

jóra, ki rosszra. A digitális újságírás egyik neuralgikus pontja ugyanis, hogy ez az újonnan teret hódító médium eddig kimaradt a szabályozásból. Semmilyen törvény vagy jogszabály nem ír elő kógens útmutatót a tartalomszolgáltatóknak. Mindenki kedvére kalózkodhat a neten.

A kötet szerzőjének nem ez az első – és reményeim szerint nem az utolsó – munkája, amely nyomtatásban megjelenik. A Pulitzer-emlékdíjas médiakutató termékenysége mel-

lett a minőségre is ügyel. Könyvei ma már nélkülözhetetlenek a kommunikáció- és médiatudományban. Közérthető nyelvezete, gyakorlati példái mind az olvasót szolgálják. Ma még nem sejtjük, milyen nagy hasznát veszük pártatlan, csak a szakma írott és íratlan szabályaihoz igazodó könyveinek az elkövetkezendő esztendőkből.

NAGY ZOLTÁN

Pikó András – Wisinger István – Zöldi László: Általános médiaismeret
Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs, 2007.

„Megjelent az első általános médiaismereti tankönyv.” Ezzel kezdő ajánlóját egyik hetilapunk jó nevű publicistája. Majd így folytatja: „Érdekli? Nem érdekli?” – Engem érdekelt. Annak ellenére, hogy az „első” megjelölés némi gyanút keltett bennem. Már csak annak okán is, hogy a mesterség művelőjeként, az utóbbi tíz évben magam is több tucat hasonló módon aposztrofált szakirodalmat olvastam.

Kétségeim sajnos beigazolódtak. A három elismert médiaművelő ez alkalommal nem alkotott igazán nagyot. Merem ezt mondani már csak azért is, mert eddigi munkásságuk jó ismerői közé tartozom. Becsülöm is őket. A kötet szerzői azonban most röpdolgozatot készítettek. Na jó, szakdolgozatot írtak.

„Látszólag jól állunk médiaismereti könyvekkel” – ismerik el a bevezetőjük első mondatában a szerzők. Én is erről beszélek. Csak-hogy kevés a minőségi mű. Tankönyv formájában pedig különösen. Nos, ez a kötet sem ezek sorába iratkozik fel. Nem vitatva a jó szándékot, úgy vélem: könyvük csupán egy a sok közül. Kétségtelenül sok hasznos ismeretet tartalmaz, de nem konzisztensen. Legtöbb, mindössze néhány soros alfejezete így aztán csak a felvetés szintjén marad. Ez pedig kevés azoknak, akik újságíróként, intézményi kommunikátorként, marketingesként szeretnének ismereteket szerezni.

„Nem állíthatjuk, hogy minden igényt kielégítünk” – mentegetőznek a szerzők. Kár ezt még deklarálni is, úgymint észreveszi az olvasó. Tudom persze, a teljességre legfeljebb csak törekedni lehet, ám ez esetben is igaz a mondás: „aki sokat markol, keveset fog.” Eleve lehetetlen egy kétszáz oldalas könyvben a médiáról általánosságban szólni, bemutatni az írott sajtó működését, beszélni a rádiózásról, górcső alá venni a televíziózást. (Merthogy ez a könyv négy főfejezete.) Különösen úgy, hogy – ami egyébként nem baj – fotók, ábrák, grafikonok töltenek meg oldalakat, elvéve a helyet ezzel a szöveges közléstől. Ha pedig még az alfejezetenkénti összefoglaló kérdéseket és az „írások amelyeket érdemes hozzáolvasni a fejezethez” című részeket is ideszámítom, az effektív tartalom a kötet felére zsugorodik. Ez utóbbi két szerkesztési szempontot megítélésem szerint mellőzni lehetett volna. Mi szükség van például ilyen kérdésre, hogy: „Szakmai szempontból hogyan jellemezné a rádiósok képzeletbeli szakmai buliját?” Vagy: „Miért tekintjük a televíziót egyszerre háztartási gépnek és szellemi hűtőszekrénynek?” Az egyes fejezetekhez ajánlott olvasmányoknak pedig a könyv végén, a felhasznált irodalomban lenne a helyük. (Már csak azért is, mert a fejezetek ezekből az „ajánlásokból” is építkeznek.)

A könyv tartalmának tényyszerűségét nem lehet vitatni. A benne foglalt számszerű adatok frissességét különösen nem. Ennek ellenére úgy érzem, egy 21. század eleji médiantankönyvből nem hiányozhat – még ha a következetesség kedvéért a felszínen is maradvány – egy internetes újságírással foglalkozó fejezetecske. (Érthetetlen, hogy a televíziós fejezetbe hogyan került bele a világháló és az online sajtó.)

A kötet nem nélkülöz néhány ellentmondást, vitára ingerlő megállapítást, az ismétlődésekről nem is beszélve. Egyik helyen ez olvasható: „a kereskedelmi média világa életesebb, mint a való világ”, a következő oldalon pedig az áll, hogy: „az olvasót eltávolítják a mindennapoktól”. Vagy: „Átjárás nincs, az egyik napilap olvasói nem kísérik figyelemmel a másik napilapot.” A frekvenciák pályázatásáról szinte ugyanazt találjuk a rádiózásról és a televíziózásról szóló fejezetben is. Apróságnak tűnhet, de az elírások ez esetben is zavaróak, különösen nevek esetében. A szövegben Vitray Tamás szerepel helyesen, az alatta levő képaláírásban pedig helytelenül „Vitrai Tamás”. Más helyen az írás egy lap esetében napilapról beszél, az illusztrációnak szánt újságfejlécben pedig hetilapot olvashatunk. Nem szerencsés egy idejű első kiadású könyvben olyan impresszumot közölni, ahol a feltüntetett nevek egyike sem dolgozik már az adott szerkesztőségben. És még egy: jelentkezzen az a lapkiadó, ahol , minden példányszám vevőre talál, nincs remittenda. (Ha csak ingyen nem „osztogatják” a lapot.)

A könyv esztétikailag sem felel meg maradéktalanul az elvárásoknak. Különösen ami a grafikákat és fotókat illeti. Előbbiek sokszor zsúfoltak, áttekinthetetlenek, és ami a legnagyobb baj: az apró táblázatok olvashatatlanok, elmosódottak. Térképekbe ábrákat szerkeszteni amúgy is kockázatos vállalkozás. A fekete-fehér technika miatt a kördiagramoknál nem válnak szét a „színek”, az egyes árnyalatok nem különülnek el, így zavarják az értelmezést. Hasonló jelenségeknek lehetünk tanúi a fényképek esetében is. A dokumentarista fotók esetében mindez megbocsátható, ám a mai felvételeknél semmi nem indokolja a minőségi hiányosságokat. Gondosabb nyomdatechnikai eljárással – vélelmezem – mindezek kiküszöbölhetőek lehettek volna.

A kötet minden médiaágban debreceni vonatkozásokat is tartalmaz. A nyomtatott és online sajtó esetében megemlékeznek az osztály-német tulajdonú Inform Média lapcsoportjáról, azon belül a cég regionális hírportáljáról, köztük említve a Hajdú On-line-t, melynek oldalait naponta több tízezer látogatják. A szerzők ugyanígy szót ejtenek a debreceni önkormányzat ingyenes hetilapjáról, amelyet a terjesztők már nemcsak a megyeszékhely minden háztartásába juttatnak el, de számolnak a mutációkkal több nagyobb településen is. Ugyanitt írnak a Debrecen On-line-ról, mint a Debrecen hetilappal szakmailag együttműködő, de önálló szerkesztésű felületről. A rádiózás tekintetében a kötet a közműsor-szolgáltatók között foglalkozik a Kölcsey Ferenc Református Tanítóképző Főiskolán működő Méliusz kisközösségi rádióval, amely a hazai felsőoktatási intézmények közül, elsők között vállalkozott önálló médium létrehozására, és amely az intézmény kommunikáció szakos hallgatóinak gyakorló bázist jelent. Televíziós relációban a Debrecen Televízióról mint profitérdekelt önkormányzati tulajdonú gazdasági társaságról esik szó a könyvben. Különösen annak kapcsán, hogy ez a műhely volt az egyik fő kezdeményezője a Hálózat Televízióknak, amelynek gesztora a Helyi Televíziók Országos Egyesülete.

A kötet egy, a magyar médiáról 2004 és 2006 közötti felmérést is közread. Kár, hogy nem tudni, az adatok honnan származnak. Legyünk jóhiszeműek, fogadjuk el a számokat. (Ezek többsége ugyanis egybecseng más forrásokéval.) Ma a magyar médiaiparban 25 ezren dolgoznak. 10 ezren tanulnak kommunikációval kapcsolatos ismereteket a felsőoktatási intézményekben. Nos, a szerzők nekik szánták elsősorban a könyvet. Az információs társadalom alakítóinak. A kötet íróinak nem titkolt szándéka: „a tankönyv fogadtatásából okulva, módosítjuk az első kiadást, és tető alá hozzuk a másodikat. Majd pedig szétváltunk, hogy mindhármunk saját érdeklődési körének megfelelően írjon egy-egy könyvet.” Lehet, már most is így kellett volna tenniük.

Mert lehet, hogy az írásom elején emlegetett hetilap neves publicistája nem ugyanazt a könyvet olvasta? A szerzőhármás ennél sokkal többet ért hivatásához. Elkötelezettjei a

szakmának. Magas szinten művelik, oktatják a mesterséget. Hivatástudatuk megfellebbezhetetlen. Nem tudom, érzik-e ők is, ez most nem profikra vall. A fejezetek vázaltszerűek, a gondolatok összemosódnak. Kritikám nem is személyüknek szól, különösen nem eddigi munkásságuknak. Csak a tankönyv megnevezés zavar. Ez esetben egy kicsit erős. Bár, mint tudjuk, minden relatív. Okulni mindig lehet. Még a hevenyészett gondolatokból is.

Megint csak a bölcs ember méltató szavait idézem ajánlójából: „csúszik lefele a presztízis, mint a gatyakorca, az ám!” – csak egy szép napon nehogy pőrén álljunk a nagyérdemű elé. Mert akkor már nemcsak a lóláb lóg ki, hanem az egész meztelen valóság látszik. Csak reménykedem: a médiavalóság nem azonos az Ádám-kosztümmel.

NAGY ZOLTÁN

Bertho Lavenir, Catherine: A demokrácia és a média a 20. században
Csokonai Kiadó, Debrecen, 2005.

Modernkori sajtótörténeti tanulmányt kapunk a clermont-ferrand-i egyetem és az École Polytechnique történetétől – rendszerező szándékú könyvében a politikai hatalom és a sajtó kapcsolatát vizsgálja az első világháborútól a század végéig (az eredeti kiadás Párizsban jelent meg 2000-ben).

A monografikus igényű áttekintés – bár műve mintegy 300 oldalán a szerző elsősorban a nyugat-európai (francia, német, brit) és az amerikai demokráciák szemszögéből tárgyalja a sajtó szerepvállalását és a média – technikai fejlődéssel párhuzamosan megfigyelhető – modellváltásait, bepillantást enged a totális rendszerek médiapolitikájába is.

Könyvének alapvető kérdése, hogy a média mennyiben felelős a demokratikus rendszerek működéséért és azok esetleges torzulásaiért, illetve kitér a sajtócenzúra különböző formáinak bemutatására, a totális rendszerek (például a német és az olasz fasizmus) médiapolitikájára, illusztrálva közben a modern televíziózás és újságírás manipulatív módszereinek kialakulását és működési mechanizmusát. A kommunista rendszerek sajtóirányítására azonban nem tér ki, csupán a nyugat-európai sajtó tükrében szól a „kommunista veszély”-ről, például a francia sajtó kommunizmussal való viszonyát vagy az amerikai propagandát – benne a hollywoodi „boszorkányüldözést”, az

„elkötelezett művészvilág” viselkedését és konfliktusait – emelve ki.

Izgalmas kérdéseket vetnének fel itt az összehasonlítások, erre azonban Bertho Lavenir nem vállalkozott, amit azzal magyaráz, hogy az egyes országokat egyedi módon kell kezelni, mert az amerikai politikai háttérnek például semmi köze nincs ahhoz a politikához, amely megmagyarázza a német közéletet, vagy Franciaország az 1950-es években egészen más szemmel nézte a „kommunista fenyegetést”, mint MacCarthy Amerikája.

„Tárgyalni és meggyőzni: a 20. század folyamán a média folyamatosan biztosította ezt a két lényeges funkciót” – írja a szerző, hozzászól azonban, hogy a technikai fejlődés és a nemzetállamokon belüli vagy a világtörténelmi események rendszeres időközönként kikezdték, megbillentették vagy felborították a megszerzett egyensúlyt. Megfelelő státuszt kellett például kivívnia a rádióknak és a televízióknak, fel kellett fedezni a fénykép hatalmát, át kellett alakítani a politikai beszédek formáit, hogy azok megfeleljenek az új médiumok adta közvetítési lehetőségeknek, a vitákat úgy kellett szervezni, hogy azok „beleférjenek a képernyőbe”, ráadásul a látvány szerepének megerősödésével a véleményformáló politikai sajtó meghátrálása volt megfigyelhető az illusztrált lapokkal szemben.