

SZÚCS LÁSZLÓ

Ha már nem buli a gagyi

Egy médiafogyasztásról szóló nemzetközi összeállításban olvastam az adatot: valamikor decemberben a britek televízió-nézési szokásait vizsgálva azt mérték, hogy a 16–34 közötti korosztály tagjai körében sokkal többek érdeklődését keltette fel a kilencedik ikszen is túllépett természetfilmes David Attenborough sorozata, a *Bolygónk, a Föld* legújabb részének vetítése, mint az azzal egy időben sugárzott énekes tehetségkutató show, az *X Faktor* csalogányai. Szóval nincs még minden veszve, igaz, attól is alighanem igen távol állunk, hogy a magyar (vagy akár a román) televíziós kínálatban kapcsolatban adhassunk teret hasonló tartalmú hírnek. A realitás inkább az, hogy az említett korosztály, jellemzően a serdülők és a fiatal felnőttek szinte egyáltalán nem néznek televíziót, legalábbis hagyományos értelemben. Valamit persze néznek, hallgatnak, de nem feltétlenül azt és akkor, mint amit a televíziós társaságok kínálnak. Márpedig mostanáig az volt jellemző, hogy a kereskedelmi televíziók a kínálatukat elsősorban a fiatalabb nézőközönség igényeihez igazították, ők lévén a remélt célközönsége a műsorok közt, néha már inkább azok helyett sugárzott reklámoknak.

Lehet, hogy ha a fenti példa nem egyszeri, akkor át kell gondolni a műsorpolitikát, s ez vonatkozik szélesebb értelemben a médiára, tehát a rádiózásra és az írott sajtóra is. Sőt, a színházak számára is fontos lehet a fiatalabb korosztályok eredményes megszólítása, hogy adott esetben a diákbérletesek néhány évvel később, már kenyérkeresőként is rendszeres nézői legyenek az előadásoknak. Irodalmi rendezvényeinken örömmel tapasztaljuk, hogy a kortárs magyar művek iránt van érdeklődés a fenti brit példában emlegetett nemzedékek tagjai körében. Szóval nem lenne nagy butaság leszokni arról, hogy olcsó gagyival próbálja bárki is szórakoztatni a fiatalokat. Mi bölcs, harmincnégyen túlik pedig már amúgy is könnyen elválasztjuk a búzától az ocsút. Ugye?