

A kutatást vezette: WEYER Balázs

A kutatásban közreműködött: Bozóki Dominika, Bán Bence, Zöldi Blanka

2013. december 30.

Felmérés a magyarországi médiaképzésekről

Munkaanyag a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete számára

Kutatásunk célja az, hogy friss adatokkal egészítse ki a magyarországi médiaképzés helyzetéről kialakult, elsősorban hiedelmeken alapuló képet, és valamelyest oldja az ezzel kapcsolatos fogalmi zűrzavart. Mélyen beitta magát a közvélekedésbe a gondolat, hogy a felsősoktatásban „túlképzés” van médiszakemberekből, ugyanakkor – miközben a médiapiac valóban kevesebb embert és alacsonyabb jövedelemszinten képes foglalkoztatni, mint korábban – soha nem volt ekkora szükség médiabeli jártassággal, médiaképességekkel felvértezett munkatársakra a gazdaság szinte minden területén. Ennek ellenére a médiaszakokon tanulók száma ma negyede a korábbi csúcsnak, ezen belül pedig igen alacsony az újságírással foglalkozni kívánók aránya. Az ömlesztett médiaképzés egyre kevésbé alkalmas a média különböző területeit átfogó oktatásra: a rendezvényszervezéstől az oknyomozó újságírásig, a médiakutatástól a vállalati *socialmedia*-oldalak menedzseléséig terjedő skálát szinte lehetetlen egy *curriculum*-ban lefedni. A médiaoktatási piac erjedésben van: a képzési helyek száma gyorsan csökken, az igények gyorsan változnak. Úgy véljük, mindez jó alkalom rendet vágni a kuszaságban.¹

1. Vezetői összefoglaló

Kutatásunkban összesen 37 magyarországi, valamilyen kommunikációs és újságíróképzést nyújtó, valamilyen diplomát, oklevelet, vég bizonyítványt adó intézményt azonosítottunk. Ezek közül 21 működik felsőoktatási keretek között, a többi úgynevezett OKJ-s szakképesítést adó felsőfokú szakképzés és/vagy kiadók, szerkesztőségek által működtetett képzőhely.

A feltérképezett intézmények között több is fenntartási problémákkal küzd, vagy már megszűnőfélben van.

2013-ban jelentős mértékben, mintegy negyedére esett vissza a kommunikációs képzésekre jelentkezők száma. Ennek a legfontosabb oka az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele volt. Ez a visszaesés várhatóan átmeneti.

A felsőoktatási keretek között működő kommunikációs képzésekben a legtöbbször nem különülnek el a médiaiparágon belül szakterületek.

Kimondottan újságíróképzés szinte nincs, ugyanakkor a kommunikáció- és médiatudományi szakokra a hallgatók jelentős része ilyen ambícióval jelentkezik. A *media studies*- és a *journalism school*-jelleg nem válik el egymástól. Újságírást MA-szinten ma szinte lehetetlen tanulni.

Konfúz a kommunikáció- és médiatudomány szakok keretében a BA- és az MA-képzés megkülönböztetése.

Sok intézmény érzi túlságosan korlátozónak az akkreditációs és a tantervi kereteket, ugyanakkor vannak példák gyorsan és gyakran változtatott, illetve indított tantervekre és szakirányokra.

Az elitintézményeket leszámítva a nemzetközi szakirodalom alig használatos az oktatásban.

A tanári karok túlnyomórészt más (elsősorban társadalomtudományi) tudományterületeken fokozatot szerzett oktatókból, illetve fokozat nélküli gyakorlati médiszakemberekből állnak, aminek oka az, hogy nincs elegendő számú szakirányú fokozattal rendelkező oktató. Ez erősen befolyásolja az átadott ismereteket is: sok a társtudományok (a szociológia, az esztétika, a pszichológia, az irodalom, a közgazdaságtan) területét érintő tantárgy.

¹ A tanulmány a Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete megbízásából, a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság finanszírozásával készült.

Az elitegyetemek erőssége elsősorban a szelekciós képességéből fakadó erős „diákanyag”. A magánfenntartású felsőoktatási intézmények ugyanakkor dinamikusabban reagálnak a változó körülményekre és az úgynevezett „piaci igényekre”.

2. A felmérés célja

E felmérés célja, hogy pillanatképet nyújtson a magyarországi kommunikációs képzés állapotáról, jellegéről, problémáiról, színvonaláról, munkaerőpiaci viszonyairól, a rendelkezésre álló erőforrásokról. Röviden: hol, kik, mit, milyen céllal és milyen feltételek közepette tanítanak?

2.1. Hol?

A magyarországi média- és kommunikációs oktatással kapcsolatban rengeteg hiedelem és meggyőződés terjed, ezek mögül azonban hiányzik a tényanyag. A közhiedelem szerint „rengeteg” helyen, az igényeken bőven túl képeznek „újságírókat”. Az ilyen képzést nyújtó képzések listázása és osztályozása volt a felmérés egyik célja.

2.2. Mit?

Előfeltevésünk az volt, hogy a felsőoktatási kommunikációs szakok komoly identitásproblémával küzdenek: maguk sem tudják, hogy elméleti vagy gyakorlati képzést nyújtsanak-e, egyszerre igyekeznek kutatókat, újságírókat, PR-szakembereket, üzleti és intézményi kommunikátorokat képezni. Közben számos kommunikációs tanszék van, kifejezetten újságíróképzés alig folyik felsőoktatási intézményekben, ám változó mértékben gyakorlati ismereteket is oktatnak ezek a képzőhelyek. Kínálatukban azonban keverednek az üzleti kommunikáció, a kommunikáció-kutatás, az újságírás, a médiamenedzsment, a reklámpiar és az alkalmazott kommunikáció peremterületeinek ismeretei.

2.3. Kik?

Hipotézisünk szerint a kommunikációs képzések sajátja, hogy mivel a kommunikációs képzés a felsőoktatásban alig két évtizedre tekint vissza, elenyésző a tudományos fokozattal rendelkező újságírók és tudományos szakemberek száma. Így történelmi okokból a felsőoktatási kommunikációs tanszékek esztétika-, filmelmélet-, szociológia- vagy egyéb szakok úgynevezett *spin-off*jaiként jöttek létre, míg jelentős újságírói gyakorlattal rendelkező és státusban lévő oktatók ma is alig dolgoznak ezekben az intézményekben. Mindezek miatt viszont a meghívott előadók aránya ezeken a tanszékeken az átlagnál magasabb.

2.4. Miből?

Milyen tanterv szerint, milyen tankönyvekből oktatnak ezek a képzési helyek? Milyen területek esetében áll rendelkezésre vagy hiányzik megfelelő színvonalú, magyar nyelvű szakirodalom, és milyen külföldi szakirodalommal rendelkeznek az intézményi könyvtárak?

2.5. A felmérés módszertana

A felmérés három forrásból dolgozott:

- internetes kutatás,
- kérdőíves felmérés,
- személyes interjúk.

Első lépésként feltérképeztük a kutatás szempontjából érdekes intézmények körét. Összesen 37 intézményt listáztunk, és minden intézményt megkerestünk, a kérdőív kitöltésére kérve őket. Összesen 29 intézmény reagált valamilyen módunk a megkereséseinkre (általában az emailben kiküldött kérdőíveink mellett telefonon is igyekeztünk kapcsolatba

lépni velük). Nyolc esetben tehát egyáltalán nem sikerült kapcsolatba lépnünk az intézménnyel, további négy elhárította a közeledésünket és nem kívánt részt venni a felmérésben, néhányan pedig – bár ígéretet tettek – végül nem szolgáltatott adatot vagy csupán a nyilvánosan elérhető adatokra hívták fel a figyelmünket. Összesen 16 intézménytől kaptunk részletekbe menő adatszolgáltatást, és ezek közül 11 intézmény esetében az intézményvezetővel személyes interjút is készítettünk. Az összes többi intézmény esetében a nyilvánosan elérhető adatokra támaszkodtunk. Nem egy esetben azt az információt kaptuk vagy az adatgyűjtés során az a benyomásunk alakult ki, hogy az adott képzés megszűnt vagy legalábbis megszűnőben van. Öt-hat esetben az intézmények – bár ígérték – határidőig nem szolgáltatott adatot. Ezek később még várhatóan beérkeznek, és ebben az esetben utólag beépítjük őket.

Fontos megjegyezni, hogy az intézmények számát látszólag duzzasztják a szerkesztőségek és a kiadók keretein belül működő újságíró-iskolák, illetve képzési rendszeren kívüli képzések és tanfolyamok, ám ezek kapacitásban, hallgatószámában nem versenyezhetnek a felsőoktatási intézményekkel. Egy jelentősebb felsőoktatási szakon 5–600 diákot is képezhetnek egyszerre, míg egy szerkesztőségi újságíróműhely kapacitása egyszerre legfeljebb 15–20 diák képzésére elég.

A megkeresett intézmények jelentős része bizalmatlan volt a kutatás célját illetően, és többségük azzal a feltétellel szolgáltatott adatot, hogy azok intézményi bontásban nem kerülnek nyilvánosságra. Így egyes intézményi példákat – sem jót, sem rosszat – nem tudunk hozni a leszűrt, összesített eredményekhez.

A megkeresett intézmények listája:

1. Budapesti Corvinus Egyetem, Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet.
2. Budapesti Gazdasági Főiskola, Társadalmi Kommunikáció és Média Intézeti Tanszék.
3. Budapesti Kommunikációs Főiskola, Kommunikációtudományi Intézet.
4. Budapesti Műszaki Egyetem, Szociológia és Kommunikáció Tanszék.
5. Debreceni Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék
6. Debreceni Református Hittudományi Egyetem, Kommunikáció- és Társadalomtudományi Intézet.
7. Eötvös Lóránd Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar, Média és Kommunikáció Tanszék.
8. Dunaújvárosi Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
9. Esterházy Károly Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
10. Kaposvári Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
11. Károli Gáspár Református Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
12. Kodolányi János Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
13. Nyíregyházi Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
14. Nyugat-Magyarországi Egyetem, Savaria Egyetemi Központ, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
15. Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Intézet.
16. Pécsi Tudományegyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
17. Szegedi Tudományegyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
18. Szent István Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
19. Zsigmond Király Főiskola, Kommunikáció- és Művelődéstudományi Intézet.
20. Matthias Corvinus Collegium, Média és Kommunikáció szakirány.
21. Magyar Újságírók Országos Szövetsége, Bálint György Újságíró Akadémia.
22. Komlói Oktatási Stúdió, Riporter-, Szerkesztő- és Újságíró Iskola.
23. Független Újságírók Szövetsége, Krúdy Gyula Újságíró Iskola.
24. Sanoma Média Akadémia.
25. TV2 Akadémia.
26. Heti Válasz Műhely.
27. Edutus Főiskola és Felnőttképzési Akadémia.
28. Pegazus TV Média és Oktató Kft. (Nyíregyháza).
29. Fáma Diákújságíró és Újságíró Iskola.
30. Európai Levelező Oktatási (ELO.hu) Kft.
31. Közzszolgálati Médiaakadémia Alapítvány (a Pázmány Péter Katolikus Egyetem keretében).

32. Vitéz János Főiskola (időközben Vitéz János Kar a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen belül) Magyar Nyelvi, Irodalmi és Kommunikációs Tanszék.
33. MESE Kommunikációs Kft. Újságíróiskola (távoktatás; jelenleg feltehetően nem folyik ilyen képzés).
34. Számalk Szakképzési Központ (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
35. Leonardo Média Akadémia (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
36. Drégelyvár Oktatási Központ (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
37. Lámfalussy Sándor Szakiskola (jelenleg vélhetően nem folyik ilyen képzés).

2.6. A kérdőív

Az intézményeket az alábbi kérdőív kitöltésére kértük:

Intézmény:

Kitöltő:

I. ALAPADATOK

- Mióta folyik kommunikációs oktatás az Önök intézményében?
- Jelenleg hozzávetőleg hány diákot képeznek?
- Hozzávetőleg hány diájkuk végzett eddig a szak vagy az intézmény története során?

II. OKTATÓI KAR

Kérem adja meg a szakon (intézményben) oktató kollégák névsorát és azt a végzettségüket, szakismeretüket, amely a legrelevánsabb az oktatás szempontjából (a státusban lévő és az óraadó oktatókra nézve egyaránt, kizárólag a jelenlegi állapotot véve figyelembe).

III. A KÉPZÉS CÉLJA, FÓKUSZA

Az Ön meglátása és tapasztalata szerint az intézmény hallgatói milyen jövőbeli tervekkel kezdik meg tanulmányaikat Önöknél? Kérem állítsa sorrendbe a következő szakmai pályákat aszerint, hogy melyek a legáltalánosabbak a hallgatók ambíciói szempontjából!

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)

Az Ön meglátása és tapasztalata szerint az intézmény hallgatói milyen jövőbeli tervekkel fejezik be tanulmányaikat Önöknél? Kérem állítsa sorrendbe a következő szakmai pályákat aszerint, hogy melyek a legáltalánosabbak a hallgatók ambíciói szempontjából!

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)

Hogyan állítaná sorrendbe ezeket, ha az a kérdés, hogy az intézmény önképe és képzési programja melyiknek felel meg a leginkább ? Állítsa sorrendbe most őket e szempont szerint!

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)

IV. TANMENET

1. Kérem listázza az intézményben oktatott kurzusokat (tantárgyakat), lehetőség szerint egy-két mondatos leírással.
2. Van olyan terület, amelyet hiányol a tanmenetből? Véleménye szerint képesek követni az iparág gyors fejlődését a tanmenettel?

V. OLVASMÁNYOK

Kérem listázza az oktatásban (a teljes képzési idő alatt) használt fontosabb szakirodalmat, tankönyveket, vagy bármely más szempontból relevánsnak tartott eszközt!

Ezután válaszoljon röviden az alábbi kérdésekre:

- a, A szak elvégzése során egy hallgatónak átlagosan és hozzávetőleg hány szakmunkát (könyvet, terjedelmesebb tanulmányt) kell elolvasnia?
- b, Kielégítőnek tartja az elérhető magyar nyelvű szakirodalmat?
- c, Nyújt az intézményük segítséget a diákoknak a szakirodalomhoz való hozzájutást illetően?
- d, Rendelkezik intézményük olyan könyvtárral, amely való segítséget jelent a diákoknak?
- e, Rendelkezik intézményük hozzáféréssel valamely online elérhető nagyobb elektronikus szakkönyvtári adatbázishoz?
- f, Gyakorlat az Önök intézményében idegen nyelvű szakirodalom olvasása, olvasmányként való előírása a hallgatók számára?
- g, Mely szakterületen vagy szakterületeken érzi hiányosnak a rendelkezésre álló (magyar nyelvű) szakirodalmat?

+1: MÉDIAETIKA

Része-e az Önök intézményében a képzésnek a médiaetika (vagy hasonló tantárgy) oktatása akár kötelezően, akár választhatóan? Ha igen, ki és milyen módon oktatja azt? Ha nem, beépül-e valamilyen módon a médiaetika más tantárgyak tananyagába?

3. Helyzetkép

3.1. Hol és hányan tanulnak?

A magyarországi kommunikációs- és médiaoktatás egyik legfőbb problémájára mutat rá a tény, hogy miközben viszonylagos pontossággal megmondható, hány intézményben hányan tanulnak ilyen elnevezésű képzésekben, ez vajmi keveset mond arról, hány újságíró, médiakutatót, vállalati kommunikátort, PR-szakembert vagy államigazgatási szóvivőt képeznek, mivel ezek a sok tekintetben merőben különböző szakterületekre vonatkozó képzések (legalábbis a felsőoktatási jellegűek többségében) egy tanmenetben mosódnak össze. Sok esetben (elsősorban a rugalmasabb, magánfenntartású intézmények esetében) a specializációk és a szakirányok eligazítanak ebben a tekintetben, az OKJ-s, a képzési rendszeren kívüli képzések pedig többnyire egyértelműen specializáltak. Az állami felsőoktatásban azonban csak benyomásaink lehetnek arról, hogy a diákok mekkora része kíván újságíró, kutató vagy vállalati kommunikátor lenni a tanulmányok elvégzése során. Alumni-nyilvántartások híján pedig még kevesebb információ áll rendelkezésre arról, hogy ténylegesen mivel foglalkoznak a végzés után.

Felmérésünk a kommunikációs és médiaképzési színteret érezhetően *nagy változások közepette* találta. A megkeresett 37 intézmény közül számosban alapvető változások álltak be a kutatás megkezdése és befejezése között.

- Becslésünk szerint hat szakképző, OKJ-s végzettséget nyújtó intézményben már megszűnt vagy szünetel a képzés.
- Négy főiskolai képzés megszűnt, már csak kifutó évfolyamait oktatja, vagy megszűnőben van.
- További négy felsőoktatási kommunikáció- és médiatudományi tanszék jövőjét illetően nagyfokú bizonytalanságot tapasztaltunk.
- A hét-nyolc legnagyobb hallgatói létszámmal bíró intézmény kivételével mindenhol komoly kétségeket tapasztaltunk a képzés jövőjét illetően.

Elmondhatjuk tehát, hogy *a képzőhelyek száma rohamosan csökken*. Míg kiinduló intézménylistánk a 2012–2013-as tanév adatai alapján még 37 intézményt térképezett fel, a 2013–14-es tanévre ezek közül érdemben már csak 26–29-ben folyik oktatás, és a szakma a szám további csökkenésére számít.

A csökkenés mögött négy jelenség állhat. Fontossági sorrendben ezek az alábbiak:

- A felsőoktatási kommunikáció- és médiatudományi képzésben az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele.
- A felsőoktatási kommunikációs- és médiatudományi képzésben a központilag meghatározott, a korábbinál magasabb ponthatár.
- Az OKJ/FAT szakképzési akkreditációs rendszer 2013-tól érvényes átalakítása.
- A média- és kommunikációs képzések feleslegességével, a „túltermeléssel” kapcsolatos percepció elterjedése.

A felsőoktatásban a korábbi évek lassabb ütemű csökkenése után 2013-ban drasztikusan, *csaknem ötödére csökkent az ilyen képzést első helyen választók száma*: ebben az évben mindössze 438-an jelentkeztek első helyen kommunikációs képzésre, a 2012-es 2050 illetve a 2011-es 2824 fő után (a csúcs 2006-os 3520 fő volt).

Ennek okát az intézményvezetők elsősorban *az emelt szintű érettségi felvételi követelményként való megjelenésében* látják. Szakmailag többségük nem kíván vitatkozni azzal, hogy az emelt szintű érettségi megkövetelése hosszú távon jót tesz a szakmának, ugyanakkor az átmenet nélkül való bevezetés kizárja mindazokat a potenciális diákokat (elsősorban a levelező szakokról), akik 2005, tehát az emelt szintű érettségi bevezetése előtt érettségiztek, illetve akik az érettségi évében még nem számíthattak erre a változásra, sem arra, hogy szükségük lehet az emelt szintű érettségire.

Az intézményvezetők véleménye megoszlik abban a tekintetben, hogy ez a csökkenés tartós vagy átmeneti lesz-e. Sokan bíznak abban, hogy néhány év múlva, amikor elmúlik az emelt szintű érettségi bevezetése egyszerűnek vélt hatása, visszaállnak a korábbi jelentkezési számok. Addigra azonban a felsőoktatási képzőhelyek száma minden bizonnyal tovább fog csökkenni: több olyan (többségükben az alacsonyabb presztízűek között számon tartott) intézmény van, ahol 2013-ban jelentkezők híján már nem is indult évfolyam, de néhány nagy hagyományú intézménynek is jelentős hallgatószám-csökkenéssel kellett szembenéznie.

A *felvételi ponthatárok* utóbbi években történt folyamatos emelkedése a felvételizők számára ugyan nem közvetlenül hat, de szintén elriaszthatja a potenciális felvételizők egy körét. (2013-ban 470 volt a felvételi ponthatár).

2013-ban változott az OKJ/FAT akkreditációs rendszer is. Bár az új szakmajegyzékben is szerepelnek a kommunikációs, a média és az újságírás területéhez kapcsolódó szakmák, az tény, hogy az ilyen indított *képzések száma is jelentősen csökkent* 2012-ről 2013-ra. Nem világos, hogy ennek oka az-e, hogy az ilyen képzést nyújtó intézmények a teljes szakmakört érintő változás következtében nem tudtak időben felkészülni az új képzések indítására, vagy pedig az igény csökkent ilyen drasztikusan. Tapasztalatunk szerint azonban a képzések számának csökkenése, illetve a felsőoktatási lehetőségek szűkülése nem okozta a megmaradt OKJ-s képzőhelyek vagy szerkesztőségeken belüli, állami képzési rendszeren kívüli iskolák jelentkezőszámának növekedését.

Összességében becslésünk szerint jelenleg 29 intézményben körülbelül 5000–5500 hallgató folytat kommunikáció, média és/vagy újságírás területén tanulmányokat. E szám még csak kisebb részben tükrözi az idei év radikális létszámcsökkenését, mert a korábbi évek magasabb hallgatói számai dominálnak benne. De még így is: a 2000-es évek közepi csúcslétszám alig feléről beszélünk. Egyértelmű jelek mutatnak arra, hogy változatlan körülmények között ez a szám a következő években tovább fog csökkenni, akár a 2000–3000 ezres tartományba.

Ugyanakkor – miközben a média-iparág a technológiai és az üzleti környezet változásainak következtében valóban csökkenő megtérüléssel és így munkaerőpiaci felvevőképességgel rendelkezik –, egyértelmű, hogy világunk általában továbbra is gyorsan medialiszálódik, és *a média-, kommunikációs- és újságírói kompetenciákkal bíró szakemberek iránt igény a gazdaságban összességében nem fog csökkenni, sőt a növekedése várható.* Ilyen értelemben tehát az (ilyen mértékű) visszaesés mégsem lehet tartós.

3.2. Mit tanítanak, mit tanulnak?

A felmérés eredményei a vártnál sokkal erősebben igazolták vissza azt a feltevésünket, hogy *a kommunikációs képzésen belül az újságírás háttérbe szorult.* A megkérdezett intézmények közül mindössze kettő jelölte meg az újságírást a képzés legfontosabb területeként: mára csaknem mindenhol az üzleti és az intézményi kommunikáció szerepel az első helyen. Az újságírás általában a harmadik, a kommunikációelmélet és médiakutatás csak a negyedik helyen szerepel, még a tudományegyetemeken is, ahol pedig az intézmények énképük, küldetésük szerint ezt tartanak elsődlegesnek.

A felmérés egyértelműen megerősítette azt az alapfeltevésünket is, hogy a felsőoktatási kommunikációs- és médiaképzések általában több, egymással sokszor csak érintőleges kapcsolatban lévő területet próbálnak lefedni. Egyszerre igyekeznek elméleti-kutatói, újságírói, mindenféle üzleti kommunikációs és technikai képzést nyújtani. Kevés kivétellel mindenhol feszültséget tapasztaltunk az egyetemek elméleti képzési irányultsága és a diákok gyakorlati képzés iránti igénye között. Ez a feszültség csak nő a BA/MA váltásban, hiszen az MA-szakok még egyértelműbben elméleti fókuszúak. A hallgatók is széttartó ambíciókkal érkeznek az intézményekbe, maguk *az intézmények* pedig (legalábbis az állami felsőoktatásban) *sokszor szintén identitásválsággal küzdenek.*

Mindebben szerepet játszhat az is, hogy ugyanakkor számos (elsősorban más tudományterületekről érkezett) intézményvezető vallja, hogy az újságírás nem önálló tudomány, nem szükséges egyetemen oktatni, egy újságírónak inkább egy-egy szakterülethez kell értenie. (Ehhez kapcsolódóan többször hallottuk azt is, hogy az újságírás elsősorban tehetség kérdése.)

Ez a feloldatlanság a leginkább a tudományegyetemek és egyéb nagy presztízsű, országos hatókörű intézmények esetében érezhető. Ezeknek erősségük, hogy a legtehetségesebb diákokkal rendelkeznek, mivel nagy a válogatási lehetőségük. A képzés azonban a tudományegyetemi hagyományoknak megfelelően jellemzően *elméleti*, merev curriculummal, de – mivel egyértelmű az igény a gyakorlati képzés iránt – ezt igyekszik az elméleti keretbe beszorítani. A kisebb helyi egyetemek és főiskolák is ugyanezekkel a problémákkal küzdenek, a nagy válogatási lehetőség nélkül.

A magán-felsőoktatás ezzel szemben sokkal fókuszáltabb, rugalmasabb, gyakran vezet be és szüntet meg új szakokat, szakirányokat, specializációkat az érzékelt piaci igényeknek megfelelően. Ezeket kimondottan újságírói szakirányokon is lehet tanulni, de ilyen intézményekben indultak az első közösségimédia-szakirányok vagy a digitalizáció egyéb vonatkozásaira reagáló szakirányok és specializációk is. (Érdekesség, hogy ezt a megoldást az állami felsőoktatásban alig használják. A specializáció előnye a szakiránnyal szemben, hogy nem kell külön akkreditálni, igaz, ugyanakkor nem is ad önálló képesítést, de mindenképpen növelheti egy képzés rugalmasságát.) Ezekben az intézményekben jellemzően a technikai feltételek is jobbak, mint az állami felsőoktatásban, ugyanakkor a hallgatói kör érezhetően

gyengébb, mivel kisebb szelekció. De mára ezeknek az intézményeknek a többsége is – éppen a piaci igényeket érzékelve – *inkább az üzleti kommunikációra helyezi a hangsúlyt.*

Az egyéb képzési formákat illetően még nagyobbak a színvonalbeli különbségek, ezek azonban többnyire ténylegesen újságírói fókuszúak, a képzett hallgatók számát tekintve viszont nem befolyásolják lényegesen az összképet.

Mindezek eredményeképpen azok a legtehetségesebb diákok, akik újságírói pályára készülnek, ma aközött választhatnak, hogy újságírással csak részlegesen, esetenként érintőlegesen foglalkozó nagy presztízsű egyetemek kommunikáció szakjain tanuljanak, vagy ténylegesen újságírói szakokat válasszanak, de kevésbé inspiráló hallgatói intellektuális környezetben. Mindez a zavar sok intézmény esetében tükröződik a curriculumokban is: olyan gyakorlati tárgyak, mint a rendezvényszervezés, a hangvágás vagy a beszédtechnika keverednek olyan elméleti tárgyakkal, mint például a diskurzuselmélet, a reprezentáció-elmélet vagy a humánológia.

Miközben a bolognai rendszerben a szakok kurzuskínálata jelentős részben kötött, az egyes intézmények átjárhatósága csak formailag adott. *Ugyanazon tantárgyak és kurzusok alatt gyakran teljesen eltérő tartalommal és fókusszal oktatnak.* Ennek egyik oka az oktatói karok változó összetétele. Elenyésző számban találtunk státusban lévő, kommunikáció- és médiatudományból fokozattal rendelkező főállású oktatókat ezekben az intézményekben, aminek objektív oka az, hogy ebből a tudományágból csak nemrégiben lehetett először PhD-t szerezni hazánkban. Ennek következtében a kommunikáció- és médiatudományi szakok mindenféle társadalomtudományok interdiszciplináris érdeklődésű oktatóinak gyűjtőhelyei lettek, és a különböző irányokból érkező oktatók tudományos érdeklődése és háttere erősen befolyásolja az egyes tanszékek képzési fókuszát. Így találhatunk esztétikai, nyelvészeti, kulturális antropológiai, szociológiai, filmelméleti, jogi, filozófiai vagy üzleti irányokba „lejtő” intézményeket, és megtalálhatjuk a tanmenetek, a kurzusok ilyen irányú torzulását is. Az eltérések másik oka az, hogy az intézmények többsége (jellemzően megint az állami fenntartású felsőoktatásról van szó) erős korlátnak érzékeli az akkreditációs és a bolognai követelményeket, ami nem segíti azt, hogy a tanterv alkalmazkodni tudjon a gyorsan változó iparághoz, ezért változatlan kurzusnevek alatt oktatnak új tartalmakat. Több kollégája véleményét is kifejezi az egyik tanszékvezetőtől vett idézet:

„Tekintve, hogy az érvényben lévő tantervek csak kis százalékban térhetnek el a képzési és kimeneti követelményektől, ezért ez utóbbi megváltoztatása mindenképpen célszerű volna, hiszen az még 2000-es években jött létre, egy teljesen más mediális-kommunikációs környezetben.”

A magánfenntartású intézmények egy része ugyanakkor az érzékelt piaci igényekre reagálva akár évről évre változtat a tanterven.

Az OKJ-s és egyéb, végzettséget nem adó képzést nyújtó intézmények között minőségben, a tanmenet komolyságában, az oktatói kar felkészültségében *rendkívül nagy a szórás*: vannak kimondottan jó minőségű, a felsőoktatás színvonalával versengő vagy azt jól – elsősorban gyakorlati szempontból – kiegészítő képzések, de vannak a szélhámosság határát súrolók is.

A tantervek többé-kevésbé állandó elemei az elméleti alapozó tantárgyak: a kommunikációelmélet, a szociológia, a médiajog (amely számos helyen a magyar médiatörvény magyarázatát és történeti elemzését jelenti, és nem a média környezetét befolyásoló számos jogszabályt), a műfajismeret, a sajtótörténet, az írásgyakorlat.

Érdekes, hogy miközben a tanmenetben keverednek az újságírói, a médiaelméleti és az üzleti kommunikációs profilkok, amelyek alig szoríthatóak be egy tető alá, a televíziós, a rádiós, a nyomtatott és/vagy az online platformokat még ma is számos helyen külön szakirányon tanítják, jóllehet ma az újságírói munkában ez a distinkció felesleges, és a platformfüggetlen megközelítésnek van egyre inkább értelme.

A legnagyobb problémák és az oktatás által le nem fedett területek között az intézményvezetők a leggyakrabban a digitalizációból eredő hatalmas változások követését említették, ezenkívül a médiatudatosság, az alapkészségek – az írás és a beszéd – oktatását, a kurrens eszközhasználat oktatását, és (általánosabb módszertani megközelítésben) a projektalapú képzést hiányolták. Ugyanakkor sokan úgy vélték, hogy semmi sem hiányzik a jelenlegi tantervből, képesek követni a gyors változásokat.

3.3. Kik tanítanak?

Hipotézisünk szerint a kommunikációs képzések sajátja, hogy mivel a kommunikációs képzés a felsőoktatásban alig két évtizedre tekint vissza, PhD-képzés pedig csak nemrégiben indult ebben a tudományágban, elenyésző a tudományos fokozattal rendelkező újságírók és szakemberek száma. Így történelmi okokból a felsőoktatási kommunikációs tanszékek esztétika-, filmelmélet-, szociológia-, nyelvészet- vagy egyéb szakok úgynevezett *spin-off*jaiként jöttek létre, vagy ilyen módon érintkező diszciplínák kutatói alapították őket, míg jelentős újságírói gyakorlattal rendelkező és státusban lévő oktatók ma is alig dolgoznak ezekben az intézményekben.

A felmérés ezt a hipotézist visszaigazolta: jellemzően a felsőoktatásban az intézmények többségében túlnyomórészt – vagy helyenként kizárólag – a *társtudományok művelői* oktatnak. Az oktatás tartalmáról szóló részben már írtunk arról, hogy mivel az oktatói kar összetétele az oktatás tartalmát is befolyásolja, mindez azt is maga után vonja, hogy az intézmények az oktatói kar összetétele szerinti irányokba húznak. Jellemzően az esztétika, a szociológia, a pszichológia, a nyelvészet, a történelem, a pedagógia, a közgazdaságtan és a filozófia jelenti ezeket a társtudományokat.

Korábban ezt viszonylag magas vendégoktatói számmal ellensúlyozták az intézmények (ilyen módon vonva be gyakorlati tapasztalatokkal rendelkező szakembereket a képzésbe), ez azonban az utóbbi évben rendkívül visszaesett, mivel *az intézményeknek nincs pénzük vendégelőadók megbízására az állami felsőoktatásban*. Nem ritka, hogy ma ingyen oktatnak vendégelőadók. Ahogy az egyik tanszékvezető fogalmazott:

„Az intézménynek arra sincs pénze, hogy a hagyományos újságírói műfajok tanításán túl olyan szakmabelieket hívjon meg, akik a médiakörnyezet változásait közvetlen közelből tapasztalják meg és rendelkeznek az adaptációs technikákkal, új műfajok és platformok ismeretével.”

Az ilyen vendégelőadók száma a magánfenntartású intézményekben ma még magasabb, az OKJ-s képzéseken és egyéb műhelyekben pedig jellemzően inkább gyakorlati szakemberek oktatnak. A kiadók, a szerkesztőségek berkein belül működő műhelyek pedig szinte kizárólag saját munkatársaik segítségével oldják meg a képzést.

3.4. Miből tanítanak?

Ezt a kérdést három szempontból vizsgáltuk:

- a képzésben előírt szakirodalom és annak hozzáférhetősége,
- szakirodalom, könyvtár, hozzáférhetőség,
- gyakornoki lehetőségek.

A képzésben használt, magyar nyelven is elérhető szakirodalmat illetően van elégedetlenség az intézményvezetőkben, ám ezt nem tartják a legjelentősebb problémák közé tartozónak. A hagyományosabb tantárgyak esetében, ha a kínálat viszonylag szűkös is, vannak bevált, sokak által kedvelt könyvek, amelyek visszaköszönnek az intézmények szakirodalom-listáin. Az újabb szakterületek esetében pedig online, ingyenesen hozzáférhető forrásokkal igyekeznek az oktatók többsége ellensúlyozni, hogy a magyar nyelvű szakmunkák és a fordítások lassabban követik a változásokat. Számos helyen élnek a tanszéki jegyzetek összeállításának lehetőségével, és vannak intézmények, ahol már kizárólag ilyenekből, és csak digitális formában írnak elő szakirodalmat. Van már olyan intézmény is, ahol a szakirodalom nagy részét pótolja, hogy az oktatók előadásait videóra rögzítik és elérhetővé teszik a diákok számára, esetleg ezekből multimédiás jegyzetet szerkesztenek.

Az előírt-elvárt szakirodalom mennyisége változó: a beérkezett válaszok szerint a képzés (BA vagy MA) alatt 15 és 90 között szóródik, hogy hány könyvet vagy terjedelmesebb könyvrészletet, szakcikket kell egy diáknak elolvasnia.

A magyar nyelvű szakirodalmat illetően a leginkább *a szakfolyóirat-irodalom hiányára*, illetve *a külföldi szakirodalom lassú és esetleges fordítására* és a gyakorlati megközelítésű kézikönyvek hiányára panaszkodtak az intézményvezetők. Tematikában az új média (a digitális média), a *programming*, a közösségi média, a médiatudatosság, a multimédiás

tartalomfejlesztés, a CSR, a kommunikáció-menedzsment, a médiaelmélet, a PR és a marketing és szervezeti kommunikáció területeit említették, ahol nincs elegendő vagy megfelelő minőségű magyar nyelvű szakirodalom.

Hat intézmény számolt be arról, hogy képzésükben napi gyakorlat az angol nyelvű szakirodalom használata. Néhány intézmény rendelkezik hozzáféréssel nagy nemzetközi könyvtári vagy szakfolyóirat-adatbázisokhoz, de jellemzően ezeket a diákok közvetlenül nem, csak a könyvtárban tudják igénybe venni.

Ugyanakkor a legtöbb intézmény úgy nyilatkozott, hogy nyújt segítséget a hallgatóknak a szakirodalomhoz való hozzáférésben vagy az intézmény könyvtárán keresztül, vagy az oktatók maguk digitalizálják és bocsátják rendelkezésükre az általuk előírt anyagokat (amennyiben azok nem érhetőek el online).

Az OKJ-s szerkesztőségi műhelyek jellemzően nem szakirodalom-fókuszúak, egy egy éves képzés alatt egy-két könyvet vagy kompilált jegyzetet, esetleg azt sem kell elolvasniuk a hallgatóknak.

A *gyakornoki programokat* minden intézmény fontosnak tartja. Miközben az oktatásban háttérbe szorult az újságírás, a gyakornoki programok túlnyomórészt még szerkesztőségi gyakorlatot jelentenek. Ugyanakkor megjelentek és terjednek az első olyan kezdeményezések, amelyekben intézmények nem szerkesztőségekkel, hanem vállalatok kommunikációs részlegeivel kötnek gyakornoki megállapodásokat.

A gyakornoki programok azonban az esetek többségében teljesen irányítatlanul működnek. Sok intézmény ambíció vagy képesség hiányában nem talál utat gyakornokokat fogadni kívánó szerkesztőségekhez, így a hallgatók dolga helyet találni maguknak. A legtöbb esetben a gyakorlati időszak lutri: semmi sem garantálja, hogy valaki foglalkozni is fog a hallgatóval, és hogy az intézmény érdemi visszajelzést kap a hallgató gyakorlati időszakáról. A gyakornoki programoknak nincs általánosan kialakult minőségi sztenderdjük és elvárásrendszerük sem a képzőhelyek, sem a fogadó intézmények oldalán.

A magánfenntartású intézmények sok gondot fordítanak a gyakornoki programok működtetésére, érezve, hogy a hallgatók számára ez az egyik legfontosabb szempont és az egyik leginkább kézzelfogható potenciális előny.

A felsőoktatáson kívüli képzési formák pedig ebben a legerősebbek: vagy egy szerkesztőség mellett működnek, vagy erős iparági kapcsolatokkal rendelkeznek és a szakma aktív képviselői oktatnak bennük, így itt kézzelfogható gyakornoki lehetőségeket képesek nyújtani az intézmények.

4. Következtetések, javaslatok

Az újságírás gyorsuló ütemben szorul háttérbe a felsőoktatási médiaképzéseken belül. A mai képzések (az intézmény jellegétől függően) inkább az üzleti kommunikációt, illetve a kommunikáció mint társadalomtudomány elméletét helyezik előtérbe. *Kívánatos lenne az újságírás mint önálló diszciplína elismerése és – a világ legtöbb fejlett országához hasonlóan – önálló egyetemi szakként való létezése.* Ez lehetséges, sőt ideális lenne csak MA-szinten, amelyben egy más tudományágban (kommunikáció, közgazdaságtan, történelem, szociológia stb.) szerzett BA-re épülhetne az újságírás-MA. Ugyanígy meggondolandó a számos kommunikációs terület egyértelműbb szétválasztása a mainál.

Időszerűnek tűnik az akkreditációs képzési és kimeneti követelmények újragondolása, mert megalkotásuk óta minden érintett terület gyökeres átalakuláson ment keresztül a digitalizáció tömegessé válásának következtében. Az intézmények tantervei több-kevesebb sikerrel követik ezt a változást, de *nem a követelmények miatt, hanem azok ellenére*, ami egyre nagyobb nehézséget okoz, és egyre inkább megnehezíti a képzések átjárhatóságát.

A szakirodalmat és a tanterveket illetően is visszatérően emlegetett hiányérzetük van az intézményvezetőknek a közösségi média, a hálózatoság, a médiatudatoság, az újságírói elmélet, a médiamenedzsment és a *programming* területén.

Nagy hiányérzet tapasztalható a magyar nyelvű elméleti szakfolyóiratokat illetően. Éveken át a Médiakutató szinte egyedül volt jelen ezen a területen és vált az intézmények megkerülhetetlen eszközévé, ehhez nemrég csatlakozott az In Medias Res. További igény mutatkozik ugyanakkor a szakmában az oktatásban jól használható specializált szakfolyóiratok iránt. Szakkönyvekre és fordításokra is van igény, ugyanakkor mindkettőre igaz, hogy ma kevés intézmény lenne képes ezeket megvásárolni, tehát igazi és azonnal segítséget az ingyenes hozzáférés nyújtana csak.

Az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele komoly átmeneti nehézségeket okoz jelenleg az intézmények nagy részének, és valószínűleg több kommunikációs szak megszűnéséhez is fog vezetni, de a többségi vélemény

szerint a jelenlegi nehézségek dacára ez középtávon nem tesz rosszat a szakmának. A drasztikus létszámcsökkenés hatása még néhány évig tart, ám utána jó esély van újabb hallgatói létszámemelkedésre, mivel a kommunikációs és újságírói kompetenciák iránti igény a gazdaságban tovább nő.

A gyakornoki programokban segítségre, minőségbiztosításra, sztenderdekre van szükség, továbbá formalizált együttműködésre a képzőhelyek és az iparág között, mert jelenleg teljesen esetleges e programok hatékonysága. Az egyes OKJ-s képzések az alacsony hallgatói létszámból fakadóan nem befolyásolják jelentős mértékben a piacot, de hatalmas minőségi különbségek vannak közöttük: egyes intézmények akár a felsőoktatással is versenyképesek, mások a szélhámosság határát súrolják. A potenciális hallgatóknak azonban nem mindig állnak a rendelkezésükre kellő információk ennek megítéléséhez.

Lapzártakor jelent meg a hír, hogy a kormány a kommunikációs alapszakok bezárását tervezi. – A szerk.