

HERIBERT PRANTL

RELEVÁNSAK-E MÉG AZ ÚJSÁGOK?

Igen, az újságok továbbra is relevánsak a fennálló rendszer számára, és ezt be is tudom bizonyítani. Sőt relevánsabbak, mint a *Hypo Real Estate*, mint a *Deutsche*- vagy a *Dresdner Bank*. Igen, sokkal relevánsabbak, mint az *Opel* vagy az *Arcandor*. A *Süddeutsche Zeitung* releváns, akárcsak a *FAZ*, a *Spiegel*, a *Zeit*, a *Welt* vagy a *Frankfurter Rundschau* és a *taz*. Vagy mint sok minden más. De annak a rendszernek, amelynek szempontjából relevanciával bírnak, nem piacgazdaság, nem pénzügyi rendszer és nem kapitalizmus a neve, hanem demokrácia. A demokrácia olyan közösség, amely az előbbieik jövőjét egyszerre alakítja. A sajtó pedig – és itt mindegy, hogy nyomtatják, sugározzák vagy digitalizálják – egyike az alakítást végző legfontosabb erőknek. A sajtó relevanciájának bizonyítéka 177 éves. 1832-ben keletkezett, máig létezik és a német demokrácia történetének egészéből adódik.

A német demokrácia említett története tehát 1832-ben kezdődik a hambachi kastélynál, az első német nagy tüntetés alkalmával. Főszerzője újságíró ősünk, Philipp Jakob Siebenpfeiffer volt, a forradalmi 1789-es esztendő szülötte. Amikor a kormányzat lefoglalta sajtóprését, ő azt hozta fel a döntés ellen, hogy a sajtópréseket legalább annyira alkotmányellenes lefoglalni, mint a sütőkemenőket. Ez egy csodálatos mondat, mert azt a felismerést foglalja magában, hogy a sajtószabadság a demokrácia mindennapi kenyere. Így hangzik te-



Olyan szövegekre is
szükség van, amelyek az
internet adatszemetét
megválogatják, rendezik
és értékelik.

hát az 1832-es felismerés a hambachi kastélynál: a sajtószabadság a demokrácia mindennapi kenyere.

A német demokrácia ezen első napjaiban Hambach volt a termőfőtalaj, amelyben a szabadság fái megfogantak. Ma ezek a fák vastag gyökeret eresztettek, nagyra nőttek, és a karlsruhei szövetségi alkotmánybíróság gondozza őket. Karlsruhe olyasmí, mint korunk Hambachja. És Karlsruhe többször komolyan állást foglalt a sajtó relevanciája mellett. Vegyük az 1965-ös *Spiegel*-ügyet vagy a Cicero-ügyet 2007-ből: „A szabad, semmilyen nyilvános kényszertől sem vezetett és a cenzúra semmilyen formájának sem alávetett sajtó a szabad állam lényegi eleme”; vagy azt, hogy a sajtó „állandó kapcsolati és ellenőrző orgánum a nép és annak a parlamentbe és a kormányzatba választott vezetői között”. Habár ezek a mondatok korántsem olyan plasztikusak, mint amelyeket a hambachi kastélyban fogalmaztak, mégsem jelentenek mást, mint hogy: a sajtószabadság a demokrácia mindennapi kenyere.

A mi mindennapi kenyereünket persze a törvényes-közszolgálati rádió és a törvényes-közszolgálati televízió is megadja, hiszen a törvények értelmében ezek is sajtónak minősülnek – és ezért a kenyérért jutalmuk is bőséges. A közszolgálati rádió relevanciájának elismerése a rádióhasználati adóterhekben mutatkozik meg. Ha összehasonlítjuk, hogy az ARD, a ZDF a Deutschlandfunk és társaik számára mi folyt be a rádióhasználatra kivetett adóknak köszönhetően, akkor a gazdaság élénkítésére szánt milliárdos konjunkturális támogatás, illetve a HRE-Bankra költött állami kiadások aprópénznek minősülnek. Ezért a pénzért viszont a törvényes-közszolgálati rádiók nemcsak mindennapi kenyeret, hanem mindenféle péksüteményt is szállítanak: nyálánkságokat, körözöttes kiflit, túrós buktát.

Államilag finanszírozott újságok?

■ Most valószínűleg azt gondolják, hogy a nyomtatott sajtó relevanciájáról való eszmefuttatással elkezdtem annak állami finanszírozása és támogatása melletti védőbeszédemet. Nem, tényleg nem. Nem szeretnék sem a sajtóért kivetett szolidaritási adót, sem állami védnökséget, sem könyöradományokat. Az újságok még valóban nem jutottak el oda, ahova a ZDF már igen. A politikai pártok még nem gondolják úgy, hogy nemcsak a ZDF, hanem a *taz* főszerkesztőjét is nekik kellene kijelölniük. De főleg azért nem akarok semmilyen állami védnökséget, állami segélycsomagot vagy könyöradományokat, mert nem látom az újságok mindenütt felpanaszolt vész helyzetét. Amit látok, az inkább valamiféle furcsa újságírói dekadencia, amely a hírdetések sokasodása, az internet, valamint a dolgok állása és állítólagos feltartóztathatatlan menete miatti melankólia, a könnyelműség, a világfájdalom és az ezzel szembeni állítólagos tehetetlenség keveréke. Az újságok, sőt a professzionális újságírás állítólagos vész helyzete, állítólagos egzisztenciális válsága, egyenesen halálközelsége az olyan hisztériák közé tartozik, amelyek az újságírásban még jobban tenyésznek, mint máshol. Az a kakaskodó újságírás és izgatott kuvikolás, amely egy ideje politikai publicisztikánkat jellemzi, saját végét kuvikolja. Saját *fin de siècle*-üket írják meg. Saját terméküket addig butítják, míg butaságát mindenki készpénznek veszi – még a Jürgen Habermas- vagy Dieter Grimm-féle okos emberek is.

A filozófus Jürgen Habermas és Dieter Grimm – a korábban a sajtószabadság ügyében illetékes szövetségi alkotmánybíró – az újságok önfinanszírozása mellett foglalt állást. Ők gondoltak és gondolnak is az újságok egzisztenciális vész helyzetére – erre adott válaszuk pedig egy szinte meghasonlott demokratikus szerelmi vallo-más. Ezt mi, zszurnaliszták leggyakrabban felettébb gőgösen utasítottuk vissza. Legtöbbször azért, mert könnyebb volt ezt tennünk, mint saját kiadói menedzsmentünk fantáziátlanságára panaszkodni vagy saját kiadónk megnövekedett bevételi elvárása-

it ostorozni. A tulajdonnal szemben megnövekedett nyereségi elvárások nem vész-helyzetre, hanem szűklátókörűségeire és butaságra utalnak.

Az, kérem szépen, nem igaz, hogy a németországi lapok a piros számok tartomá-nyának termelnének, hogy már évek óta csak veszteséget nyomtatnának. Csak éppen nem hoznak akkora hasznot, mint azelőtt. Ez még a legjobb vállalatoknál is megesik, olyanoknál is, amelyekre semmilyen különös alaptörvény sem vonatkozik. A kiadók azonban az állítólagos vészhelyzetet a vészhelyzet elleni védekezés erősítésére haszná-lják. A német kiadóvállaltoknál tapasztalt úgynevezett restrukturáló intézkedések és felmondási hullámok sora sokszor csak putatív védekezési túlbuzgóság volt – csakhog (és ez benne a legtragikusabb) mindez a sajtóvállalatok jövőbeni életét ve-szélyezteti.

A német lapoknak nincs szükségük állami pénzre. Viszont szükségük van újság-írókra és kiadókra, akik munkájukat rendszerezetté teszik. Újságírókra van szüksé-gük, akik kíváncsiak, kényelmetlenek, ítélőképeseek, önkritikusak és senkinek sem elkötelezettek. Kiadókra van szükségük, amelyek értékelnék egy ilyesfajta újságírást, amelyek tehát lapjaiktól többet kívánnak, mint pénzt; amelyek büszkék arra, hogy kiadók lehetnek; és amelyek számára ez a büszkeség többet jelent, mint egy-két szá-zaléknyi plusznyereséget.

Sajtóválság az Egyesült Államokban

■ A német újságírás vígan túrta, hogy az amerikai sajtóválság megfertőzze. Úgy tesz, mintha Isten általi elrendelés volna, hogy az AEÁ *state of play*-je egyszerre a német „dolgok állása” is. Látja az amerikai újságok halódását, de egyben elsiklik afelett, hogy az amerikai felnőtteknek még mindig döbbenetes 50 százaléka olvas naponta újságot. Persze ott van az amerikai válság is. Nos, még jóval azelőtt, hogy a banki és a pénzügyi válság elharapódzott volna 2008 őszén, az államok legnagyobb 50 újság-jából 19 veszteséges volt. Ha van olyan gazdasági ágazat, amelynek a bankokénál is rosszabbul ment, nos az újságoké volt az. Stephan Russ-Mohl, a luganói újságíró professzor rámutatott, hogy mi az, ami a médiavállalatokban és a Wall Street-i pénz-zsonglőrökben közös: „Nem is oly régen csak egyetlen olyan gazdasági ágazat volt, amelyből [a bankokénál és az újságokénál is] nagyobb hasznot lehetett volna húzni: a játékkaszinóké.”

Bankok, újságok, játékkaszinók: ez irányítja rá a figyelmet az amerikai sajtóvál-ság okára. Ez pedig először is a pénzhajhászásban keresendő. Az amerikai lapok va-lósága áldozatul esett annak a Wall Street-i teóriának, hogy a profitot azzal maximál-juk, ha a termelést minimalizáljuk.

Az amerikai újságok a tőzsdére mentek, és a tőzsdén szenvedték el leértékelődé-süket is. Értékük nem az újságolvasók értékítéletétől, hanem a részvényesek érték-becslésétől függött. Mindig és mindenhol azt kérték az újságoktól, hogy javítsanak részvényeik értékén. Ez vezetett az állandó tizedelésekhez, a tudósítói hálózatok fel-számolásához, az irodabezárásokhoz, a szerkesztőségek kiheréléséhez, a nyomtatási költségeknek a nyomtatott tartalom rovására való csökkentéséhez. A befektetési ala-pok egyre jelentősebb részvénycsomagokat birtokoltak a lapoknál. Kézenfekvő, hogy a tőkemenedzser érdekei nem az újságcsináláshoz fűződtek. Ez volt és még mindig ez az amerikai újságmizéria egyik oka.

A másik ok pedig talán kapcsolatban van az előbbivel: az amerikai újságok a Bush-korszakban szinte teljesen megbénultak. A Pulitzer-díjas Russell Baker megál-lapítása szerint „Washingtonban a híres fővárosi tudósítótestület hagyta magát ha-zugságokkal megegetni és egy neokonzervatív összeesküvő klikk segédcapatává ver-buválódni”. A blogok ebben a helyzetben nem voltak mások, mint a demokratikus

vész- és önségélyezés eszközei. A blogokban álltak azok a Bushról és az iraki háborúról szóló kritikus elemzések és kommentárok, amelyeket az újságokban nem lehetett megtalálni. A jó újságírástól a bloggerek nem jajveszékeltést és fogvicsoritást érdemelnek: hiszen az újságírás csak hálás lehet a blognak azért, mert hiányát pótolja és hibáit felmutatja.

Sokat tanulhatunk az amerikai sajtóválságból. Elsősorban azt, mit kell tenni ahhoz, hogy az ilyesfajta válságot elkerüljük. Egyet-mást meg is említhetünk: először például azt, hogy a benuhátrást ismét szenvedéllyel kell felváltanunk. A szenvedélyes újságírásnak már nem lesz olyan mindegy, hogy milyen mértéket öltenek a Deutsche Bahn éppen a közelmúltban tapasztalt manipulációi. És végre kifakadhatunk. Egyrészt azért, mert hagyjuk magunkat így manipulálni, másrészt pedig azért, mert mindegy nem a sajtó, hanem a Lobby-Control civil szervezet derített fényt.

Blogok, vagyis több demokrácia

■ És egyáltalán: a blogok meg az internet. Nem tudom, hogy egy zszurnalisztának miért kellene félnie a digitális *Huffington Post*tól. Elvégre az is csak ugyanazt műveli, amit egy jó német újság: rendszeres újságírást. Fel kellene már hagyni a nem létező ellentétek konstruálásával: ahol az egyik oldalon a klasszikus zszurnalisztika, a másikon pedig a blog, vagyis a vélhetően nem klasszikus újságírás foglal helyet. Fel kellene már hagyni azzal, hogy a blogokra gazdasági irigységgel tekintsünk. Blogokban és blogokkal sokkal kevesebb pénzt lehet csinálni, mint újságokkal. Azzal a szöveggel is fel kellene már hagyni, hogy a „klasszikus” újságírást mintegy a Bermuda-háromszög nyeli el. A jó klasszikus és a jó digitális újságírás nem különbözik egymástól. Az alapvonalak ezeknek a regisztereknek a metszetén keresztül húzódnak. Minden médiumban van jó és rossz újságírás. Ilyen egyszerű ez.

A jó újságírás előtt pedig jó idők, nagy idők állnak. Az újságíróknak sohasem volt nagyobb közönségük, mint a digitális forradalom után. Az újságírás még sohasem volt világszinten hozzáférhető. És sohasem volt még ekkora igény egy eligazító, felvilágosító, elrendező és megbízható újságírásra, mint manapság. Az persze igaz, hogy a tudható tudásnak a háló általi kibővülése (vagy ahogy a filozófus Martin Bauer nevezi: a tudás horizontális bővülése) a tudás mélységének rovására történik (vagy Bauer szavaival, vertikálizációjának rovására). Magyarán: az adatok mennyisége növekszik, az adatok feldolgozása elmarad. Itt pedig az újságírásra új feladat hárul: az adatszemet ellen csak a reflexió és a háttérépítés segít. A médiumok forradalmára a nyomtatott újságírásnak is új „formátumok” feltalálásával kell reagálnia, még ha ebben Hamupipőke feladatát látja is. Tudjuk: a jó szemeket a fazékba, a rosszakat a szemébe. A fazekak itt azok az új formátumok, amelyekben a webes adathalmazt rendezik és értékelik.

A blogokban kivirágzó amatőr újságírás önmagában még nem ok a mogorvaságra. Éppen ellenkezőleg, az amatőr újságírás a gyümölcsöző együttműködés lehetőségét nyújtja. Itt demokratikus nyereségről van szó. A bloggerek engem az 1848/49-es polgári forradalmárokra emlékeztetnek, a mai kommunikációs forradalom pedig a 150 évvel ezelőtire. Mert az 1848/49-es forradalom kommunikációs forradalom is volt. A német nyelvű napilapok száma akkor szinte megduplázódott: az 1847-es 940-ről a két évvel későbbi mintegy 1700-ra. A párizsi újságok példányszáma a forradalom előtti 50 000-ről 1848 májusára 400 000-re emelkedett, és ezalatt Párizsban 171 napilapja volt. Az ekkor alapított hihetetlenül számos politikai egyesület egyik fő tevékenysége az volt, hogy újságokat közösen olvassanak és dolgozzanak fel. A sajtó robbanásszerű terjedése és az új közlekedési eszköz, a vasút révén a tapasztalat tere is kiszélesedett. Németországban a közös *Vaterland* értelmiségi eszméje ezen a módon

vált tapasztalható valósággá. Magyarán: a forradalmi 1848-as esztendő olyan politikai tanulási folyamatot indított el, amely emberek százazezreit vonta be és lehetőséget adott számukra a politikai részvételre. 150 évvel később a digitális forradalom ugyanezt a lehetőséget rejti magában – sohasem látott méretekben.

Másképpen szólva: a blogok, minden kezdetlegességük dacára is „több demokráciát” jelentenek. A blogok egy új polgári forradalom lehetőségét rejtik. Vajon tényleg indokolt-e ilyenkor a professzionális újságírás számára, hogy orrát úgy hordja fent, mint ahogy 150 évvel ezelőtt a megszilárdult fejedelmi hatalmak képviselői és a monarchikus hatalmasságok tették?

Kevesebbet beszélni, többet cselekedni

■ Talán kevesebbet kellene Németországban beszélni a sajtószabadságról, és inkább gyakorolni kellene azt. A mondás úgy tartja, hogy sok tömjén szentet űz. Ami pedig a szentekre érvényes, az az alkotmányban foglaltakra is az lehet: a dicséretes sűrű tömjénfüstjében már alig ismerhető fel. A törvényhozó számára a sajtószabadság különben is már egyfajta kacat-törvény. Valami csillogó dísz ez, amelyet jeles napokon – például az alkotmány ünnepén – kifüggesztenek, mint ahogy karácsonykor a családok a fenyőfát feldíszítik, majd az ünnep elteltével a díszeket le is szedik.

A törvényhozás mindennapjaiban a sajtószabadság nem játszik szerepet. Ez látható volt legutoljára a szövetségi bűnügyi rendőrségről szóló törvényben – vagy végük például az adattárolás szabályozását, a telekommunikáció felügyeletét. Az újságírók telefonjait ellenőrzik, a számokat elmentik, az újságírók számítógépeit átvizsgálhatják – mintha nem is létezne a bizalmas információ védelme vagy a szerkesztőségi titok. Mit segít a büntetőtörvénykezés előírásaiban is szereplő, a tanúvallomás megtagadására való jog, vagy mit segít az, hogy az újságíró elhallgathatja, hogy kitől származott egy adott információ, ha az állam ezeket ügyis megtudhatja a számítógépek és a telefonhívások ellenőrzése által?

A sajtószabadságnak – és ez már régóta így van – félre kell állnia, ha az állam kék fénnel érkezik, és biztonsági intézkedésekre hivatkozva lép fel. A törvényhozó megszokta, hogy a sajtószabadságot kevésre tartsa. Persze magamtól kérdezem, hogy az újságírók meg nem azt szokták-e meg, hogy saját magukat tartásukra kevésre? Vajon a sajtó részéről nem leselkedik-e több veszély a sajtószabadságra, mint a törvényhozóké? De igen. Úgy gondolom, hogy mifelénk az újságírást leginkább a médiák veszélyeztetik – pontosabban az olyan újságírás, amely az újságírást lenézi; az olyan kiadók, amelyek az igazi és színlelt megtakarítás kényszerével teszik azt tönkre; a médiavállalatok, amelyek az újságírást a hirdetés- és reklámpiac oltárán áldozzák fel.

Talán regensburgi múltamhoz kapcsolódik, hogy itt éppen az elhunyt Thurn und Taxis regensburgi herceg mondása jut eszembe. Egyszer azt mondta a hercegi vagyionról, hogy az oly roppant nagy, hogy sem elinni, sem felzabálni, sem elkurválni nem lehet, csupán elhülyéskedni. Néha az az érzésem támad, hogy a nagy német újságok szellemi és gazdasági vagyionával is ez a helyzet.

A jövő újságírása

■ Hogyan is néz majd ki a jövő újságírása? Aki a jövőről akar beszélni, annak ismernie kell a múltat. Az elején említettem ősünket, Philipp Jakob Siebenpfeiffert, mint-hogy ő nyitja a nagy újságírók sorát. A Weimari Köztársaságban a Siebenpfeiffereket Kurt Tucholskynak és Carl von Ossietzkynek, a Szövetségi Köztársaságban pedig Henri Nannennek, Rudolf Augsteinnak és Axel Springernek hívták – ezek minden

differentia, minden különbség dacára egyaránt tudták, hogy az újságírásnak olyan feladata van, amely túlmutat a pénzkeresésen.

Azért beszélek szívesen az újságírás e nagy neveiről, mert nemcsak annak múltját, hanem jövőjét is képviselik. Fontos, hogy az újságíróiskolákban okuló fiatal kollégáink ne csak azt tanulják meg, hogy hogyan működik a „Crossover-zsurnalisztika”, ne csak azt, hogy hogyan lehet hatékonyan és gyorsan írni és termelni, hanem azt is tapasztalják meg, hogy léteznek példaképek, nagy példaképek – valamint azt is, hogy miért és hogyan lettek azzá. Hogy miért? Nos azért, mert nemcsak az újságírás csodálatos kézművesei voltak, mert nemcsak okos kiadókként működtek, hanem tartásuk is volt.

Tartás. Ez a szó ma már kiment a divatból. A tartás azt jelenti, hogy valamiért kiállunk, azt jelenti: nem hajolunk meg sem a rövid életű divatok, sem a nem realizisztikus bevételi elvárások, sem a gazdasági mérlegek előtt. Meg vagyok győződve arról, hogy ha egy médiavállalat vagy újság zsurnalisztikai mérlege rendben van, akkor hosszú távon a gazdasági mérleg is rendben lesz. A megfelelő újságírói tartáshoz az is hozzátartozik, hogy együtt fontoljuk meg, hogyan tudunk „kreatív” módon spórolni. Ez pedig azt jelenti, tisztában kell lennünk azzal, mire van szüksége a sajtónak, hogy a hírközlés és a médiapiac profitorientáltságával szemben meg tudja őrizni függetlenségét.

És még egyszer: talán kevesebbet kellene beszélünk a sajtószabadságról, és többet kellene tennünk érte – ez pedig a kiadókra és a szerkesztőségekre is érvényes. Mindkettőre kifejezetten érvényes: a kiadókra és a szerkesztőségekre. Munkája által mindkettőnek meg kell mutatnia, hogy mi és mennyit is ér a sajtószabadság – ez a munka pedig nem merül ki a törvényhozóknak javasolt olcsó megoldásokban. A „Cicero-razziáknál”, az adattárolók és az online-források ellenőrzésénél rosszabbak azok a szellemi kényszerzubbonyok, amelyekbe az újságírás saját magát dugja, vagy azok a kasztrációs műveletek, amelyeket a kiadók hajtanak végre. A sajtószabadság nem a szerkesztőségek összesajtolásának szabadsága. A sajtószabadság nem annak a szabadsága, hogy a szerkesztőségeket szerkesztői munkairodákkal váltsák fel, ami esetleg abból áll, hogy egy ideig hívasközpontokat üzemeltetnek. A sajtószabadság nem a sáskajárás szabadsága, hanem a felelősségteljes újságíróké és kiadóké. A sáskák mindent felesznek, még a sajtószabadságot is. Néha viszont felléphetnek bátor rovarokként is. Az újságírói munkát nem lehet egyszerűen PR-irodáknak, lobbimogatott reklámirodáknak és íróműhelyekben végezni. Viszont éppen ez zajlik: 1945 óta soha nem állt fenn oly fenyegetően a német sajtó ellaposodásának és elbuktulásának veszélye, mint most. Mindez pedig a bevételi nyomás emelkedése okán, annak okán, hogy jól képzett és szakképzett, nem érdekcsoportok által fizetett újságírók helyébe multimédiás termelési asszisztensek kerülnek, az általánosítás szélvészgyors észjárású mesterei, akik az egészből keveset fognak fel, a nem helyesből pedig mégiscsak kiértenek valamit. Abból a hivatásból, amelyet ma újságírásnak hívnak, újságok és weblapok megtöltése lesz. Ezek azonban már nem azok a demokratikus kultúrtermékek, amelyek védelmét az alaptörvény sajtószabadságként íranyozza elő.

A sajtó számára a szabadság biztosított. A sajtó az újságírókat, kiadókat, médiavállalatokat jelenti. A sajtószabadság felszámolódhat, ha ezt a szabadságot felelősség nélküli szabadságként értik – és ha a médiavállalatok magukat más vállalatokhoz hasonlóan profittermelőkként fogják fel. Tévednek azok a menedzserek, akik azt gondolják, hogy a nyomtatott termékek előállítására nem különbözik a műanyagfóliák termelésétől. A műanyagfólia-gyárosokat nem védi alaptörvény. Annak viszont jó oka van, hogy a sajtószabadságot igen: a sajtószabadság előfeltétele a demokrácia működésének. Ha ezt az alaptételt nem tartják tiszteletben, az alaptörvény is okafogyottá

válík. Az újságok ekkor tényleg jövőjüket veszítik. Egyre többen fabrikálják már az újság gyászjelentését: „Született 1603-ban az elzászi Strassburgban, elhunyt 2020-ban. Emlékezzünk rá tisztességgel.” Ezek a gyászszónokok azonban nem a szerkesztőségek összevonásáról, nem a szerkesztők elbocsátásáról és nem az outsourcingról beszélnek, hanem az internetről. Amióta az amerikai publicista Philip Meyer 2004-ben előállt *The Vanishing Newspaper* című, a napilapok eltűnését beharangozó könyvével, azóta a média nyílt napjainak pódiumbeszélgetései úgy hangzanak, mint valamiféle előkészületek az újságok temetési szertartására.

Az ilyen megfontolások azonban még egy kissé koraiak, hiszen maga Meyer professzor is csak 2043-ra jósolta a napilapok halálát. Másodsorban pedig lehet, hogy a dolgok úgy állnak Meyer prófécijával, mint kollégája, Francis Fukuyama jóslataival, aki 1992-ben, a keleti impérium és az államkommunizmus összeomlása idején kihirdette „a történelem végét”. A történelem aztán mégsem akart ehhez igazodni.

Csakhogy létezik egy olyan, az előbbieken általam is leírt becsvágy, amely az újság halálát siettetni és a Meyer által jelzett várható élettartamot rövidíteni szeretné. Legutóbb David Montgomery fáradozott azon, hogy a *Berliner Zeitung*ból kiűzze az újságírást, és a lapot olyan felhasználói felületre változtassa, amelyre egyre kevesebbet tesznek abból, ami pénzbe kerül (vagyis jó cikkekből), és egyre többet abból, ami pénzt hoz (vagyis reklámokat és product-placementet). A minta már ismerős az AEÁ-ból: az újságírókat elbocsátják, a tudósítókat elspórolják, a szerkesztőségeket feloszlatják, a saját szövegeket vagy ügynökségektől veszik át, vagy olcsón vásárolják meg. A főszerkesztő üzletvezetővé válik. A szellem szellemtelenné lesz. Megtakarítunk, amíg az olvasó el nem megy. Olyan ez, mint Páncimánci meséjének különváltozata: pénzhajhászat és értetlenség okán aranyat fonnak szalmává. A *Berliner Zeitung*nál remélhetőleg ismét jobbra fordulnak a dolgok. Bár féltő, hogy ha Montgomery távozott is, példája ragadós lehet.

Az adatszemet ellen csak a reflexió és háttérépítés segít

■ Az újságírás szép jövője másképpen fest: a napilapnak meg kell változnia, és meg is fog változni – de sokkal jobban, mint amivé a rádió és televízió konkurenciája révén változott. Az újság tartalma más lesz, mint amit megszoktak, de továbbra is és igazából újság lesz. A szövegeknek, amelyek ott állnak majd, ősi értelemben híreknek kell lenniük – szövegeknek, amelyek révén tájékozódhatunk. Olyan szövegekre is szükség van, amelyek az internet adatszemetét megvágatják, rendezik és értékelik. Ez nem kapható meg ingyen, fizetni kell érte. De úgy gondolom, hogy sok újságolvasó fizetne érte, és azt is, hogy lesznek olyan felhasználók, akik így jutnak majd el az újságokhoz.

Az adatszemet ellen – mint már mondtam – csak a reflexió és a háttérépítés segít. Ezt kell nyújtania az újságnak. A lassacskán elbutuló újságírással viszont ezt képtelenség teljesíteni. Az olcsó újságírást eldobni kell, nem elolvasni. Az az újság, amely a hirdetőlapok felé orientálódik, többé nem újság, hanem olyan hirdetőlap, amely nem kap elegendő hirdetést.

Mivel az újságírásnak nem szabad olcsó újságírásnak lennie, az sem működhet már sokáig, hogy a lapok legjobb cikkeiket az interneten ajándékozzák el. Ez pedig szó szerint önfeladás. A postai árfolyam változásának gyorsan kell elkövetkeznie – amíg el nem ér egy egyszerű és jól gyakorolható cikkenkénti micropayment-rendszerig. Az előfalatozást ingyen is meg lehet úszni, de a főételért már néhány centet kell fizetni. *Click and buy*: senkit sem öl meg, viszont erősebbé teszi az újságokat.

Egyébként semmi kifogásom nincs az ellen, hogy a Németországban szerencsére fejlődőben levő alapítványi rendszer valamelyik tagja átvegyen egy vagy több újsá-

got: az újságcsinálás igazán elviselhetne egy kis mecenatúrát. Egy újságalapítvány teljesen közhasznú. A FAZ alapítványi modellje, vagyis maga a *Fazit-Stiftung*, amely évtizedek óta biztosítja a *Frankfurter Allgemeine* pénzügyi és szerkesztői függetlenségét, fel kellene már keltse az utánczóknak érdeklődését. Németországban nem kevés az értelmes és felelősségteljes milliárdos.

Az internet, az internet. A sajtó emberei közül sokan beszélnek úgy róla, mint valami új hun invázióról. A hunok másfél évezrede a semmiből érkeztek, mindent gyorsan szétverték (és száz év múlva ismét el is tűntek). Az internet nem olyasmi, ami a dolgokat gyorsan szétveri. Minden médiatörténeti forradalomnak ez a tanulsága: egyetlen új médium sem fojtotta el a régieket. Mindig eljutottak az együttélésig. Az internet nem váltja le a jó szerkesztőket, nem teszi fölöslegessé a jó zurnalisztát. Éppen ellenkezőleg: az eddigieknél sokkal fontosabbá teszi őket.

Ezentúl mindennél inkább érvényes az, hogy autoritás csak ott van, ahol megszerzik, minőség pedig csak ott, ahol megkínlódnak érte. Ez a hamburgi sajtókollégium jelmondata, de nem csak sajtókollégistákra érvényes. Nem azt mondja, hogy az olvasót és a felhasználót buta, felületes újságírással kellene kínozni. Minőség csak ott van, ahol megkínlódnak érte: ez a mondat azt kéri minden médium újságírójától (az internetestől is), kínlódjon meg azért, hogy a legtöbbet nyújthassa. Ebben az esetben pedig az újságírás előtt fényes jövő áll.

Maradjunk csak a hajnali szürkületnél. A hajnali szürkület az éj és a nappal közötti átmenet kezdete. Ha az újságírást képesek vagyunk elhelyezni ebben az átmenetben, már igen boldogok lehetünk. Ha az éj véget ér, magasztossá tehetjük a nappalt.

Zuh Deodáth fordítása

