időben, kiderül, hogy nemcsak egy évtizeddel korábban, hanem gyakorlatilag amióta létezik újságírás a mai formájában, de legalábbis a 20. század eleje óta folyamatosak a válságnarratívák az újságírásban (Zelizer 2015). A narratív ágensek, azaz a válság feltételezett aktív, cselekvő okai pedig szintén visszatérők: a gazdasági fejlemények, a politikai közeg, a közbizalom változásai és a társadalmi közeg átalakulása, valamint a szakmai normák, értékek transzformációja mellett az új technológiai megoldások, eszközök és platformok (tetszőleges konstellációkban összekapcsolódva) felelősek azért, hogy az újságírás az adott időben és helyen válságban van. Az új technológiai platformok és a szakmai értékek keresztmetszetében is sok motívum vissza-visszatér a válság tünetének szerepében. Ilyen elem például a „bulvárosodás” észlelése, amely már felmerült a 20. század húszas éveiben is, mint a rádiós formátumok kritikája (Jackaway 1995), de ugyanígy központi motívum volt nyolcvan, illetve száz évvel később is, az online újságírás és a közösségi médiaplatformok terjedésével is (Serazio 2009).

Ebben az írásban a számos lehetséges főszereplő közül egyre koncentrálok, és arra vagyok kíváncsi, hogy a technológiai platformok és szakmai normák interakciójában milyen válságbeszélések jellemzőek az újságírás közelmúltjában. A szűkebb fókuszon keresztül pedig arra a nagyobb kérdésre keresem a választ, hogy vajon a válságnarratívák folyamatosága egyet jelent-e a válság folyamatosságával, avagy lehet-e folyamatos válságban az újságírás.

## 2.1. Szakmai válságok és technológiai nyomások

Az újként és ezáltal sokszor fenyegetőként is keretezett technológiák visszatérő főszereplői, „okai” az újságírás válságainak. A leggyakoribb hanyatlástörténet-séma szerint az új technológiák különféle módokon erodálják a szakmai értékeket, akár olyan mértékig, hogy az már magának a szakmának, az intézménynek a lényegét, a létét fenyegeti. Ilyen szerepet töltött be egykoron a rádió (Jackaway 1995), a televízió (Davis 1976), és természetesen az internet, a közösségi média vagy a platformok térnyerése is. Ha közelebről vizsgáljuk meg ezeknek a technológiai fókuszú elbeszéléseknek a gazdasági, szociológiai vagy éppen kulturális hátterét, gyakran az derül ki, hogy az újabb válság feltételezett technológiai okai mélyebben vagy éppen más területeken gyökereznek. Egy kulturális, keretezési példával kezdve: nem technológiaalapú szakmai botlásokat is gyakran keretez a szakma technológiavezérelt értékválságok tüneteiként. Egy ilyen jelenséget ír le Elizabeth Butler Breese a *The Perpetual Crisis of Journalism: Cable and Digital Revolutions* (2016) című írásában, megmutatva, hogy milyen hasonlóan beszélt a szakma harminc év távlatában egy-egy új technológiához kötött szakmai válságokról.

1981-ben a CBS-en a később legendás televíziós újságíróvá váló Dan Rather tévesen jelentette be, hogy a Ronald Reagan elleni merényletkísérletben meghalt James Brady, a Fehér Ház sajtósa. Ekkor alig egy éve működött az első 24 órás kábel-hírtévé, a CNN, Rather elsietett bejelentéséért pedig az új technológiát és az általa kikényszerített instant publikációs kényszert tették felelőssé a kommentárok. 2011-ben nagyon hasonló eset történt. Az NPR tévesen közölte, hogy elhunyt Gabrielle Giffords kongresszusi képviselő, amely hibáért a szakmai közvélemény ezúttal már természetesen nem a már harminc éve létező kábeles hírcsatornát, hanem az akkor már jelentős szerepet betöltő közösségi médiát kárhóztatta: de a korábbi esethez hasonlóan azért, mert túlzóan nagy nyomást helyez a hírszerkesztőkre, hogy azonnal és gyorsan publikálják a hozzájuk eljutó információkat, ezzel erodálva az ellenőrzés és a verifikálás szakmai értékeit. Ahogy arra Butler Breese rámutatott, ezekben az esetekben bár egy-egy új technológia lett kikiáltva felelősnek, valójában nagyon hasonló és egyben egyszerű szakmai hibákról volt szó, amelyeket technológiafüggetlenül bármilyen közegben el lehet követni.

## 2.2. A válság periódusai

Az újságírás állandó krízisbeszéléseinek értelmezését tovább árnyalhatja az a szükségszerű körülmény is, hogy a válságokat potenciálisan kiváltó faktorok (természetükből fakadóan) jellemzően periodikusan váltakoznak az idő múlásával. Arthur J. Kaul és Joseph P. McKerns (1985) méltatlanul elfeledett tanulmánya egy olyan radikális értelmezést ajánl, amelyben nemcsak az újságírás krízisei, hanem az újságírás ideológiája általában szorosan követi (legalábbis az 1835 és 1985 közötti másfél évszázadban) a gazdasági ingadozások „hosszú hullámain”. Azaz olyan periódusokat, amelyekben negyedszázados növekedéseket követnek csökkenési szakaszok, vagyis válságok. Értelmezésükben az új technológiák megjelenése is ezekhez a periódusokhoz igazodik: jellemzően a válságidőszakokban nyernek teret, ezért az újságírói szakmai ideológiák reakciója, változása is a két párhuzamos jelenség mögött rejtőző harmadik ok, a gazdasági együttállás terméke. Így az újságírói ideológia, válságnarratíva funkciója a megrendült hatalmi pozíció legitimálása. Az új ideológiák ennek megfelelően az új gazdasági helyzethez való igazodásuk során konszolidálódnak. Ez a modell, ha lehet, még a Michael Schudson-féle (2001), széles körben hivatkozott társas konstruktivista megközelítésénél is radikálisabb. Schudson szerint az amerikai újságírás ideológiájának, eszmerendszerének egyik legmeghatározóbb eleme, az objektivitás-doktrína az újságíró-társadalom belső kulturális és társadalmi dinamikájának következményeképpen jött létre. Kaul és McKerns még ennél is tovább menve a társadalmi-kulturális motívumokat is a gazdasági változásokból levezethetőnek tartja.

### 2.3. Válság vagy forradalom?

A krízisbeszélések meghatározó jellemzője továbbá, hogy ki a mesélő. Ami az egyik nézőpontból válság, az egy másiktól forradalom is lehet. Ha a régi világ szereplője, a vesztes felől a történet válság, akkor meglehet, hogy az új szereplő, a győztes ezt lehetőségként látja. Ez a kettősség már jellemző volt a rádió körüli, száz évvel korábbi diskurzusokra is, ahol a magukat fenyegetettnek érző print lapok válságként keretezték a rádió térnyerését, a rádiós szereplők azonban természetesen éppen ellenkezően értékelték a helyzetet (Jackaway 1995). Hasonlóan, a mai platformválság is csak a tradicionális média felől nézve válság: a Google és a Facebook elbeszéléseiben nem esik szó az újságírás haláláról (de ha esne is, az feltételezhetően mérsékelten lenne sajnálatos körülmény az új kapuőrök felől nézve). Visszatekintve a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM 2014–2021) projekt *oral history* archívumába, szembeszökő, hogy az egykor a hazai online média és újságírás úttörőiként szereplő szakemberek narratíváiban gyakorlatilag egyszer sem merül fel a válság szó vagy az egykori folyamatok válságosként értelmezése. Szerepüknek köszönhetően az eseményeket nem válságosként, hanem újszerűként, forradalmiként vagy éppen kihívásként élték meg – az online média folyamatos növekedése legfeljebb a tradicionális médiaszereplőknél kereteződött válságként.

### 2.4. Sokféle válság, sok helyen

Nemcsak a konfliktusban betöltött szerep, hanem a regionális-kulturális pozíció is meghatározza a válságnarratívák természetét. Rasmus Kleis Nielsen (2016) komparatív tanulmányában médiapiaci szereplőkkel, szakemberekkel készített interjúk segítségével osztályozta a különböző elbeszéléseket, a már említett három – gazdasági, szakmai és bizalmi – szempont regionális értelmezéseit összevetve. Az összehasonlításban a Daniel C. Hallin és Paolo Mancini (2004) médiarendszer-kategorizációjára alapozott, amely alapvetően három nagy médiarendszert különít el aszerint, hogy az egyes területeken miként viszonyulnak egymáshoz az újságírói és a politikai rendszerek, felfogások. Nielsen így kérdezett szakembereket a demokratikus korporatista (például finn és német), polarizált pluralista (francia és olasz), illetve a liberális (brit és amerikai) piacokról is. Mint kiderült, a krízisbeszélések korántsem globálisak. Éppen ellenkezőleg: attól függően alakulnak, hogy a beszélő honnan szemléli a(z ebből következően különböző) történéseket. Amíg a finn és a német interjúalanyok szerint a gazdasági és a szakmai válság nem jellemző, a bizalmi válság ugyan igen, de már régi probléma, addig a francia és az olasz megszólalók szerint mindegyik típusú válság létezik – de mindegyik régóta, és egyik sem új. A brit és az amerikai elbeszélésekben egyedül a bizalmi válság jelent meg régóta létezőként, de a gazdasági és a szakmai válságot újként keretezték.

## 3. Konklúzió: lehet-e folyamatos válságban az újságírás?

Paolo Mancini (2013: 128) szerint:

Amit arról gondolunk, hogy az újságírásnak milyennek kellene lennie (neutrális, független a hatalomtól, informatív, örkutya szerepet betöltő stb.) az csak egy baleset a tömegmédiátörténetében. Más szavakkal: amit általában az újságírás tradicionális liberális modelljeként definiálunk (Hallin & Mancini 2004), inkább kivételt jelent, mintsem szabályt – kivételt a földrajzi elterjedése és időtartama tekintetében egyaránt.

Mancini e provokatívan megfogalmazott, de egyben meglehetősen kijózanító megfogalmazása nemcsak azért megvilágító erejű, mert szembesít az öröknek hitt értékek átmenetiségével, hanem azért is, mert ráébreszti az olvasót a szakmai értékek és a szakmai értékekről szóló diskurzusok értelmezése közötti hatalmas ismeretelméleti szakadékra. Amíg a diskurzus szereplői szeretik adottnak venni az érvelésük alapjául szolgáló értékek rögzítettségét és örökkévalóságát, addig a vita kontextusának szemlélői csak a változást, az értékek átmenetiségét és a társadalmi-kulturális-gazdasági eredők szerepét látják állandónak.

Hasonló a dilemma az újságírás válságával és a válságról szóló elbeszélések feszült viszonyában is. A globális diskurzusokban, amelyeket nem mellékesen alapvetően a leginkább válságnarratíva-favorizáló amerikai-angolszász paradigma ural, gyakorlatilag folyamatos főszereplő az újságírás válsága. De ha betekintünk a válságnarratívák gazdasági-társadalmi-kulturális kontextusaiba, akkor elbizonytalanodunk a főhős permanens jelenlétébe vetett hit megalapozottságában. Hiszen a válság logikai természete (amely természetéből fakadóan egy szakaszosan fel-felbukkanó jelenség), a gazdasági periodicitás, a téves narratív tulajdonítások, az elbeszélői pozíciók sokfélesége, illetve az eltérő regionális szemléletek is egyaránt azt sugallják, hogy a válság nem pusztán nem állandó sem térben, sem időben, de még csak nem is lehet az. A „lehet-e folyamatos válságban az újságírás?” kérdésre adható válasz tehát elkerülhetetlenül kettős: a(z angolszász globális) diskurzus maga egyértelmű és hangos igennel felel, de a vita színpalái mögül szemlélődő ismeretelméleti pozíció szerint az újságírás lehet, hogy átélte, átél és át fog élni kríziseket, de *valószínűleg* nincs folyamatosan válságban.

## Irodalom

- Blumler, Jay G. (2010): The two-legged crisis of journalism. *Journalism Studies*, vol. 11, no. 4. pp. 439–441.
- Breese, Elizabeth Butler (2016): The Perpetual Crisis of Journalism: Cable and Digital Revolutions. In: Jeffrey Alexander, Elizabeth Butler Breese & Maria Luengo (eds.): *The Crisis of Journalism Reconsidered*, pp. 31–42. Cambridge: Cambridge University Press.
- Curran, James (2019): Triple crisis of journalism. *Journalism*, vol. 20, no. 1, pp. 190–193.
- Davis, Robert E. (1976): *Response to Innovation: A Study of Popular Argument about New Mass Media*. New York: Arno Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004): *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Harris, Lauren (2020): The journalism crisis is gaining momentum. *Columbia Journalism Review*, 17 June. [https://www.cjr.org/business\\_of\\_news/the-journalism-crisis-is-gaining-momentum.php](https://www.cjr.org/business_of_news/the-journalism-crisis-is-gaining-momentum.php).
- Jackaway, Gwenyth (1995): *Media at War: Radio's Challenge to the Newspapers, 1924–1939*. Westport, Conn: Praeger.
- Kaul, Arthur J. & Joseph P. McKerns (1985): *Long Waves and Journalism Ideology in America, 1835–1985*. Előadás az Association for Education in Journalism and Mass Communication éves konferenciáján (68th, Memphis, TN, 3-6 August, 1985).
- Mancini, Paolo (2013): What Scholars Can Learn from the Crisis of Journalism. *International Journal of Communication*, no. 7, pp. 127–136.
- MODEM (2014-2021) Magyar Online és Digitális Médiatörténet projekt, <http://mediatortenet.hu>.
- Nerone, John (2015): Journalism's Crisis of Hegemony. *Javnost – The Public*, vol. 22, no. 4, pp. 313–327.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2016) The many crises of Western journalism: A comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. In: Jeffrey Alexander, Elizabeth Butler Breese & Maria Luengo (eds): *The Crisis of Journalism Reconsidered*, pp. 77–97. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pickard, Victor, Josh Stearns & Craig Aaron (2009): *Saving the News: Toward a National Journalism Strategy*. Washington, D.C.: Free Press.
- Schudson, Michael (2001): The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, vol. 2, no. 2, pp. 149–170.
- Serazio, Michael (2009): Rethinking a Villain, Redeeming a Format: The Crisis and Cure in Tabloidization. In: Barbie Zelizer (ed.): *The Changing Faces of Journalism Tabloidization, Technology and Truthiness*, pp. 23–26. London: Routledge.
- Shapiro, Michael (2009): Open for Business: If You Want Readers to Buy News, What, Exactly, Will You Sell: The Case for a Free/Paid Hybrid. *Columbia Journalism Review*, July/August.
- Siles, Ignacio & Pablo Boczkowski (2012): Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media and Society*, vol. 14, no. 8, pp. 1375–1394.
- Zelizer, Barbie (2015): Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis. *Journal of Communication*, no. 65, pp. 888–908.

## Abstract in English

### **Is journalism in a permanent crisis?**

If one happened to be immersed in the professional and academic discourses on the nature of journalism, they would find that the debate on the assumed crisis of the profession is permanent. In the narratives discussing the potential causes of crisis there are, among other ones, economic, business, political and technological factors. This paper, focusing on the technology-centered narratives, attempts to reconstruct overarching rhetorical themes and framing patterns in crisis narratives, and tries to answer the question of whether it is possible that journalism is in a permanent crisis.

**Keywords:** crisis, journalism, narratives, professional norms, technology

**Tófalvy Tamás**, PhD, médiakutató, kommunikációs szakember, tanácsadó. A kommunikációs technológiák és a kultúra interakciójával, valamint a digitális tartalomipar közpolitikáival és stratégiájával foglalkozik. A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Szociológia és Kommunikáció Tanszékének MTA Bolyai János Kutatói Ösztöndíjas egyetemi docense, a BME Kommunikáció- és Médiatudomány Mesterszak Digitális Média szakirányának vezetője, a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM) projekt vezetője. 2018–19-ben a Central European University Center for Media, Data and Society kutatója, 2013–17 között a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete főtitkára, 2012–13-ban a Columbia Egyetem Fulbright-ösztöndíjas kutatója volt. Legutóbbi munkái: “We have never been part of the journalistic profession” – Self-perceptions and professionalization of online journalists in the early era of Hungarian digital media (*Media History*, 2020) és *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream* (szerk., Barna Emíliával) (Palgrave Macmillan, 2020). Email: tamastofalvy@gmail.com.