

**Balogh Eszter – Lipcsei Anita – Karsai Georgina – Kocsis Krisztina  
– Kurkó Tímea\***

## **AZ ORSZÁGOS NAPILAPOK INTERJÚINAK KVANTITATÍV VIZSGÁLATA**

Sorrendben a leggyakoribb témák: kultúra, sport, politika

A 2007/2008-as tanévben kommunikáció szakos hallgatók az *Intézményi gyakorlat II.* tárgy keretében kvantitatív módszerrel vizsgálták az országos és megyei napilapokat. A teljesítmény és az eredmények prezentálása után a hallgatókból kisebb csoport alakult, és ennek tagjai Herzog Csilla tanárnő irányításával tovább rendszereztek és finomították a vizsgálat korábbi kvantitatív adatait. Az országos lapokkal kapcsolatos hipotéziseket és az eredményeket jelen tanulmány foglalja össze. Először a kutatás jellegéről és a hipotézisekről lesz szó, majd a főbb vizsgálati szempontok és az eredmények következnek.

### **Hipotézisek**

Az országos napilapok közül a *Népszabadságot*, a *Magyar Nemzetet*, a *Magyar Hírlapot*, a *Népszavát* és a *Blikket* vizsgáltuk két hét intervallumban. Kutatásunkban többek között foglalkoztunk az interjú megjelenési gyakoriságával, az egyes lapokon belüli elhelyezkedésével és témájával is. Hipotéziseink a következők:

1. Az országos és megyei napilapokban napi rendszerességgel találkozunk legalább egy interjúval;
2. az interjúk száma tekintetében az országos napilapok többet közölnek, mint a megyei napilapok;
3. a napilapokban az interjúknak állandó helyük van, és aktuális témákkal foglalkoznak;
4. az országos napilapok az interjú témák vonatkozásában leginkább aktuálpolitikai kérdésekkel foglalkoznak, míg a megyei napilapok közéleti kérdéseket helyeznek előtérbe;
5. Az interjúk a napilapok legkülönbözőbb rovataiban kapnak helyet.

A hipotézisek felállításakor törekedtünk a napi rendszerességgel megjelenő, de eltérő területi megjelenésű sajtóorgánumok összevetésére, bár az országos lapokról kapott adatok önmagukban is figyelemre méltóak.

---

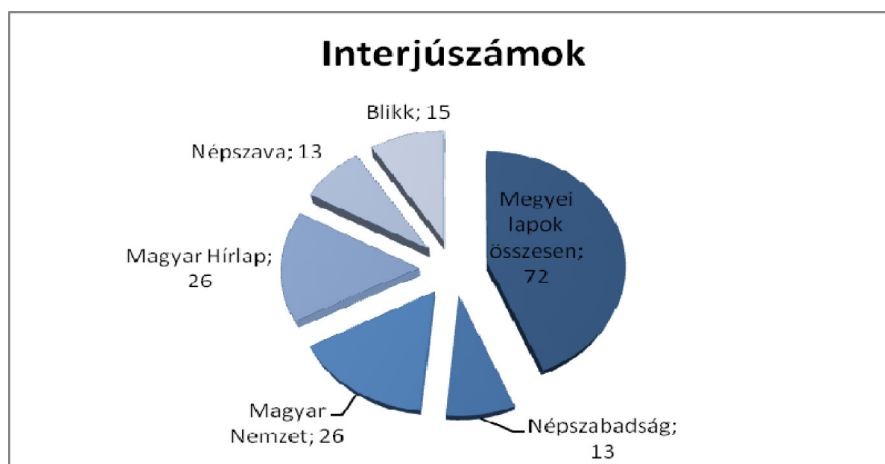
\* A tanulmány elkészítésekor az EKF végzős, kommunikáció szakos hallgatói

## A tartalomelemzés mint kvantitatív médiakutatási módszer a gyakorlatban

A két hét alatt az öt országos napilapban 93 interjút találtunk. Az egyes lapok viszont eléggé eltérő mértékben használják ezt a műfajt. A megjelent interjúkat igyekeztünk minél több szempontból elemezni. Ennek érdekében formájuk mellett több tartalmi elemet is vizsgáltunk. A kutatási anyag nagysága és a kutatásra fennálló idő szűkössége miatt igyekeztünk olyan kategóriákat alkotni, amelyek segítséget nyújtanak az írások elemzésénél.

Az egyes interjúkat egészében vizsgálva, először azt néztük meg, hogy mely rovatokban és milyen témában jelentek meg, majd az interjúk létrejöttének okát elemezve felosztottuk azokat *Szigethy András* tipológiája alapján. A cikkeket csak ezután bontottuk elemeikre. Külön vizsgáltuk a címeket. Ezen belül arra voltunk kíváncsiak, hogy mely lapokat milyen címadási módszer jellemzi, azaz a főcím mellett tartalmaz-e a cikk alcímet is, és ha igen, akkor a fő-és alcímek milyen típusba sorolhatók. A címek után vizsgáltuk még a leadeket, és azt, hogy milyen plusz adatokat közölnek a lapok az interjú szövege mellett. A mellékadatok közé soroltuk a háttérinformációt, a pályaképet és a képet. Az előbbiekből részletesebben a képeket vizsgáltuk meg, mivel úgy találtuk, hogy az interjúszövegek mellett néhány kivételtől eltekintve a képek állandó elemei e műfajnak.

*Hány interjúval találkozunk az országos napilapokban?*



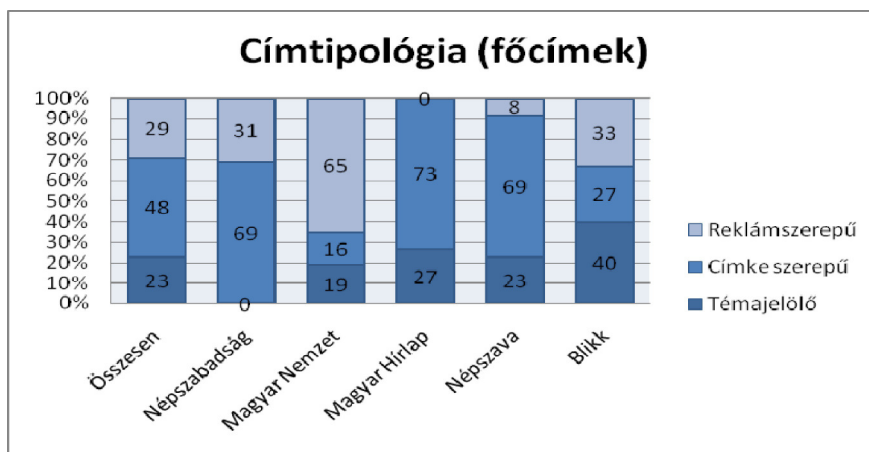
Az öt országos napilapban talált 93 interjú közül a *Magyar Hírlap* (26) és a *Magyar Nemzet* (26) szinte egyforma számú cikket közölt a két hét alatt. A *Népszava* (13), a *Blikk* (15) és a *Népszabadság* (13) az előző két lapnál lényegesen kevesebb interjút jelentetett meg. Az adatok elárulják, hogy az országos napilapok közül a *Népszabadság*, a *Népszava* szinte napi gyakorisággal, a *Blikk* pedig naponta legalább egy esetben alkalmazza az információközlésnek ezt a formáját. A *Magyar Hírlap* és a *Magyar Nemzet* viszont különösen kedveli az interjút,

egy-egy számban gyakran többet is közölnek. Az országos lapokban a két hét alatt átlagosan 19 interjút találtunk. Ez alapján elmondhatjuk, hogy az első hipotézisünk igaznak bizonyult; az országos napilapokban napi rendszerességgel találkozunk legalább egy interjúval.

Jelen tanulmány csak az országos napilapokkal foglalkozik, második hipotézisünk kapcsán mégis ki kell térnünk a megyei napilapokra. Bár a megyei napilapok közül hatot vizsgáltunk, ezekben mégis jóval kevesebb interjút találtunk<sup>1</sup>, összesen 72 írást szemben az országos lapok 93 cikkével. A kétféle laptípusban összesen 165 interjú az országos és a megyei lapok között 56% és 44%-ban oszlik el. Interjúszám tekintetében egyértelműen az országos lapok vezetnek. Így második hipotézisünk, mely szerint az országos napilapok a megyei napilapoknál több interjút közölnek, beigazolódott.

### A fő- és alcímek műfajelemző interpretatív vizsgálata

A műfaj tartalmi elemzését a címekkel kezdtük. Először a főcímeket vizsgáltuk meg, besorolva őket a témajelölő, a címke szerepű és a reklámszerepű címfajtákba. A címtípusok közül a témajelölő cím az, „amely a legerőteljesebben utal előre a szövegre”<sup>2</sup>. A címke szerepű cím „rövid, általában egyszavas, csak sűrítve, a leglényegesebb elemet kiemelve utal a tartalomra. [...] A reklámszerepű címből tudhatjuk meg a legkevesebbet magáról a szövegről, ennek célja elsősorban a figyelemfelkeltés”<sup>3</sup>.



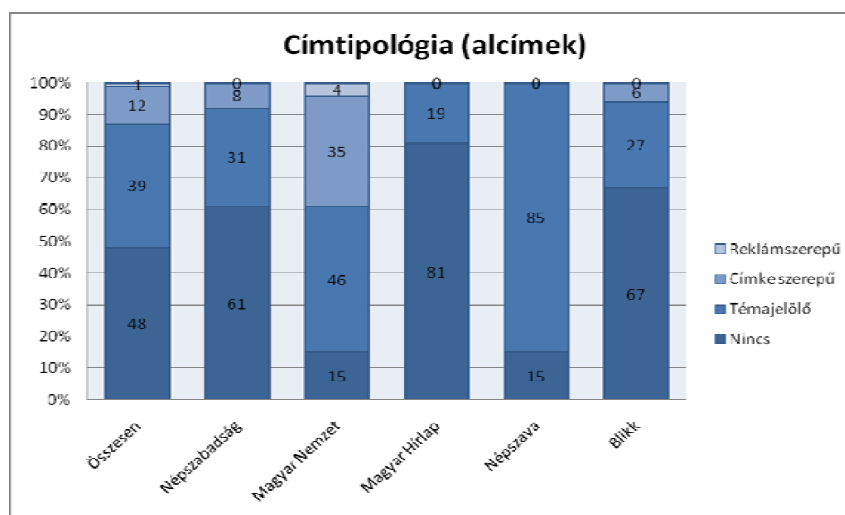
<sup>1</sup> 24 óra (20), Új Néplap (16), Heves Megyei Hírlap (13), Észak-Magyarország (13), Nógrád Megyei Hírlap (7), Hajdú-Bihari Napló (3).

<sup>2</sup> Domonkosi Ágnes: *A szöveg szintje*. In: *Ismeretek a nyelvről* (szerk.: H. Varga Gyula) Diamond Kiadó. Eger. 2003. 165–180.

<sup>3</sup> Lásd uo.

Össességében a főcímek majdnem fele, 48%-a címke szerepű, míg a reklámszerepű és a témajelölő címek majdnem azonos arányban, 29 és 23%-ban vannak jelen. Érdekes, hogy a vizsgált két hét alatt nem minden országos napilap használta mindhárom címtípust. A *Népszabadság* címei közül a témajelölő, a *Magyar Hírlap*éi közül pedig a reklámszerepű címek hiányoznak. Címke szerepű cím a *Magyar Hírlap*ban volt a legtöbb: címeinek 73%-a tartozik ebbe a típusba, és csak 27%-ban használt témajelölő címet. A *Népszabadság* szintén a címke szerepű címet használta leginkább (69%), és csak fele ennyiszor, 31%-ban a reklámszerepű címet. A reklámszerepű címadás egyedül a *Magyar Nemzet*ben dominált (65%). Témajelölő (19%) és címke szerepű (16%) címet körülbelül megegyező arányban találunk a lap főcímei között. Az országos lapok között a *Blikk* az egyedüli, amely címadási gyakorlatában nem fedezhető fel egyik címtípus túlsúlya sem. A lap 40%-ban használt témajelölő címet; a reklámszerepű (33%) és a címkeszerepű (27%) címek ettől alig lemaradva követik ezt a típust. Főcímek tekintetében elmondhatjuk, hogy a *Magyar Hírlap* (73%), a *Népszabadság* (69%) és a *Népszava* (69%) a címke szerepű címet kedveli a legjobban. Ezzel szemben a *Magyar Nemzet* a reklámszerepű címet (73%), a *Blikk* pedig a témajelölő címet (40%) részesíti előnyben. Az országos lapok a legnagyobb arányban címkeszerepű címet alkalmaznak interjúik főcímeiben.

Mivel a főcímek legnagyobb része címke szerepű, az interjú témáját általában már ennek elolvasásával kitalálhatja az olvasó. Sokszor azonban a főcím nem elég informatív vagy érdeklődésfelkeltő ahhoz, hogy az olvasót a cikk elolvasására csábítsa. A téma pontosításának és az érdeklődés-felkeltésnek egyik eszköze lehet az alcím.



A lapokban talált interjúknak összesen 52%-a rendelkezik alcímmel, 48%-ban azonban csak főcím található. A viszonylag kevés számú alcím fő oka lehet, hogy mint fentebb láttuk, a főcímek 71%-a, azaz körülbelül 2/3-a címke és téma-

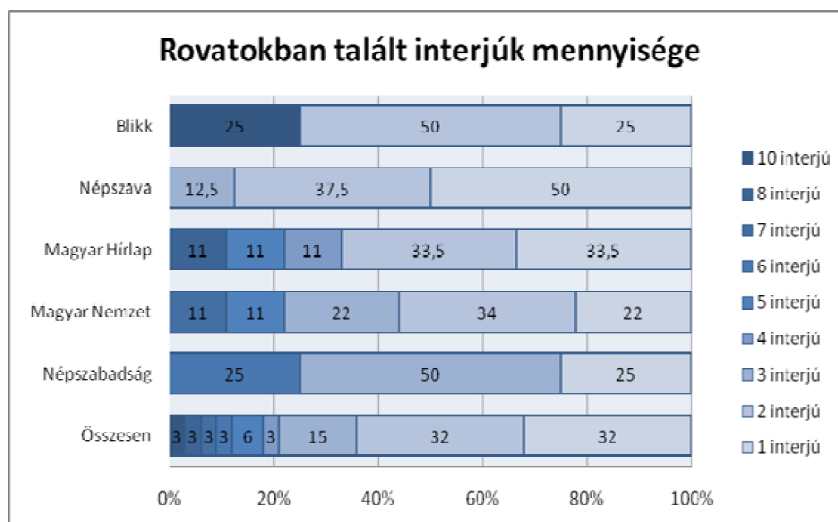
jelölő cím, melyek a reklámszerepű címmel ellentétben a cikk tematikáját tartalmazzák. Ha a főcím önmagában is elég információ tartalmaz, akkor feleslegessé válhat az alcím. Ha a vizsgált napilapok mégis alcímeztek, akkor csak a legritkább esetben, az alcímek 1%-ban fordult elő reklámszerepű cím. Az alcímek döntő többségében (39%) témajelölők voltak, és címke szerepű címet csak 12%-ban alkalmaztak.

Bár alcímeket minden vizsgált napilap használ, de egymástól eléggé eltérő mértékben. A legkevésbé a Magyar Hírlap alkalmazott alcímeket, és ha mégis, akkor ezek minden esetben (19%) témajelölő címek voltak. Cikkeinek főcímeit tekintve érthető az alcímek hiánya, hiszen egyetlen reklámszerepű főcímet sem találtunk, a téma, illetve címke szerepű címek pedig ritkábban kívánják meg az alcím pontosítását. A Blikk és a Népszabadság majdnem azonos arányban, 67 és 61%-ban nem használt alcímeket. Témajelölő és címke szerepű címet mindkét lap szinte azonos arányban használt: a Blikkben 27% és 6%, a Népszabadságban pedig 31% és 8%. Főcímeiben e két lap szintén hasonló százalékban (Blikk 33%, Népszabadság 31%), az esetek körülbelül 1/3-ában szerepeltetett reklámszerepű címet. Valószínűleg főként ez magyarázza az alcímek ilyen mértékű alkalmazását. A Magyar Nemzet és a Népszava azonos mértékben, 15%-ban jelentetett meg alcím nélküli interjúkat. Viszont míg a Magyar Nemzet – az országos lapok között is egyedülként – mindhárom címtípust alkalmazta, a Népszavában kizárólag csak témajelölő alcímeket találunk (85%). A többi laphoz hasonlóan a Magyar Nemzetben is a témajelölő alcímek domináltak (46%), de a címkeszerepű címek (35%) az összes vizsgált lap közül ebben a napilapban fordultak elő a legnagyobb számban. A Magyar Nemzet már főcímeiben is lényegesen eltért a lapoktól a reklámszerepű főcímek kirívóan gyakori használatában. A reklámszerepű címek nagy száma igazolhatja a gyakori alcímhasználatot. Egy reklámszerepű alcím esetében viszont a főcím semmiképpen sem lehet reklámszerepű. Ennek a technikának talán az lehet a szerepe, hogy az interjú főcímében jelölt témáját érdekessé tegye az olvasó számára. Mivel reklámszerepű alcímtípus csak egyszer fordul elő, ezt inkább kivételnek érdemes tekinteni. Láttuk, hogy míg a lapok a főcímekben a címkeszerepű, az alcímekben viszont már főleg témajelölő címet részesítették előnyben. Az olvasó így mindjárt a főcímből megtudhatja az interjú témáját, az alcímre pillantva pedig a cikk fő tartalmi pontjait. A lapok a kevesebb reklámszerepű cím használatával az olvasót elsősorban informálni akarják, és csak másodsorban az olvasóközönség figyelmét felkelteni.

### **Az interjúk helye az országos napilapokban**

Annak megállapítására, hogy az interjúknak az országos napilapokban állandó helyük van-e, több dolgot is figyelembe kell vennünk. Először azt érdemes megvizsgálunk, hogy a lapok rovatrendszerében van-e csak interjú közlő rovat. Az interjú rovat megléte garantál leginkább állandó helyet az interjú számára, és

egyben mutatja az interjú napilapban betöltött, a többi sajtóműfajhoz képest hangsúlyosabb szerepét. Másodszer meg kell néznünk, hogy mely rovatokban és milyen arányban oszlanak meg az írások. Ha egy-egy rovatban két-három vagy annál több interjút találunk, akkor valószínűsíthető, hogy az adott rovatban a műfaj állandóan vagy gyakran jelenik meg. Egy-két előfordulás esetén az interjú valószínűleg nem állandó műfaj az adott rovatban. A kutatás során a Népszabadságban és a Blikkben nem találtunk Interjú nevű rovatot. A Magyar Nemzet és a Magyar Hírlap viszont tartalmaz ilyen rovatot, de a kéthetes periódus alatt csak egyszer jelentették meg. Az országos napilapok közül a Népszavában tölti be a műfaj a legfontosabb szerepet. A vizsgált időszakban az Interjú rovat 3 cikket is közölt. Az országos lapokban az interjúnak elég stabil helye van, hiszen háromban is találtunk *Interjú* rovatot. Az országos napilapok összesen 93 interjúja 34 különféle rovatban jelent meg. Ez alapján minden interjút tartalmazó rovat átlagosan 2,7 ilyen írást közölt. Ez az adat különösen az utolsó hipotézisünk bizonyításában fog majd segíteni.



Összességében azt láttuk, hogy az interjút tartalmazó rovatok nagyobb része egy (32%), illetve két (32%) interjút tartalmazott a vizsgált időszakban, azaz a rovatok 64%-a nem feltétlenül szokott állandó helyet biztosítani az interjúnak. Az interjút tartalmazó rovatok 27%-a gyakran közöl interjút, az öt napilapban a rovatok közül összesen 15% közölt 3, 3% 4, 6% 5 és 3% 6 darab cikket. A hét, illetve ennél több interjút tartalmazó rovatok kétnaponta vagy ennél gyakrabban közölnek interjúkat, ezért ezek a rovatok a többihez képest állandóan tartalmazzanak interjúkat. Ide tartozik a *Blikk Magyarország: Mi újság?* rovata, amelyben a két hét alatt 10 interjú jelent meg; a Magyar Hírlap 8 cikket közlő Sport rovata; és a Magyar Nemzet 7 írást tartalmazó Sport rovata. Mivel a rovatok megjelenési gyakorisága szempontjából nem vizsgáltuk a rovatrendszereket, így az eredményt a hetente, kéthetente illetve havonta megjelenő rovatok biztosan tovább

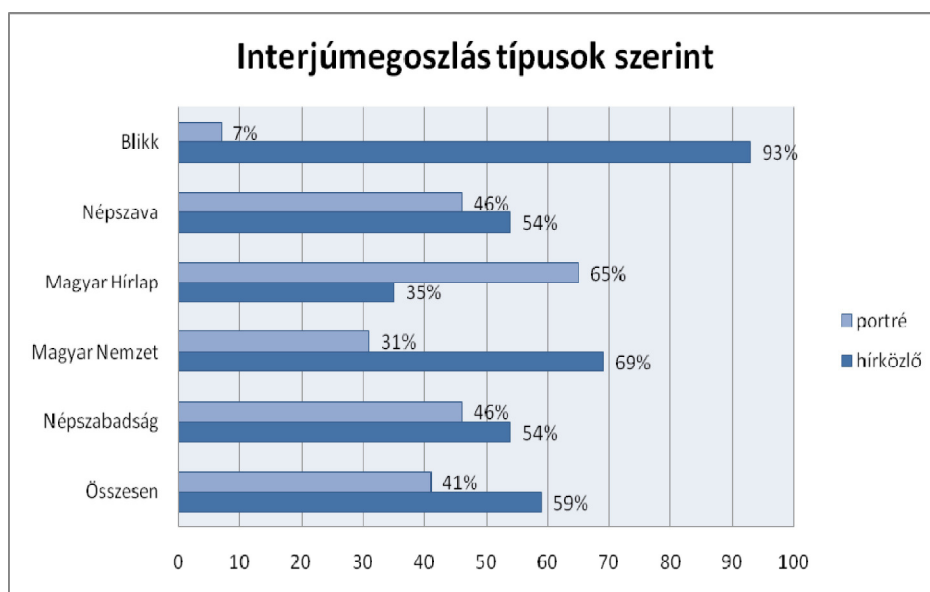
differentiálnák. Az egy és két interjút tartalmazó rovatok kisebb része valószínűleg nem naponta, hanem sokkal ritkább időközönként jelenik meg, a 64% és a 36% emiatt nem pontos adat, a két szám közti eltérés minden bizonnyal kisebb. Ha figyelembe vesszük, hogy a napilapok minden nap közölnek interjút, valamint hogy a lapok többségében találtunk Interjú rovatot, amely csak ezt a műfajt tartalmazza, akkor elmondhatjuk, hogy a napilapokban az interjúknak állandó helyük van. Azt viszont már nem állíthatjuk, hogy az egyes lapok interjút tartalmazó rovataiban a műfajnak állandó helye lenne, mert ez a rovatoknak csak 9%-ára (3 rovat) igaz. A rovatok 27%-a (9 rovat) gyakran, 64%-a (22 rovat) pedig ritkán tartalmaz ilyen cikkeket.

### **A témák aktualitása**

A szakirodalomban az interjúnak sokféle felosztása, típusa létezik. A kutatásban *Szigethy András* felosztását követtük, aki szerint „... az interjúnak két alapvetően elkülönített nagy csoportja van. Az egyik, amikor az interjú kizárólagosan abból a célból készül, hogy információt adjon közre.”<sup>4</sup> A második csoport „... célja nem elsődlegesen új információk nyilvánosságra hozatala. Ezt az interjúformát azért választjuk, mert valami többletet akarunk adni, szeretnénk mélyebb rétegekbe hatolni, mint a kérdésekre adandó válaszokból összeálló értesülés. [...] az interjú e többletet hordozó válfajában, alcsoportjában előtérbe kerül az interjúalany személyisége. Ilyenkor szinte portrét rajzolunk róla, párbeszédessé eszközzel.” A hírközlő interjú elsősorban az új információkra összpontosít. A lapok ezeket a híreket megpróbálják az adott szakterület leghitelesebb, (legkompetensebb) személye által közre adni. A portréinterjúban is vannak új információk, de ebben a típusban maga a megszólaltatott (személyisége) áll a középpontban. Harmadik hipotézisünkben azt feltételeztük, hogy az országos napilapok interjúi aktuális témákkal foglalkoznak. Tágabb értelemben természetesen mind-egyik interjú bír bizonyos mértékű aktualitással. Szűkebb értelemben viszont a két interjútípus közül a hírközlő interjúban túlsúlyban vannak az új információk, illetve maga az interjú is éppen a téma időszerűsége miatt jött létre, míg a portréinterjúban a megszólaltatott életének bármelyik mozzanatához visszanyúlhat az újságíró. Hipotézisünkben tehát azt feltételeztük, hogy az interjút inkább új információk közlésére használják, azaz hogy a lapok a hírközlő típust részesítik előnyben. Összességében véve a kutatás eredménye ezt támasztja alá.

---

<sup>4</sup> *Új műfajismeret.* (Szerk.: Bernáth László) Sajtóház Lap – és Könyvkiadó Kft. Budapest. 2002. 69–70.



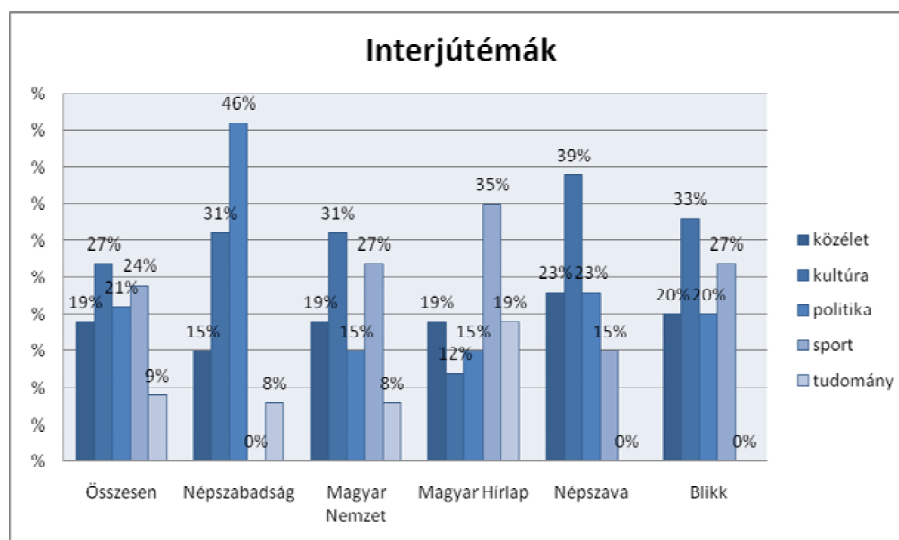
A lapok 59%-ban jelentettek meg hírközlő és csak 41%-ban portréinterjúkat. Az arányból viszont az is rögtön látható, hogy a hírközlő interjú egyáltalán nem domináns a másik típusal szemben. A napilapok közül egyedül a Magyar Hírlapban jelent meg több portréinterjú (65%). A többi sajtóorgánium közül a Népszabadság és a Népszava azonos százalékban (hírközlő: 54%, portré: 46%) használta a két típust. A Blikkben és a Magyar Nemzetben viszont már a hírközlő interjúk vannak többségben, előbbiben 93%, utóbbiban 69% az előfordulás. A Blikket kivéve azt láthatjuk, hogy az interjú műfaját a lapok hírközlés és portrérajzolás céljából egyaránt használják. A számok azt mutatják, hogy a két típus kiegyensúlyozott használata mellett a hírközlő interjúk általában mégis többségben vannak a portréinterjúkkal szemben. Ez alapján elmondhatjuk, hogy tartalom szempontjából az országos napilapok interjúi aktuális témákkal foglalkoznak.

### **Jellemző interjú témák az országos lapokban**

Negyedik feltételezésünk szerint az országos napilapok a megyeiekhez képest jellemzőbben aktuálpolitikai témákban alkalmazzák az interjú műfaját. Mivel a megyei lapok földrajzilag kisebb területen élőknek készülnek, értelemszerűen az adott megyében történt eseményeket, történéseket tartalmazzák. Terjedelmük nagy részében főként a megyeszékhely vagy a megye nagyobb városainak, településeinek eseményeivel foglalkoznak. Az országos lapok ezzel szemben az egész ország történéseivel foglalkoznak, s rendszeresen kitekintenek a nagyvilágba is. Emiatt kínálatukból általában kiesnek a megyei szintű hírek. Az egész országot érintő témák közül az egyik legfontosabb a politika. Az egyes megyékben szintén van politikai élet, de a fővárosinál általában lényegesen kisebb jelen-



tőséggel bír, és az itt született politikai döntések ritkán hatnak a megyei határain túlra, még ritkább esetben az egész országra. Kutatásunk során úgy gondoltuk, hogy ha az aktuálpolitika ilyen hangsúlyos szerepet kap az országos lapokban, akkor ez valószínűleg az interjúra is hatással lehet.



Hipotézisünk helyességének eldöntéséhez meg kell vizsgálnunk a cikkek témáit. A témák meghatározásánál igyekeztünk minél átfogóbb kategóriákat létrehozni. Célszerűséből a kisebb témaköröket egy-egy nagyobb kategóriába helyeztük. Összesen öt témát kaptunk. Két témánál alkalmaztunk sűrítést: a kultúrába helyeztük a film, a zene, az irodalom, a színház és egyéb művészetek témáját; a közélet téma pedig tartalmazza a médiát, az oktatást, a gazdaságot, a közlekedést és az egészségügyet. A témák közül összesen a kultúra volt a leggyakoribb 27%-kal, majd ezt követte kevésbé lemaradva 24%-kal a sport. Feltételezésünkkel ellentétben a politika (21%) csak a harmadik leggyakoribb interjútéma volt, jóval a sport után következett. A közélet viszonylag kevésbé szerepel (19%). Külön témának vettük a tudományt, amely a többi témához képest jóval kevesebbet, csupán 9%-ot ért el. A lapok közül nem mindenben találunk mind az öt témába tartozó interjút. A Népszabadságban nem volt sport, a Népszavából és a Blikkből pedig hiányzott a tudomány témája. A Népszabadságban hipotézisünkkel megegyezően a politikával foglalkozó írások domináltak (46%), ezt követte 31%-kal a kultúra. A Magyar Hírlapban a sport kiugróan magas értéket ért el (35%), ezután sokkal lemaradva a közélet és a tudomány 19–19%-kal következik, a politika a negyedik helyre szorult (15%). A többi lapnál a kultúrával foglalkozó interjúk voltak többségben (Magyar Nemzet 31%, Népszava 39%, Blikk 33%). Második helyen a Magyar Nemzetben és a Blikkben egyaránt a sport áll 27–27%-kal. A Népszavában viszont a kultúrát a politika és a közélet követi 23–23%-kal. Hipotézisünkben azt állítottuk, hogy az országos lapokban

az aktuálpolitikai kérdésekkel foglalkoznak legtöbbit az interjúk. Ez a feltételezésünk az adatok alapján nem helytálló, az öt napilap közül egyedül a Népszabadságban bizonyult leggyakoribb témának a politika, a Magyar Nemzetben és a Magyar Hírlapban egyformán a negyedik helyen végzett 15–15%-kal, a Blikkben pedig a közélettel ért el azonos értéket (20%). A politikát legtöbbször a kultúra és a közélet előzte meg. Hipotézisünk második felében azt állítottuk, hogy a megyei lapokban az országosakkal ellentétben a közéleti témák dominálnak. A megyei lapoknál ez az állítás beigazolódt: sokkal gyakoribb téma a közélet, ezt követi a kultúra és a politika nagyjából azonos arányban. A politika a megyei lapokban kicsivel kevesebbszer jelenik meg az országos lapokhoz képest. Az országos lapokban viszont a politika harmadik leggyakoribb témaként nem elég hangsúlyos ahhoz, hogy hipotézisünket igazolva lássuk. Negyedik hipotézisünk helyesen a következőképpen hangzik: az országos napilapok az interjú témák vonatkozásában leginkább kulturális kérdésekkel foglalkoznak, míg a megyei napilapok közéleti kérdéseket helyeznek előtérbe.

### Az interjúk eloszlása a lapok rovatrendszereiben

Utolsó feltételezésünk szerint az interjúk a napilapok legkülönbözőbb rovataiban kapnak helyet. Ehhez azt vizsgáltuk meg, hogy az egyes lapokban számszerűen hány rovatban mennyi interjú jelent meg.

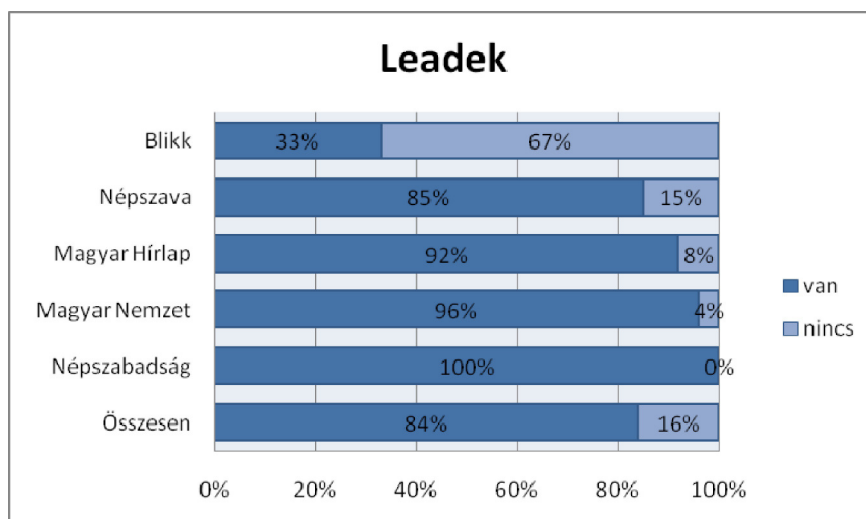
| Az interjút tartalmazó rovatok átlagos interjú tartalma |          |              |               |               |          |       |
|---|----------|--------------|---------------|---------------|----------|-------|
|   | Összesen | Népszabadság | Magyar Nemzet | Magyar Hírlap | Népszava | Blikk |
| Rovatszám   | 35       | 4            | 9             | 9             | 9        | 4     |
| Interjúszám   | 93       | 13           | 26            | 26            | 13       | 15    |
| Átlag   | 2,65     | 3,25         | 2,8           | 2,8           | 1,4      | 3,75  |

Összesen 35 rovat tartalmazott interjút, átlagosan minden országos lap 7 rovata tartalmazott a két hét alatt interjút. A Népszabadság és a Blikk 4–4 rovatában, a többi vizsgált országos lapnak pedig 9–9 rovatában jelentek meg ilyen cikkek. Az interjúk számát a rovatokéval elosztva megkapjuk, hogy egy rovatban átlagosan 2,6 interjú jelent meg. Átlag alatti értéket egyedül a Népszava ért el: rovatai átlagosan 1,4 interjút tartalmaztak. A Magyar Nemzet és a Magyar Hírlap egyformán 2,8 interjú/rovat értéket ért el. A legkoncentráltabban a Népszabadságban (3,25) és a Blikkben (3,75) volt jelen a műfaj. Ez azt jelenti, hogy e két utóbbi lapban a legkevésbé jellemző, hogy a műfaj a lapok legkülönbözőbb rovataiban kap helyet. Ehhez hasonló képet kapunk akkor is, ha azt nézzük meg, hogy az interjúk a lapok mely oldalain jelentek meg, illetve melyik oldalakon volt a legtöbb interjú. Ennek segítségével azt is láthatjuk, hogy a cikkek az egyes lapok melyik részében a legjellemzőbbek. Az oldalszámokkal kapcsolatban meg kell jegyeznünk, hogy a Népszabadságban, a Népszavában és a Magyar Nem-

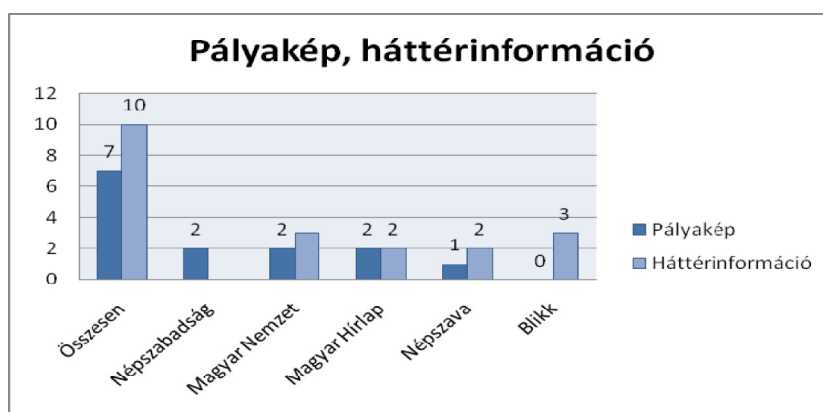
zetben az első oldalon is előfordul interjú, illetve annak egy része. A műfaj megjelenése az országos lapok többségének címlapján azt jelzi, hogy az interjút a leglényegesebb témák feldolgozására is használják. Itt kell megemlítenünk, hogy egyedül a Népszabadságban fordul elő egy alkalommal, hogy interjú átfolyik a másik oldalra, de ezt érdemes kivételnek tekintenünk. A Népszabadságban a két hét alatt interjúkat az 1–5. és a 9–11. oldalakon találtunk. A legtöbb, három interjút a 2–3. és a 11. oldal tartalmazott. Ez alapján elmondhatjuk, hogy a Népszabadság első felében helyezkednek el az interjúk, és a többi laphoz képest viszonylag kevés rovatban. A műfaj mégis fontos, amit az interjú címlapon való szerepeltetése mutat. A Magyar Nemzetben szintén megjelenik az első oldalon, viszont már a lapban néhány oldal kihagyással végig jelen volt a műfaj, találtunk erre példát az 1–2., 5., 10., 13–16., 19–20., 23., és 33. oldalon. Itt egy kicsit fordított a helyzet a Népszabadsághoz képest, mivel a lap első felében több interjúmentes oldalt találtunk. A Magyar Nemzetnél azt láttuk, hogy a lap második részében több az interjút tartalmazó lap, mint az elsőben. Viszont ha csak az interjút tartalmazó oldalakat vizsgáljuk, akkor azt látjuk, hogy a legtöbb, négy interjút tartalmazó 2. és 20. oldal a lap első és második részében helyezkedik el. A Magyar Hírlap címlapján nem találtunk interjút, viszont a legtöbb oldalon ebben a lapban jelent meg a műfaj. Interjút tartalmazó oldalak: 4–7., 9–13., 16., 18., 24., és 31. oldal. Különösen sok interjút tartalmaz az 5. (4 írás) és a 16. (6 írás) oldal. Az interjúk a Magyar Nemzethez hasonlóan itt is nagyjából a lapban végig megtalálhatók, illetve az első és a második fele is nagyjából hasonló mértékben tartalmazott cikkeket. A Népszavában a 6. (3 cikk) és a 11. (2 cikk) oldalt kivéve a többi oldalon (1., 5., 8–11., 13–15.) csak egy interjú jelent meg. Ez azt mutatja, hogy a lap nagy részében előfordulhatnak interjúk, vagyis a lap legtöbb rovatában helyet kaphat a műfaj. A Blikk az egyedüli napilap, amelyben az interjúk túlságosan a lap egyik részére, illetve egy bizonyos oldalára jellemzőek. Interjút tartalmaz a 2–3., 10–11., 13. és 15. oldal. A műfaj kevés oldalon jelenik meg a Népszabadsághoz hasonlóan, viszont abban már eltér az előbbitől, hogy a Blikkben a 3. oldal tartalmazza az írások 66,6%-át, vagyis 10 cikket. Összességében azt tapasztaltuk, hogy a napilapok viszonylag sok rovatában jelent meg interjú. Az oldalszámok vizsgálata pedig arra mutatott rá, hogy az egyes lapokban szinte a legtöbb oldalon előfordulhat interjú, a lapok többségében még a címlapon is. A Népszabadságban inkább a lap első felében találtunk cikkeket, az utolsó oldalakon viszont egyet sem. A Blikkben pedig a 3. oldalon összpontosult a legtöbb interjú. Ennek ellenére azt mondhatjuk, hogy hipotézisünk helytállónak bizonyult. Az interjúk a napilapok legkülönbözőbb rovataiban kapnak helyet.

## A kutatás egyéb szempontjai

Kutatásunkban a hipotézisek helyességét igazoló szempontok mellett az interjú néhány más elemére is figyeltünk. A tanulmány további részében tehát a leadekről, a kiegészítő információkról és a képek megoszlásáról lesz szó.

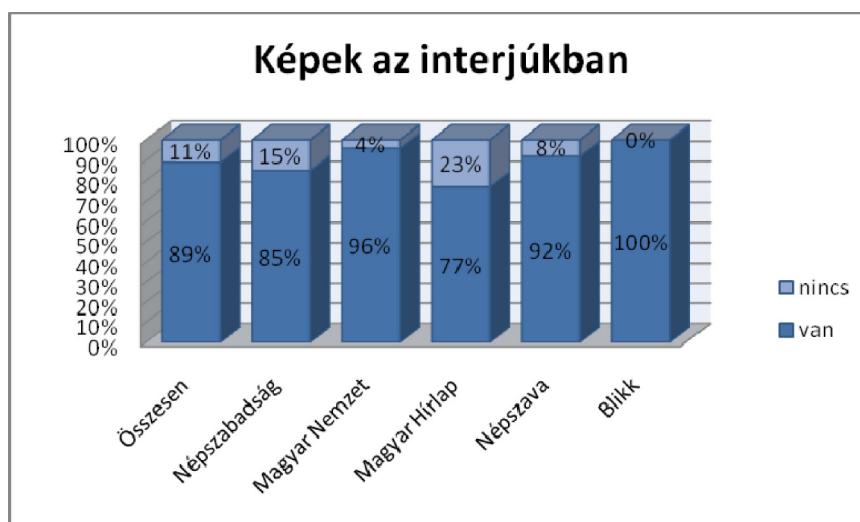


Az országos napilapokra jellemző a lead használata, összesen 84%-ban tartalmaztak a cikkek leadet. A Népszabadságban minden cikk tartalmazott ilyen elemet. A Blikkre viszont jellemző volt a leadek elhagyása, összesen a cikkek 67%-a volt lead nélküli. A többi napilapban azonban a lead hiánya csak elvétve, nem pedig rendszeresen fordult elő.

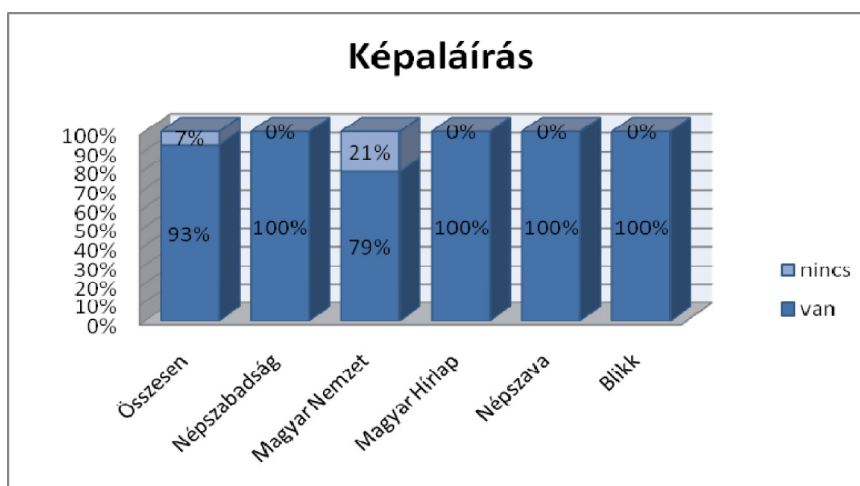


A pályaképet és a háttérinformációt előfordulásuk csekély száma miatt már nem értelmezhetjük az interjúk szerves részeként, mint tettük azt az alcímeknél. Pályakép az interjú mindkét típusánál elképzelhető, a legtöbbet tartalmazó lapok, a Népszabadság, a Magyar Nemzet és a Magyar Hírlap mégis csak 2-2 ilyen elemet tartalmaz. A Népszava csak egyet, a Blikk pedig egyet sem közölt cikke-

iben. A háttérinformációt a pályaképnél már egy kicsivel jellemzőbbnek mondhatjuk, bár a Népszava egyet sem tartalmazott. A Magyar Nemzet és a Blikk 3-3 háttérinformációt, a Magyar Hírlap és a Népszava 2-2 darabot jelentetett meg interjúiban a két hét alatt.



Az eddigi elemek mellett a képeket is figyelembe vettük a kutatás során. Azt találtuk, hogy az összes interjú 89%-ában a szöveg mellett a lapok képet is közöltek. A Blikkben minden cikkhez tartozott legalább egy kép. A Magyar Hírlapban volt a legkevésbé jellemző a kép, 23%-ban kép nélkül közölték írásaikat. A többi lapban 1-2 esettől eltekintve mindig tartalmaztak az interjúk képet is.



A képeket 93%-ban képalírással közölték. A Magyar Nemzetet kivéve, ahol 21%-ban nem volt a képalírás, a többi országos lapban mindig találtunk képekhez tartozó szövegeket. A Népszabadságon kívül 1-2 esetben előfordult, hogy

egy interjúban több kép is volt, de ez a jelenség ritka volta miatt kivételnek tekinthető.

## Összegzés

A kutatásban öt hipotézisünk közül az első kettő és az utolsó helytállóan bizonyult, a harmadikat kisebb megkötéssel elfogadhatjuk, a negyedik feltételezésünk viszont megbukott. Ennek alapján a következtetések:

1. Az országos napilapokban naponta 1,35, a megyei napilapokban 0,85 interjúval találkozunk;
2. a vizsgált napilapok interjúiból az országos napilapok 56%-ot, a megyeiek 44%-ot közölnek;
3. az országos lapok nagyobb részében találunk Interjú rovatot, így a lapokban a műfajnak állandó helye van. A többi, interjút közlő rovatra azonban nem jellemző, hogy bennük a műfajnak állandó helye van. Tartalmi tekintetben hírközlés és portrérajzolás céljából egyaránt használják, a hírközlő típus kicsit gyakoribb, mint a portréinterjú. Az országos napilapok interjúi tartalmi tekintetben aktuális témákkal foglalkoznak;
4. az országos napilapok az interjú témák vonatkozásában leginkább a kulturális kérdésekkel (27%) foglalkoznak, ez követi a sport (24%), a politika (21%), a közélet (19%) és a tudomány (9%). A megyei napilapok ezzel szemben közéleti kérdéseket helyeznek előtérbe;
5. az interjúk az országos napilapok legkülönbözőbb rovataiban kapnak helyet, s a legtöbb lapban megjelennek a címdoldalon is.

Az interjúk címéről elmondhatjuk, hogy a főcímek jellemzően címke szerepűek. Az írások 52%-a rendelkezik alcímmel is, melyek döntő többsége témajelölő típusú. A műfajhoz szervesen hozzátartozik a lead és a kép, valamint a kép aláírás. A pályakép és a háttérinformáció előfordulhat az interjúban, de a műfajnak nem elmaradhatatlan eleme.

Herzog Csilla tanárnő segítségével sok szempontból vizsgáltuk meg az interjút, amelyhez saját gyűjtésű szöveganyagot (korpuszt) használtunk. A kutatásban a műfajról sokat tudtunk meg, de figyelmünk nem terjedt ki mindenre. Egy további kutatásban érdemes lenne megfigyelni az újságírók kérdezési technikáját, a képek elhelyezkedését, méretét a cikkhez vagy az újsággoldalhoz képest. Az interjú terjedelmét viszonyítani lehetne a kérdések számához. Egy megismételt kutatás lehetőséget teremtene a két adatsor összehasonlítására is.

## Felhasznált irodalom

*Új műfajismeret.* (Szerk.: Bernáth László) Sajtóház Lap – és Könyvkiadó Kft. Budapest. 2002.

Domonkosi Ágnes: *A szöveg szintje.* In: Ismeretek a nyelvről (szerk.: H. Varga Gyula) Diamond Kiadó. Eger. 2003.