

TAKÁCS JUDIT

A MÉDIANYELV „KERESKEDELMIESÜLÉSE”

1. A média hatása

GEORGE GERBNER óta nem csupán sejtjük, hanem kutatási eredmények támasztják alá (*A média rejtett üzenete*. Osiris Kiadó. Budapest. 2002.), hogy napjainkban a média jelentős szocializáló szerepével kell számolnunk. Ez a médiahatás főleg a fiatal generációk világlátását, értékrendjét határozza meg nagymértékben. Aki a tévében látottak alapján alakítja ki nézeteit vagy világképét – itt elsősorban a kereskedelmi csatornákra gondolok –, ezt a torzulást nagy valószínűséggel észre sem veszi, hiszen az innen származó információkat fogadja el hitelesnek. Aki naponta négy órán keresztül vagy ezt meghaladó mértékben nézi a televíziót, az a kutatások szerint az átlagosnál hajlamosabbá válik az aggodásra, gyakran túlértékeli annak veszélyét, hogy bűncselekmény áldozata lesz, illetve gyakran gondolja, hogy lakóhelye nem kellőképpen biztonságos. A televíziót nézve a gyerekek korán megpillantják az erőszakot, és hozzászoknak a látványához, hiszen a kíméletlen jelenetek mára a mesefilmekben is megjelentek.

Olvashatjuk és tapasztalhatjuk, hogy a túlzott médiafogyasztás pszichikai szempontból egyértelműen káros. Kevesebbet beszélünk azonban a médiafogyasztás nyelvhasználatra kifejtett hatásairól. Jelen írásban ennek a médiahatásnak a felvázolására teszünk kísérletet.

2. A médianorma

A médianormáról, a médiában hallható beszéddel kapcsolatos elvárásokról Balázs Géza részletesen írt a Magyar Nyelvőr hasábjain (Balázs 1997:275). A médianormát a következőképpen definiálja: köznyelven alapuló, de a közvetlen kommunikációban használt köznyelvnél szándékosan gazdagabb, „mívesebb” nyelvváltozat. „Az ideális médianyelv-használat központja a köznyelvi normán alapuló ’emelkedettebb’ médianorma, amely szüntelen érintkezésben van a köznyelvi normával, valamint a művészi normával.”

2.1. „Kereskedelmiesülés?”

A szakirodalom leszögezi, hogy meg kell különböztetnünk a közszolgálati és a kereskedelmi média nyelvét. A kereskedelmi televíziók mindennapokban alkalmazott magatartásmintákra és nyelvhasználatra gyakorolt összetett hatása, a „kereskedelmiesülés”, Balázs Géza szerint éppen a kommunikációs-nyelvi megkülönböztetés hirdetésével indult. Ennek főbb kommunikációs jelei: „lazaság”, oldottság, harsányság; nyelvhasználati jelei pedig: szlengesedés, ironizálás, túlzott szójátékok, a köznyelvi szabályok (normák) határának kitérítése, illetve megkérdőjelezése. (Balázs 2000:7). Ez a stílus, mint arra Balázs rámutat, gyakran zsákutcának bizonyult, hiszen a nézők nem voltak rá fogékonyak. Bár sokaknak tetszett ez a nyelvi lazaság, a média nyelvének az utca nyelvéhez való közelítése, a legtöbb néző számára azonban visszatetszőnek, sőt kiábrándítóknak bizonyult. Mivel a kereskedelmi televíziók annak lehetőségeit keresik, hogy minél nagyobb tömeget szólíthassanak meg, ez által pedig pozitív visszajelzést váltsanak ki, hamar visszatértek a kissé emelkedettebb, hagyományos értelemben vett médianyelvhez.

Ezzel a megállapítással azonban nem érthetünk maradéktalanul egyet. Médiafogyasztóként is megállapíthatjuk, hogy ez a normalizálódási, visszarendeződési folyamat nem zárult egyértelműen pozitív eredménnyel. Kialakult ugyan a kereskedelmi médiumok egyfajta megállapodott normája, azonban ez korántsem a korábban említett, köznyelvnél „mívesebb” nyelvváltozathoz közelít. Hasonlít ugyan a közszolgálati médiumok nyelvéhez, de alapvetően a kereskedelmi nyelvváltozat alakította saját képéhez hasonlatossá a közszolgálat nyelvét is. Amióta a közszolgálati csatornáknak fel kell venniük a versenyt kereskedelmi tévékkel, nyelvhasználatuk, sőt bizonyos esetekben stílusuk is az utóbbiak mintáit fogadta el mércének. A korábban norma-meghatározó médiumok nyelve egyre slamposabb lett, és megállapíthatjuk, hogy folyamatosan veszít az igényességéből. Olyan kifejezések, fordulatok jelennek meg nyelvhasználatukban, amelyek korábban elképzelhetetlenek tűntek, ma viszont (a dömping eredményezte érzéketlenné válásnak köszönhetően) ezeket hallván mindössze egy-két néző vagy hallgató kapja fel a fejét.

2.2. Szlengkifejezések.

Ilyenek például a szlengkifejezések. Megvan a helye ezeknek is a nyelvhasználatunkban, hiszen nagyon hatásosak, expresszívek, de a média nyelvében nem – legalábbis ekkora tömegben semmiképpen sem – szerencsés a megjelenésük. Tekintsünk először néhány (igen gyorsan összeszedhető) példát a kereskedelmi médiumok műsorvezetői által használt szlengkifejezésekre: „Kicsit úgy tűnik, ő viszi el a balhét.” (TV2, 2007. X. 12.), „[N]em nagy ötlet, borítékolni lehe-

tett, hogy ez lesz: *balhé meg anyázás* stb.” (TV2, 2007. X. 12.), „A széndioxid-bizniszből a Gyuresány Ferenc érdekeltségi körébe tartozó Motim Rt. is profitálhat.” (HírTV, 2006. XII. 11.), „Először csak a szakemberek értették meg a hatalmas törzsek jelentőségét, így elég nehezen indult meg a kormány és az illetékes tárca *rámozdulása a mentésre*.” (<http://heti.demokrata.hu>), „*Megvezették* Lamperth Mónikát” (HírTV, 2007. VII. 13.), „Ezt a számot *nyomjátok még?*” (kérdzte Liptai Claudia Nagy Ferótól, TV2, Mokka, 2007. X. 12.). A közszolgálati médiumokat figyelve újabban az előzőekhez nagyon hasonló kifejezéseket hallhatunk: „Merényletet kíséreltek meg a védelmi miniszter ellen, *de megúsztá*” (Kossuth Rádió, 2006. XII. 01.), „A svájci rendszámú autót tegnap reggel *lovastották meg*.” (MR 1, Kossuth Rádió, 2007. X. 12.).

2.3. Szépités, körülírás vagy pontatlanság?

A kifogásolható kifejezések egy része nem csupán stílusuk miatt nem elfogadható. A fő probléma velük, hogy jelentésük (vagy jelentésárnyalatuk) miatt félrevezetők, értelmet módosítók vagy éppen befolyásolók lehetnek. Teljesen más a hatása pl. a *mondta, közölte, kijelentette, állította*, valamint a *véli* és *gondolja* igéknek. Míg az előbbiek határozott jelentést és pozitív konnotációt hordoznak, addig az utóbbiak bizonytalanságot, határozatlanságot sugallnak, és közöttük a stilisztikai mellett intenzitásbeli különbség is megállapítható. A következő idézet forrása a Magyar Nemzet internetes változata (<http://www.mno.hu>): „Antonio Costa Pinto, a Társadalomtudományi Intézet professzora úgy *véli*, hogy a szavazás nem az összes portugál véleményét fejezi ki.” Ha próbának vetjük alá az *állította* és a *közölte* igéket, úgy azonnal nyilvánvalóvá válik, hogy a *véli* itt nem helyettesíthető az előbb felsorolt kifejezések közül bármelyikkel. A változtatást követően határozottabb lesz a szöveg jelentése; és ami igen lényeges: a stilisztikai változáson túl az állítás valóságtartalma is megváltozik.

A stílus, a nyelvi elemek – ez esetben a szinonimák – közötti választás sok esetben eleve befolyásolhatja, hogy az olvasó (hallgató) miképpen ítéli meg az adott eseményt vagy jelenséget. Általában eltérő stilisztikai hatásúnak, de szinonimának tartjuk pl. az *elbocsát* és a *kirúg* igét. Mégis, mennyire más lesz egy-egy mondat jelentése, ha ezeket a pozitív vagy a negatív hatás kiváltása érdekében tudatosan megválasztva használjuk (pl. „Hantz Péternek, a BBTE elméleti és számítógépes fizika tanszéke tanárának és Kovács Lehelnek, a matematika és informatika tanszék oktatójának *kirúgása* mérföldkönek számít ebben a folyamatban, de a várható végkifejlethez ismerni kell az előzményeket is.” (Magyar Nemzet – Hétfégi Magazin, 2006. XII. 9: 21).

Ugyanez a helyzet a *hazudik* igével is. Nem mindegy, hogy milyen szövegkörnyezetben és kivel kapcsolatban említik. Ki tudna haragudni pl. egy füllentőre? Ezt a szót elsősorban a gyerekekhez kötjük. Amint konnotációra figye-

lünk, ez rögtön nyilvánvalóvá válik. Inkább egy gyerekes csíny, mintsem súlyosan megítélhető hazugságot jelent, így aztán nem is lesznek komoly következményei. Ha valakinek a hazugságát tehát füllentésként, koholmányként, hamis hírként, ne adj’ Isten köntörfalazásként említjük, úgy relativizáljuk a tettét, ez által pedig mentegetjük az elkövetőt!

Újabbban a *kommunikál* igének kezd különös, negatív konnotációja (másodlagos jelentése) kialakulni. A hétköznapi nyelvhasználatunkban gyakorivá vált ez a szó, és nem egyszer a „megmagyaráz, másként mond el, mellébeszél” jelentést fűzzük hozzá, azaz kezd az „elmond, beszél” antonimájaként viselkedni. Az egyik autószalon reklámjában is (<http://www.balatonfured.hu/pdf/200701.pdf>) felfedezhető az erre a szembeállításra történő reflexió: náluk ugyanis „Nem kommunikálnak, hanem érthetően, tisztán, magyarul beszélnek”.

3. Szépen magyarul, szépen „újbeszélül?”

A sajtót olvasva és a televíziót nézve eluralkodni látszik az egyre lazább, egyre több szlengkifejezést és körülírást alkalmazó stílus. Ennek egyik ösztönzője a nálunk is elterjedő PC (political correctness). Gyakran halljuk pl. azt, *hogy valami szellemi téren kihívásokkal küszködik* (azaz buta) vagy *magasságában korlátozott* (alacsony), esetleg egy háború, összecsapás kapcsán, hogy *járvékos károk keletkeztek* (azaz civilek is meghaltak). Ide tartoznak az olyan munkahe-lyen vagy a hivatalos életben használt körülírások is, melyek burkolt nemleges választ jelentenek, pl. *gondoljuk át a problémát, napoljuk el a kérdést, most nem aktuális a kérdés*. Ezek a PC-k viszont már nem annyira szépitő, vagy a jelentés durvaságát tompító kifejezések, hanem sokszor magát a jelentést kendőzik el. Plasztikus, bár kissé túlzónak tűnő a megállapítás, ha nyelvhasználatunk ilyen jellegű megváltozását az orwelli „újbeszélhez” hasonlítjuk.

George Orwell az 1984 című regényében a párt azért vezette be az újbeszél (Newspeak), hogy növelje az állam egyének fölötti hatalmát úgy, hogy már a nyelvhasználat szintjén befolyásolják, és ez által korlátozzák a gondolkodását. A politikailag korrekt nyelv szintén a gondolkodás befolyásolását célozza meg: meg akarja szabadítani az egyéneket az előítéletes kifejezések okozta sztereotípiáktól, azaz a szavakhoz tapadt többletjelentést kívánja semlegesíteni. Az újbeszélben pl. a *bűngondol* a „gondolatbűn” (az elfogadottól eltérő gondolat vagy vélemény), a *jógondolos* „pártszerű gondolat vagy cselekvés”, a *duplaplusznemjó* jelentése pedig a „nagyon rossz” (<http://emc.elte.hu/~eisner/orwell.htm>). Az újbeszélben egyetlen szó sem azt jelenti, amit eredetileg jelentett, és ebben hasonlít a mi PC-kifejezéseinkhez: *munkaerő átcsoportosítás, átszervezés* („elbocsátás”), *kiigazítás* („megszorító intézkedés”), *a kiadások mérséklése* („megszorítás, elvonás”).

Az újbeszél kialakítása mögött az az elképzelés húzódik meg, hogy ha valamit nem lehet kimondani, akkor azt előbb vagy utóbb gondolni is lehetetlenné válik. El tudjuk-e mondani, meg tudjuk-e fogalmazni szükségleteinket, ha nyelvünk redukált és vágyainkra szinte már nincs is szavunk? Milyen messze is távolodtunk napjainkra a Montágh Imre által megfogalmazott ideáltól, mely szerint kommunikációnk során „mondja azt a száj, amit a szív érez és az ész gondol”?!

Irodalom

Balázs Géza: A média nyelvhasználatának kritikai megközelítése. *Magyar Nyelvőr* 121, 1997, 274–82. o.

Balázs Géza: A média nyelvi normája. *Magyar Nyelvőr* 124, 2000, 5–24. o.

Gerbner, George: *A média rejtett üzenete*. Budapest, 2002, Osiris Kiadó.

Orwell, George. *1984*. Budapest, 2007, Európa Könyvkiadó.



