

A New York Times nyomtatott és elektronikus formája

Sándor Emese*

*Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, 1117 Budapest, Pázmány P. sétány 1/a
(schnecke@citromail.hu)

Összefoglaló

Az újságírás radikális fejlődésen és változáson megy keresztül napjainkban. Az internet megjelenésével és elterjedésével folyamatosan előre láthatatlan akadályok, és egyben új lehetőségek nyílnak a szakma számára. A kérdés, hogy hogyan tud ezekre reagálni, tud-e élni a lehetőségeivel. Dolgozatomban a New York Times, amerikai napilap példáján kívánom bemutatni, milyen lehetőségei vannak egy több mint 150 éve működő lapnak, hogy a digitális világban a web adta lehetőségeket kihasználva, és az újonnan alakuló online újságírás eszközeit alkalmazva, egy előre mutató, sikeres oldalt működtessen.

Kulcsszavak: The New York Times, online, offline, interaktivitás, podcasting

Abstract

Journalism is going through major changes today. With the appearance of the internet journalists are to face new, unforeseeable challenges, and of course, new horizons may open at the same time. The question is, how, if at all, professionals can and will react... and whether they can live with the new possibilities. In this essay, I aim to present the opportunities a daily journal may have today through a very fitting example, the American New York Times, as it has shown how successfully a daily paper may use its 150 years of experience to generate a modern and progressive page, using the advantages the contemporary, yet developing online journalism may provide.

Keywords: The New York Times, online, offline, interactive, podcasting

Bevezetés

Az újságírás teljes megújulásának lehetünk szemtanúi napjainkban. A nyomtatott sajtó fejlődésének történetében még soha sem volt ilyen mértékű változás, ami az újságírást alapjaiban, szerkezetében átalakítaná. Ezt a fejlődést a tömegkommunikáció eszközeinek állandó bővülése és ezeknek a hétköznapi életben egyre jobban jelenlévő hatása, alapjához állásban. Ezek által a hírszerzés menete megváltozott, hihetetlenül felgyorsult. Az internet lehetővé teszi a célirányos keresést az egy növekvő hírrengeteg között. A keresőmotorok segítségével akár több száz oldalt is böngészhetünk át egy-egy adott témáért, hírért vagy adatért és mindezt percek alatt. Könnyen el lehet jutni a sajtó számára fontos információkhoz, hiszen minden vállalat, cég, hotel vagy akár zenekar saját honlapot üzemeltet és ezen belül is kiemelt helyen helyezik el az újságíróknak szánt fényképeket, promóciós anyagokat, cikkeket,

ban határozza meg. *Chris Lapham: Az újság és a jövő fejlődése* című tanulmányában fejti ki és elemzi az újság és az azt nagyban befolyásoló (technikai) fejlődés közötti kapcsolatot. A komputerezett világ, az internet térhódítása és az információs társadalom kialakulása drámai változást eredményezett a hírekhez és azoknak a kezeléséhez való

kritikákat. Ezek után a hírek feldolgozása, elemzése is jóval kevesebb időt vesz igénybe, mint korábban. Laphman kiemeli a digitalizáció és a workflow alapú korszerű szövegszerkesztők elterjedését, ami nagyban befolyásolták a tömegkommunikációt, azon belül is az újságírásban létrejött fejlődést. A terjesztést, valamint az újságírói munkát, a kiadványszerkesztést, nyomtatást, az írást és szerkesztést, a korrektúrát, javítást sokkal könnyebben kivitelezhetővé tette.

Ahogy a mindennapjainkban, úgy a nyomtatott és elektronikus sajtóba is ugyanannyira beszivárogtak az audio-, video-, és virtuális technikai eszközök. Ezek alkalmazása nagyban befolyásolja az online és az offline sajtó szerkezetét, tulajdonságait. A változást kényszeríti még ki a gazdasági szemlélet egyre általánosabbá válása. Megéri-e nyomtatott újságokat készíteni. Az internet segítségével online újságok jelenhetnek meg nap, mint nap és ezeknek a kiadása, terjesztése és fenntartásának költségei sokkal kevesebbe kerülnek, mint a nyomtatott sajtó előállítására. Eközben egyre kevesebb igény van az offline kiadványokra. Felmérések szerint világszerte csökkennek az offline újságok vevői és mivel az újságok általában online is megjelentetik cikkeiket, tartalmuk nagy része elérhető tehát az interneten is jogos a kérdés, hogy akkor érdemes-e ebbe a formába továbbra is pénzt fektetni.

Ha a fent említett változásokat nem veszik kellőképpen komolyan a média, az internet válhat az elsődleges valós idejű hírközvetítő közeggé. Nagyon nagy előnye, hogy integrálja a rádiót, a hírelátást, a nyomtatott magazint és újságok tulajdonságait (Eiler Emil, 2006), amivel a legtöbb hagyományos médium nem tud még mit kezdeni. Ezért hát az újságoknak új célokot és terveket kell készíteniük, hogy lépést tudjanak tartani az egyre gyorsabban fejlődő technikai eszközökkel, valamint a közönség irányából jövő elvárásokkal szemben. A digitális jövő, a változás itt van, már csak ki kell tudni nyitni a kaput, hogy beengedjük és élni tudjunk vele.

The New York Times

A The New York Times először 1851. szeptember 18-án jelent meg New Yorkban Henry Jarvis Raymond és George Jones keze alatt, akkor még New York Daily Times néven. Ez az egyik legnagyobb napilap az Amerikai Egyesült Államokban. Egyedül a *USA Today* és a *The Wall Street Journal* előzi meg az eladási listán. Csak az Államokon belül terjesztik, Európában nem lehet hozzájutni. A New York Times másik nevén „The Gray Lady” („a szürke hölgy”) 1896 óta az Ochs-Sulzberger család tulajdona, mostani kiadója Arthur Ochs Sulzberger Jr., aki a The New York Times Company tulajdonosa is egyben. Ebbe a cégcsoportba tartozik a New York Times-on kívül a párizsi *International Herald Tribune*, ami egy nemzetközi terjesztésű, ugyancsak rendkívül híres lap, valamint a *The Boston Globe*, ezeken kívül pedig további 20 amerikai újság, egy rádióállomás és néhány helyi televízió (Wikipédia, 2009).

A nyomtatott újság szerkezete

A New York Times (továbbiakban: NYTimes). Három nagy részre lehet osztani: hírek (*News*), vélemény (*Opinion*) és további tagoltság (*Features*). Ezen belül további részeket különíthetünk el. A híreken belül található a külföld (*International*), belföld (*National*), Washington, az üzlet (*Business*), technológia

(*Technology*),

tudomány

(*Science*), egészség

(*Health*), *Sport*, *The Metro Section*, az oktatás (*Education*), időjárás (*Weather*), gyászjelentés (*Obituaries*). A vélemény részleghez tartozik: a szerkesztőség oldala (*Editorials*), az *Op-Ed* és a szerkesztői levelek (*Letters of Editorial*). A harmadik egységbe pedig a művészetek (*Arts*), filmek (*Movies*), színház (*Theater*), utazás (*Travel*), NYC Guide, étteremkritika és ajánló (*Dining & Wine*), lakás és kert (*Home & Garden*), a divat és stílus (*Fashion & Style*), keresztrejtvény (*Crossword*), *The New York Times Book Review*, *The New York Times Magazine* és a hét áttekintése (*Week in Review*) tartozik (Wikipédia, 2009). Érdekessége a lapnak a szerkezeti felépítése. Ezek az egységek külön részét képezik az újságnak. Mindegyik téma olyan mintha önálló újság lenne, tehát ezek újságok az újságban. Mindegyik elején kis tartalom kiemelve a legfontosabb eseményeket. A híreken (*News*) belül a *The Metro Section* olyan része a lapnak, ami a három szorososan összetartozó állam (New York, New Jersey és Connecticut) híreit tartalmazza, tehát az országos és washingtoni kiadásban egyáltalán nem található ez a melléklet. A *Metro* az újságban már nem különálló egységként van jelen, odacsapódott ugyanis a belföldi (*National*) és külföldi (*International*) részleghez, akárcsak a *Sport* és *Business* melléklet nem rég egybefonódott. Ennek oka a hatékonyság növelésére való kísérletek, amiket 2008 szeptemberében hozott az újság, a csökkenő lapszámának és az előállítás költségek lefaragása miatt. A második egységbe tartozik az úgy nevezett *Op-Ed* oldal. Ez az *opposite of the editorial*



1. kép: A nyomtatott The New York Times címlapja

page kifejezés rövidítése, aminek jelentése a szerkesztői oldallal szembeni, ellentétes oldal. Ez a rész tényleg a szerkesztői (*Editorials/Letters*) oldal másik felén található, de nem csak ez miatt fontos az elnevezés. Azok, akik erre az oldalra írnak általában nem részei közvetlenül a szerkesztőségnek. A maximum 10 főből álló Op-Editor-ok külön működnek a szerkesztőtől. Saját iroda, hozzá könyvtár áll rendelkezésükre, hogy a heti 3-4 darab cikket, amit meg kell írniuk ahhoz minden tudományos anyag és eszköz segítségükre álljon (Bolgár,1994). Fontos, hogy ők személyes véleményükkel képviselik a lapot tehát a nevük mindig megjelenik a cikkek fölött, ellenben a szerkesztők írásaival a másik oldalon. Ők az újság véleményét képviselik, ezt mutatja az oldal bal felső sarkában kiemelt szöveg is, ami az újság adatait tartalmazza (kiadó, évszám, szerkesztők és főbb munkatársaik nevei). A két oldal ellentéte, jól mutatja a NYTimes liberális nézeteit és az újság a demokráciában betöltött helyét. A szólás- és véleményszabadságot a lap formájában is hangoztató, a kormány, a hatalom folytonos ellenőrzőjeként tevékenykedő kritikus. A lap értékeket őrzi. Cikkeinek, tudósításainak alapossága és tudományos színvonala, az itt dolgozók szakértelme mind hozzá segítette az újságot, hogy a világ legmegbízhatóbb napilapjává váljon. Mottója „All The News We Fit To Print” („Mindent hír, amit ki tudunk nyomtatni”) már régen nem érvényes, mégis, ha csak kezünkbe fogunk egy példányt és átlapozzuk, megbizonyosodhatunk arról, hogy erre törekvés van, volt és lesz is. Az újságot lehetetlen-eg elolvasni egy nap alatt, olyan sok és olyan a nyelvezete is, amit egy szórakozni, gyors információkra vágyó ember nehezebben tud befogadni. A fent megemlíttet két melléklet mellett, még érdemes megemlíteni a két kritikáiról elhíresült részét a lapnak: a *Theater* és *Dining & Wine*. A színházi előadások kegyetlen, kritikus Frank Rich cikkei után több sikerre ítélt darab is megbukott. Nem csak a színház kritikákat fogadja a város rettegve, hanem az étterem kritikákat is. A *Dining & Wine* észrevételei miatt több étterem is bezárt már rögtön nyitás után. Ezek a példák is mutatják, hogy mennyire fontos szerepet tölt be az újság az egyes a várost, vagy kulturális, akár politikai életet érintő véleményformálásban. Az újság stílusáról már esett pár szó. „A szürke hölgy” nevet is megjelenéséről kapta, mivel a cikkek tartalma és tipográfiája, a cím, mind azt az eleganciát, konzervativizmust, értelmiségi felsőbbiséget sugallják az újságról. A nyelvezete is ezt mutatja, hiszen emelkedett, díszített stílusúak a cikkek nyelvezete, kivéve a Sport, NYTimes Review és Magazine része. Ezek szabadabb stílusban íródtak. A cikkek címei jellemző,

hogy beszédek, kijelölik a cikk témáját. Formai jellemző 1976 szeptemberétől veszi fel ma is formáját, ekkor vált át a NYTimes a 8 hasábos újságformáról a 6 hasábosra, illetve ebben az évben még egy forradalmi újítást is végrehajt az újság, ekkor jelenik meg először - az amerikai újságok között utolsónak - színes fénykép az újságban, de az első oldalon csak 1997-ben lesz látható először színes fotó (Wikipédia, 2009).

Webes jelenléte

Az újság már 1995 óta jelen van a weben saját honlappal (2 kép). Az egyik legnépszerűbb weboldal a napilapok között a nytimes.com. 2005 szeptemberétől az újság úgy döntött, hogy az oldalt fizetössé teszi. A program neve TimesSelect volt. A regisztráció után és havi \$7.95-ért lehetett a napi cikkeket elolvasni, nem tartott sokáig ez a rendszer. 2007-ben ismét ingyenessé tették az oldalt, mivel rájöttek, hogy az, hogy fizetössé vált az site és az oldalra látogatók száma drasztikusan lecsökkent és ez sokkal kevésbé éri meg, mintha ingyenesen működne és reklámbevételekből tartaná fent magát (Wikipédia, 2009). Nem is lett volna összeegyeztethető az internet demokratikusságával, és az újság nezeivel, ha pont az az újság fizeteti meg az olvashatóságának az árát, aki a demokrácia egyik legnagyobb képviselője. Bár még most sem teljes mértékben ingyenes a lap, már csak olyan szolgáltatásokért kérnek plusz hozzájárulást, ami ténylegesen extra egy online újsághoz képest. Ilyen az *Electronic editions*, ami az egész újság internetes változatát kínálja. Egy hónapra \$14.99 -ért, de 7 napig ingyen is igénybe lehet venni a program trialját, természetesen szintén csak a bankszámlaszámunk megadásával. Szerencsére az archívum majdnem teljesen ingyenes. A lap megjelenésétől 1851-től 1922-ig és 1987-től napjainkig szabadon hozzá lehet férni az újságban megjelenő cikkekhez, ám a köztes időszakban, tehát 1924-1986-ig

majdnem \$4-t cikkenként vagy \$16-ért 10 cikket vehetünk meg.

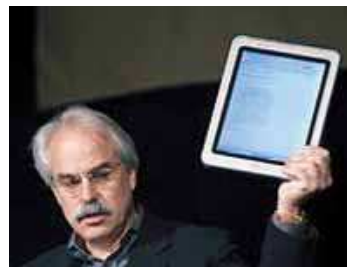


2. kép: Az online Nytimes

Az online újság szerkezete, avagy nyomtatott újság az elektronikusban

Ha meg kellene határozni egy szerkesztési elvet, ami szerint a NYTimes az online oldalát elkészíthetné. Fő célja valószínűleg az újság száz éves hagyományának megtartása, miközben az internet és az online újságírás új, folyamatosan alakuló eszközeit egyszerre alkalmazza. Egy igazi, olvasható újság a cél az interneten és ehhez minden eszközt meg is ragadnak. A következőkben az online újságírás és néhány webes megjelenés sajátosságain keresztül szeretném bemutatni, hogy a NYTimes honlapjának, milyen jellemzői vannak és mitől olyan népszerű. A nytimes.com nagy hangsúlyt fektet arra, hogy odavonzza a látogatókat és meg is tartsa őket. Ennek alapvető eszköze, hogy profi arculata legyen a honlapnak. A nytimes.com a fekete-fehér színeket használja, ezzel kapcsolódva „a sötét hölgy” design-jához. Egyszerűség, tisztaság jellemzi a tipográfiáját. A jó design hitelesebbé teszi az oldalt és annak tartalmát. A hitelesség az egyik legfontosabb tényező, amit elvárunk egy oldaltól. A logikus felépítés és a jól navigálhatóság is elengedhetetlen a felhasználói élmény megerősítésére. A nytimes.com a követi az interneten megszokott formákat, tehát baloldalon van a menüsor, ami az újságon belül segít az eligazodásban, a cikkek és egyéb tartalmak között (U.S., World, Arts). Legalul a site irányításához, áttekintéséhez szükséges menük található, egyszerűbb formában (site map, help, contact us). Az online újság menüsora fent baloldalon segít a web által adott plusz lehetőségek közötti választást (video, today’s paper, most popular). A lap tehát a három hírközlő médiumot (újság, site, online újság) kever nagyon eredményesen. Rendkívül izgalmas folyamatosan felfedezni, hogy mi mindent rejt még az oldal. *Mark Deuze: A web és a webes újságírás típusai* című tanulmány szerint azok az oldalak a legnépszerűbbek, ahol minél nagyobb a visszacsatolás, az interaktivitás lehetősége. Minél inkább azt érzi a látogató, hogy beleszólhat a tartalom szerkesztésébe, vagy legalább saját maga gyűjtheti össze az információkat és véleményét valamilyen úton megoszthatja, tovább marad a site-on. A nytimes.com aktivitásra készíti a látogatót mégis meglehetősen zárt a honlapja. Besorolható a *mainstream oldalak közé* (Deuze, 2003), hiszen a tartalma inkább moderált, mint szabadon szerkeszthető, rengeteg a belső hipertext az oldalon. Folyamatos az önreklámozás, ami segíti a navigációt a honlapon belül. Valamint jellemző rá a szerkesztett tartalom széles választéka is, illetve a moderált részvétel. Regisztráció után mi is tagjai lehetünk a *Timespeople*-k népes táborának,

saját profilunk lehet és megszerkeszthetjük a saját NYTimes-unkat. Email címünk megadásával kiválaszthatjuk, hogy melyik témakör, cikkek érdekelnek minket leginkább és azokat minden nap kiküldi számunkra. Ezen kívül kapcsolatba léphetünk az mindenkivel, aki a honlap dolgozóival, szerkesztőkkel, Operátorokkal. A kezdőlapon jobb oldalt rögtön küldhetünk akár feedback-et is



3. kép: A Microsoft Online NewsReader

(visszajelzést) egy-egy cikkel kapcsolatban. Rövid üzenettel kapcsolódhatunk be a cikkek által felvett vitába. Egyszerre vagyunk fogyasztók és terjesztők: customer=prosumer (Deuze, 2003) Külön *Member Center*-rel rendelkezik minden regisztrált tag. Itt állíthatók át és be a személyes adatok vagy itt található meg a pluszszolgáltatásokat is. Ilyen szolgáltatás a *TimesReader* is. Ez egy olyan program, amit a NYTimes a Microsoft-tal közösen fejlesztett ki. A célja az, hogy a számítógépen könnyedén, kezelhetően lehessen az újságot olvasni. Megidézik a nyomtatott újságot azzal, hogy próbálják az olvasás élményt növelni. Ezzel a programmal lapozgathatunk, szelektálhatunk a cikkek között, archiválhatjuk és elmenthetjük őket, miközben a program folyamatosan tölt le gépünkre friss cikkeket. Valószínűleg az együttműködés abból a célból is fakadt, hogy a Microsoft kifejlesztett egy Online Newsreader-t (e-Reader) (3. kép), egy on-screen, vékony, könnyű szerkezetet, amivel bárhol, akár járművön vagy otthon tudjuk a legfrissebb híreket letölteni gépünkre. Tehát a nyomtatott újságot teljes mértékben helyettesítené a szerkezet. Nincs szükség se papírra, se nyomdára, egyszerűen az interneten keresztül feltölthető friss, folyamatos információkkal és örökéletű. Nem keletkezik szemét utána, illetve újrahasználatos. Ez is a két újságtípus keveredésére példa. Egy hordozható online újság végelelőhatatlan információval.

A második nagyon fontos tulajdonsága a webes újságírásnak az a multimedialitás kihasználása. Az audio, video és az animációk már a mindennapi életünk szerves részét képezik, mégis nem kellőképpen kihasznált az online újságírásban. A nytimes.com egy egyszerű, de nagyon hatásos módon különíti el ezeket a plusz podcasteket. Eddig a cikkeket, tudósításokat, vagy kritikákat, tehát a hagyományos újságíráshoz tartozó tartalmat, fehér háttérű oldalon olvashattunk, ám ha valamilyen

plusz multimédiaszolgáltatásra kattintunk (egy mozi trailerjét, videót, vagy éppen egy interjút, ami a cikkhez tartozik) akkor egy fekete háttérű oldalon jelenik meg. A nytime.com saját lejátszóval rendelkezik, ami nagyon jó minőségben közvetíti a képet és hangot. Nézzük meg még egyéb beszámolókat, vagy fényképeket, interjúkat hallgathatunk, amik szintén a fekete oldalon jelennek meg. Az nytimes.com rendkívül élvezetesen párosítja a cikkeket hangfelvételekkel, képekkel és videókkal egyaránt. Mindegyik valamilyen más módon egészíti ki a szöveget, tehát nem nyomja el, hanem inkább összekapcsolja őket. A podcasting az új lehetőségek tárháza! Az online és on-screen közös jellemzői, hogy multimédiás, grafikai, szöveg-, fotó-, virtuális- és videotechnikákat egyszerre tud alkalmazni. (Eiler, 2006)

A harmadik kiemelendő web tulajdonság hipertextualitás. A belső hipertextekkel van tele a nytimes.com. Alig található külső, más oldalakra kijuttató és összefüggésbe helyező link a honlapon. Fontos, hogy milyen más oldalakat érhetünk el egy-egy honlapról, hiszen ez utal maga az oldal hitelességére, hogy milyen más oldalakkal van kapcsolatban, illetve kiegészíthei, új kontextusokba állíthatja az oldal tartamát. Erre találták ki a honlap tervezői *Times Extra* szolgáltatást. Ezt a kezdőlapra felül a újság neve alatt található. Ki és be lehet kapcsolni, attól függően, hogy akarjuk-e, hogy az egyes cikkek alatt és azzal a témával kapcsolatban összegyűjtsön pár másik oldalra, leginkább blogokra vivő külső linket. Külső linkekre példa még a saját újságcsoportjába tartozó újságokkal való összekapcsolás. A nytime.com a World menü alatt folyamatosan felkínálja a lehetőséget, hogy a nemzetközi szinten elismert *International Herald Tribune* újság honlapját könnyedén elérhessük, ha ez a téma érdekli minket.

Az online újság a nyomtatottban

Az elektronikus NYTimes, ahogy a nyomtatott formájának sok jellemzője az online-ban, visszatér a papírlapokra is. Ha kinyitjuk az újságot az első oldal tartalom összefoglalója után, a 3-4 lapon rögtön belebotlunk az internetes újság reklámjába. Minden nap összefoglalót közöl az újság a weben történt eseményekről. Leginkább fényképek és videókat emel ki, így kiegészítve az újság a multimédia kínálta szolgáltatásokkal. Ha tovább lapozunk, akkor egyértelműen bebizonyosodik, hogy a honlap tagolása, elrendezése hűen követi a már a nyomtatott újság, újságolvasók számára megszokott formáját. Nagyobb cikkek alatt, mindig megjelenik akár egy külső hivatkozás a weben, található anyagra utalás, felhívva a figyelmet arra, hogy ott több is található, mint ami belefért az újságba aznap. A New York Section-ban jellemző, hogy az oldal blog természetéből és hozzászólásokból és válogatnak a szerkesztők.

Összegzés

Az internet hozta lehetőségekre válaszolva a szakma folyamatosan kezdi kitermelni a megváltozott körülményekre reagálni tudó online újságírókat, szerkesztőségeket. Folyamatosan alakul ki egy online újságírás, aminek sajátos jellemzőiből itt is bemutatásra került pár. A New York Times egy olyan nemzetközileg elismert napilap, aminek reagálását ezekre a változásokra érdemes megvizsgálni. Nem kizárólagosan követendő példa természetesen, csak egy viszonyítási alap, hogy hol tartunk most és merre felé haladunk az új médiához vezető úton.

Hivatkozások:

Bolgár György (1994) *A New York Times sztori*, Budapest

Chris Lapham: Az újság és a jövő fejlődése című tanulmány főbb gondolatai In: Magyar Grafika: Eiler Emil, (2006) Az újság a digitális világban 2006/12 5-18.old

Eiler Emil (2006) Az újság a digitális világban, In.: Magyar Grafika.2006/12

Mark Deuze (2003) A web és a webes újságírás típusai, In.: Médiakutató 2003/ősz

The New York Times 2008. szeptember 5-ei, 2008. november 23., 26. és 2008 december 3-ai számát

The New York Times honlapja Legutolsó frissítés: 2009. 01. 25. URL: <http://www.nytimes.com/>

Wikipédia (2009) *The New York Times*, Legutóbbi frissítés: 2009. 01. 25.
URL:http://en.wikipedia.org/wiki/The_New_York_Times