

Kit érdekel a magyar ifjúság?

Az erdélyi magyar sajtó csak felszínesen és rapszodikusan foglalkozik fiatalokat érintő kérdésekkel

Aki a romániai magyar sajtó alapján szeretne képet alkotni az erdélyi magyar fiatalokról, nincs könnyű helyzetben. Néhány gyerek- és ifjúsági rétegpot leszámítva e nemzedékkel alig foglalkozik a sajtó. Kérdés, miként tudja leendő olvasóit kinevelni.

Ha az erdélyi magyar sajtó alapján szeretnénk részletes képet kapni az ifjúságról, aligha fog sikerülni, mert a pár gyerek- és diáklapot leszámítva keveset tudunk meg e korosztályról. Nem ismerjük eléggé olvasási szokásait, életvitelüket, érdeklődési köreit vagy tudományos érdekelttségüket. Pedig fiatal felnőttként, jövődöbéli vagy a már kamaszodó gyerekek szülőjeként szükségünk van megismerni őket, hogy minél többet tudjunk meg róluk.

Az erdélyi magyar sajtóban megjelenített kép a fiatalokról mindössze annyit mutat, hogy különböznek a felnőtt társadalomtól, és a külső diskurzusok által meghatározott identitás visszahat önértékelésükre. Az újságok által másként látott és láttatott fiatalok magukat is másként kezdik el meghatározni.

Az erdélyi lappiacon hiánycikknek számítnak kifejezetten az ifjúságot megszólító, az ifjúságot bemutató és az ifjúsági témákat érin-

tő sajtótermékek. Ezért elég nehéz meghatározó képet alkotni az erdélyi magyar ifjúságról. A romániai magyarok olvasási szokásairól készült 2000-es évek eleji elemzések kimutatták: bár Erdélyben a tömegkultúra-kiadványok ritkábbak, mégis van közönségük.

A kilencvenes évek első felétől jelen lévő magyarországi magazinok, valamint a rejtvényűságok forgalmazásával foglalkozó dévai Corvin Kiadó termékeinek népszerűségéből arra lehetett következtetni, hogy az ilyen típusú tartalmakra tartós kereslet van, ám az érdeklődők hasonló erdélyi magyar kiadványok hiányában a magyarországi vagy a román lapok iránt érdeklődtek.

A Magyar Újságírók Romániai Egyesületének (MÜRE) nyilván tartása szerint 1999-ben gyerek-lapként a Napsugarat, a Szemfülest, a Cimborát, illetve ifjúsági, diaktikai célzatú rejtvénymagazinként a Diákabrakot jegyezték. A Kolozsvári Magyar Diákszövetség két ifjúsági lapot is működtet:

az egyik a Szabadság napilap heti melléklete, a Campus, a másik a Perspektíva diáklap. Ezen kívül különálló tinimagazinként jelenik meg a Szemfüles, 2017 novemberében pedig a kolozsvári székhelyű Transindex.ro internetes portál Hoppipolla néven új blogot indított kifejezetten fiatalok számára.

Első helyen a telefonhasználat

Bár vannak Erdélyre vonatkozó ifjúságkutatások, azok szinte soha nem foglalkoznak a sajtó által bemutatott témákkal, miközben ezek is ugyanolyan fontos szerepet töltenek be az erdélyi magyar ifjúság meghatározásában, mint a pszichológiában, az antropológiában és a szociológia szakterületén elvégzett vizsgálatok és eredmények. Ennek hiányában cikkünkben annak próbálunk utánajárni, miként határozza meg az erdélyi magyar sajtó a fiatalokékat, milyen mértékben foglalkozik velük, illetve milyen témákat dolgoz fel számukra.

Pontos lenne számon tartani az ifjúság igényeit, kéréseit, ugyanis a felgyorsult világban egyre csökken az igazán példaértékűnek számón tartott véleményvezérek életkora. Ennek következtében a fiatalok zöme mindig a népszerűekre szeretne hasonlítani. Egyre fiatalodik az elismert szakemberek gárdája is – orvosok, újságírók, mérnökök

stb. –, ebből kifolyólag fontos lenne olyan sajtótermékekkel és műfajokkal megszólítani, megérinteni őket, amelyekben megtalálják önmagukat és azokat a témákat, amelyekről szívesen olvasnak.

Az információs csatornák használatában is sajátos generációs különbségek figyelhetők meg, ugyanis a fiatalok egyértelműen inkább az online világhoz tartoznak, tájékozódnak, és kényük-kedvük szerint választják ki a nekik tetsző cikkeket. Nem volt meglepő, hogy a már korábban elvégzett kutatásokból is kiderült: a telefon egyértelmű dominanciája jellemezte a kutatásban résztvevő alanyok médiahasználatát, ugyanis ott technikailag lehetőség van a kulcsszavas keresésre, így a fiatalok könnyen megtalálhatják a számukra érdekes témákat.

Kulcsszavas keresés

A fiatal olvasó igényeinek feltérképezése fontos szempont, ugyanis tudnunk kell, mit olvasnak, milyen filmeket néznek, milyen témákra kíváncsiak, milyen értékekre büszkék, kik azok, akiket példaértékűnek tartanak saját generációjukból. Ezért szerettük volna azokat a kulcsszavakat kiemelni, amelyek visszatérő motívumként jelennek meg a fiatalokról az erdélyi magyar médiában. Helytelen lenne ugyanis a 21. századi erdélyi fiatalaságról csak a nekik szóló réteglapok alapján végezni elemzést. Nagy szükség van az online téren is igen aktív fiatalokat szemügyre venni, viszont a hozzájuk közel álló blogok esetében ez szintén rendkívül szubjektív szemléletet mutatna be.

Nézzük akkor, hogyan jelenik meg az ifjúság az elsősorban felnőtteknek szóló online és nyomtatott felületeken Erdélyben. A legnagyobb erdélyi magyar lapcsalád vezető portálját, a szekelyhon.ro oldalait vizsgálva a korábban publikált, a 2018 januárjától áprilisáig terjedő időintervallumban, az ifjúság kulcsszóra rákeresve hét találatra akadunk. Témák szerint ezek gazdaság, sport és kultúra téren oszlottak meg. Szó esett többek között az ifjúsági lakások várólistájára való feliratkozásról, a csíkszeredai és a székelyudvarhelyi ifjúsági néptáncatlálkozóról is. Nagyobb sikerünk volt a fiatal kulcsszó megadásakor, ugyanis a rendszer több témába vágó cikket is ki dobott. Megtudtuk, a székelyföldi könyvesboltokban gyarapszik az eladások száma, egyre fiatalodik a vásárlói korosztály. Továbbá olyan felmérés tesztet is megosztottak, ami a munkát kereső fiatalok képességeit méri. A kérésű cikkek között előbukkant a „sztárkultusz” is, miután a Virtuózok tehetségkutató műsor elődöntőjében a csíkszeredai Fazakas Tamás énekelt. Relevancia szempontjából a legfontosabb találat-

nak mégis az bizonyult, hogy tizenöt napra felfüggesztették két székelyudvarhelyi kocsmák működését. Ezek a találatok is azt tanúsítják: több elem is csak közvetett módon szólt a fiatalaságnak, ugyanis felnőtteket érintő témákat próbáltak fiatalosabb megközelítésben bemutatni. Kívételt csak a kocsmák bezárása képez, ugyanis a cikk segítségével a fiatalok számukra fontos információ birtokába juthattak.

Mi minden érdekelhetné őket?

Több elem is a mai fiatal generációra jellemző mentalitásbeli fordulatra utal: általános szemlélet szerint a divatos ruha, haj, a trendkövető smink, az okostelefonok és a technikai kutyák használata főként a fiatal generáció fogyasztói szemléletének terjedésére utal. Szükség lenne tehát a napi sajtóban a klasszikus ifjúságot foglalkoztató témákról is szót ejteni. Több cikket kellene szentelni a szerelem, a szexualitás, az egészség és a szépségápolás kulcsszavakat tartalmazó és összefoglaló cikkek közlésének. A sztárok, a zene, a filmek, a divat kulcsszavak is gyéren vannak jelen az említett médiafelületeken, pedig a mai fiatalokat ez érdekli inkább. A gyermek- és ifjúsági réteg nemcsak a fikcióból tanulhat. Az őket érdeklő témák felhasználásával a napi sajtóból is képes kiválasztani a számára érdekes cikkeket. Szükségük van arra, hogy ifjúsági önkifejezésüket – amit nevezhetünk akár lázadásnak is – valamilyen módon szemléltetni tudják, olvasni róluk, és olyanokról is, akikről úgy gondolják, velük együtt járnak egy cipőben.

Médiamarketing szempontok

Az információs csatornák használatában szintén sajátos generációs különbségek figyelhetők meg. A fiatalok szélesebb körben, de rendszeretlenül olvassák a helyi magyar lapokat. A szakemberek szerint ennek az a magyarázata, hogy a lap rendszeres olvasói a szülők, és ha már az újság jelen van a lakásban, akkor elkerülhetetlen, hogy a fiatalok is belenézzenek. Szükség lenne tehát hangvételen, stílusban is minél közelebb kerülni hozzájuk, sokkal személyesebb fogalmazási móddal, sokoldalúbb témákkal körülvenni és megszólítani őket.

A diákok nem szívesen áldoznak pénzt kifejezetten őket megszólító nyomtatott sajtótermékekre, ilyen körülmények között pedig csak akkor kerülnek kapcsolatba erdélyi magyar lapokkal, amikor az idősebb nemzedékek médiahasználati szokásai valamilyen módon kihatnak korosztályukra is.

GEDŐ DALMA-ORSOLYA

A szerző újságírószakos egyetemi hallgató

Anyaságról másként a májusi Nőilegben

Májusi lapszámunkban olyan nőkről szólunk, akik nem tudnak vagy nem akarnak anyákká lenni, mégis teljesnek érzik az életüket. Aztán olyanokról, akiknek másként adatott meg az anyaság, örökbe fogadott gyerekek révén, és ajándéknak érzik ezt a sorstól. És persze anyákat is megszólítunk, olyanokat, akik gyakorta kihajolni kénytelenek a klasszikus anyaság korlátain.

A címlapunkon szereplő Török-Illyés Orsolya családjával otthon forgatta az utóbbi évek egyik ikonikus magyar filmjét, az Ernellék farkaséknál címűt, amely mellbevágóan és metszően beszél a kívülről csodásnak tűnő családi élet nyomasztó voltáról, vívódásairól. Az egy ismert erdélyi család minden esendőségét élesen felvállaló, szívet melengető és humoros Balkán bajnok című film alkotója, Kincses Réka pedig interjúnkban azt mondja: merjenek a nők dühösek lenni, és elébb megy a világ.

Tematikus blokkunkon túl persze sok izgalmas témát ajánlunk. Mindenekelőtt Pál Biborka lebilincselő, magával ragadó riportját a tusnádi medvelesről. Kolléganőnk, szakértő irányító segítségével persze, a nagyvadak közé merészkedett, élményei pedig letehetetlen olvasmányt kínálnak.

Gyógyír rovatunkban túlgógyszerezett társadalmunkról írunk, hozzáértők véleményét kérve ki arról, mennyire egészségtelen bekapunk apróbb gondjainkra egy-egy gyógyszer házipatikánkból, és mi számít túlgógyszerezésnek.

Ha május, akkor eper, mondták élénk határozottsággal gasztrobloggerjeink, mikor recepteket kérünk tőlük, így önök is, kedves olvasók, üssék fel a Nőileget, ha már eljön az igazi eperszezon. Különleges, egyszerű és nagyszerű étkeket kínálunk!

El tudják képzelni, milyen egy hegymászó otthona? Mi is csak próbálkoztunk, amíg el nem jutottunk a világhírű hegymászó, Török Zsolt aradi laká-



sába: önöknek is megmutatjuk. Török Zsolt számára az otthon olyan, mint egy alaptábor, ahová mindig vissza lehet térni. És érdemes is, tehetjük hozzá, az ipari és rusztikus elemeket keverő lakás láttán.

Ha kíváncsiak Sebestyén Ába színművész családjában élő nők ruhatarára, szintén a Nőileg lesz a megfelelő választás: a színművész felesége, Tarczali Mónika babahordozási tanácsadó és négy lányuk gardróbjára igazán színes, kreatív, jó hangulatú – megmutatjuk. Mindemellett persze még sok minden mást is, remek időtöltést kívánunk!

Keresse az újságárusoknál vagy rendelje meg honlapunkon – www.noileg.ro