



Előszó

Balázs Géza - 2016. 11. 30.

Legutóbbi tematikus számunk e témában: ***Blogok és bloggerek 2010/3.***

A blognak az első magyar környezetben való nyelvészeti bemutatása is a Magyar Nyelvstratégiai Kutatócsoporthoz mint a hazai netnyelvészet megalapozójához köthető, Csala Bertalan tanulmánya volt a téma első tudományos, magyar leírása (a forrás: Balázs Géza és Bódi Zoltán szerk.: Az internetkorszak kommunikációja. Gondolat, Budapest, 2005).

Újabb és újabb informatikai platformok születnek. A rohamos fejlődés gyorsítja és egyben egyszerűsíti az információtovábbítást, s vélhetőleg az alkotást és a befogadást is. Herczeg Zsolt egy interjúban azt kérdezi egy médiaszakembertől: „Nem úgy van ma már, hogy senki sem újságíró és mindenki az? A bloggerek, vloggerrek, fotelpublicisták, Facebook-huszárok és Twitter-vitézek korában mi értelmet van még professzionális újságírásra tanítani 12-25 éveseket?” (***Az elhivatottság összetartja a DUE-t. Interjú Szaly Józseffel***)



A lapszám képeit Balázs Géza készítette a DUE médiatáborában, 2016-ban.

A média küldetésével, a közszolgálat éthoszána elemzésével egy későbbi, tervezett E-nyelv Magazinban kívánunk foglalkozni. Most maradunk a bloggereknél, bloggerináknál, vloggereknél, vloggerináknál, Facebook-huszároknál, Twitter-vitézeknél és fotelpublicistáknál...

A 30 éven aluli fiatalok számára gyakorlatilag nem létezik a rádió és a televízió. Viszont él és virul a blogés a vlog. A vloggerek a semmiből hirtelen fel tudnak futni, „aratnak”, persze csak akkor, ha tudnak valami eredetit. De mi az? Ha bepillantunk egy „menő” blogba, ezt látjuk: jó nagy adag magamutogatás, oldottság, kötetlen duma, felszínes témák, de van valami titok, amit érdemes társadalmi-szemiotikai-nyelvi szempontból elemezni.

A Diák- és Ifjúsági Újságírók Országos Egyesülete (DUE) őszi médiatalálkozóján a Budapesti Metropolitan Egyetemen egy hangulatos, kötetlen beszélgetésben nyilvánult meg két videóblogger: Viszkok Fruzszi – az ún. beautyblogok egyik hazai királynője (150 ezer követő), kedves, szerény egyéniség; Csecse Attila („bookaholic”, „Egy srác, egy kamera és egy rakás könyv, jó adagnyi hülyeséggel fűszerezve”, ugyancsak 150 ezer követő, 17 millió megtekintés), valamint Zachár Panni, aki inkább csak ír, tehát hagyományos blogot művel, így visszafogottabb, és persze jóval kevesebb a követője. Elhangzott, hogy reklámügynökségek „repültek” már rájuk. Öntudatosan azt mondják, ha olyasmit akarnak rájuk erőltetni, ami nekik nem tetszik, azt nem vállalják. Szabadok, kötetlenek, az újmédia első, önmaguk által felépített sztárjai. A Népszabadság 37 ezer példánynál állt meg... A diákmédiatalálkozókon megfigyelhető, hogy a tini-bloggerek, -vloggerek közönségtalálkozói sokkal nagyobb tömeget vonzottak, sokkal több szelfi készült velük, mint a kereskedelmi és közszolgálati média által kitermelt, felépített nagy sztárjaival... Valami nagyon megváltozott.

Az E-nyelv Magazin 2016/4. számában (Veszelszki Ágnes vendégszerkesztésével) három tanulmányt adunk közre. Porkoláb Ádám (PTE) áttekinti a blogok alkalmazott nyelvészeti, netnyelvészeti kutatásait, majd saját tipológiát ad, és fölvet kutatásetikai szempontokat. Mezriczky Kitti (ELTE) a fanfiction elbeszélési módjáról ír. A fanfiction: a könyvek, filmek és sorozatok rajongói által blogszerűen írt történet, jellemző elbeszélési módja a második személyű (ReaderInsert), ami könnyebb átélhetőséget biztosít. PuroszLeonidasz (ELTE) kvantitatív felmérést készített a 444.hu híroldal kommentjeiről. Többek között azt is megtudhatjuk belőle, hogy egy hír elavulási ideje: 2 nap. Úgy véljük, hogy az E-nyelv Magazin ennél többre van hivatva.

Nincs hozzászólás!

Your Email address will not be published.

- Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)

© 2025 e-nyelvmagazin.hu. All rights reserved.