

A nyomtatott sajtó jövője – beadandó dolgozat

Médiavállalkozás kurzus, 2021/22 II. félév, oktató: Dr.

Ács György

Trombitás Tamás (Neptun-kód: BCSRVQ) Budapesti
Corvinus Egyetem, 2022. 05. 10.

A nyomtatott sajtó jövője a jelenlegi viszonyok és tendenciák alapján

Ha alapul vesszük a terjesztés/terjedésbeli, olvasók számában és bevételben való visszaesést, valamint az információáramlás új kulturális formáját, és emellé számolunk az online sajtó folyamatos erősödésével, látszik, hogy egy olyan ponthoz érkeztünk, ahol a nyomtatott sajtó megváltozása, vagy megváltoztatása elkerülhetetlenné vált (Nedeljkovic, 2021). A fenti gondolat jól összefoglalja azt az állapotot, amibe a 2020-as évekre a nyomtatott sajtó érkezett – létezik még, de meggyengült, és fennmaradása érdekében sürgős változásra van szüksége.

Ugyanakkor összességében a 20. század második felében bekövetkezett csúcshoz képest a visszaesés elkerülhetetlen (Nedeljkovic (2021) idézi Fidler-t, (2004)), így hát még a változás, a változtatás sem kecsegtet olyan kilátásokkal, amik egy, a korábbihoz hasonló aranykort jelenthetnek a nyomtatott sajtónak. A helyzet ez alapján tehát korántsem egyszerű, nincs akkora betöltendő űr, vagy piaci rés, mint a múlt évszázadban adott volt.

A szerb viszonyokat elemezve az egyik fő következtetés a későbbiekben kifejtendő új kompetenciák alkalmazásának fontossága volt – ezek elengedhetetlenül szükségesek egy nyomtatott termék digitális korban való sikeres teljesítéséhez (Nedeljkovic, 2021). Amellett tehát, hogy nyilvánvalóan a termékek maguk is megújításra, változásra szorulnak, az újfajta kompetenciákkal rendelkező újságírók kulcsszerepet játszottak a szerb mintán, és nem nehéz belátni ennek valószínűségét egyéb, de legalább a szerbhez hasonló társadalmakban. Emellett minden változtatás

sikerességének alapja a szerkesztői és újságírói attitűd vagy hozzáállás változása volna, ez azonban igencsak nehézkes lehet, figyelembevéve például azt a jellemzőt, hogy minél régebb óta dolgozik valaki hagyományos szerkesztőségi keretek között, annál nehezebben fog tudni átállni a digitális sajtóhoz hasonló szerkesztőségi gyakorlatokra (Nedeljkovic, 2021). A fentiekben tehát, mint annyi más probléma esetében, ismét azzal a kellemetlen sajátossággal kell szembenéznünk, hogy a változáshoz elsősorban emberi szinten van szükség, és ez természetesen nem egyszerű helyzet. Remélhetőleg a piac és a nagyobb eladásszámokhoz való pozitív viszony segít ezeket az évtizedes rendszereket a jó irányba változtatni.

A fenti problémán segíthet az újmédiával ismerős viszonyban lévő szakértők alkalmazása a nyomtatott sajtó szerkesztőségeiben (Nedeljkovic, 2021), így a megváltozott hozzáállással rendelkező szerkesztők és újságírók foglalkozhatnak szűkebb körben a szakmájukkal, és nem szükséges az elmúlt években jellemzővé váló folyamatos szerepzavar, ami elsősorban a forráshiány miatt léphetett fel. Természetesen új emberek alkalmazására nincs minden szerkesztőségnek lehetősége, azonban éppen az elérendő cél érdekében mégiscsak hasznos befektetésnek tűnik a fentiek alapján az újmédia-szakértők rendszeres bevonása.

Azonban az előző bekezdésben való „szakmára koncentráció” mégsem a hagyományos értelemben vett munkafolyamatra céloz – azt ugyanis a megújulás érdekében (és egyébiránt forrás- és időspórolás szempontjából is hasznos módon) érdemes elvetni. Pontosabban olyan újságírókra van szükség, akik multimédiás tartalmakat képesek előállítani, és a hagyományos szövegalapú újságírásra kisebb hangsúlyt fektetve képesek a multitaskingra. Ugyancsak fontos, hogy a létrejövő tartalom kompatibilis, akár egy az egyben átemelhető legyen az online platformra (Nedeljkovic, 2021). A nyomtatott sajtónak tehát nem az online sajtó ellenében, hanem lényegében annak részeként, legrosszabb esetben is azzal teljes mértékben kompatibilisként kell működnie (ennek lehet jó példája a nyomtatás után elcsúsztatva, pár nappal online is megjelenő publicisztikák rendszere, amely például a Magyar Hang esetében egy napjainkban már működő metódus). Reményre adhat okot továbbá, hogy kis mértékben már most is jelen vannak a sikerhez, fennmaradáshoz szükséges kompetenciák a szerkesztőségekben (Nedeljkovic, 2021), tehát nem lehetetlen a kiindulási helyzet, legalábbis a szerb nyomtatott sajtó esetében – természetesen a többi jellemzőt figyelembevéve

azonban semmiképp sem egyszerű feladat. A fenti kompetenciák például az adatújságírás, vagy az adatvizualizációs technikák elsajátítását jelentik (infografikák, interaktív grafikák, animációk) (Nedeljkovic, 2021). Összességében tehát egyértelműen igazolódni látszik az a korábbi kijelentés, miszerint a jövő (jelen) újságíróinak – akár tetszik akár nem – sokkal jobban kell érteniük a technológiához, mivel a sajtó és a média egyre inkább digitális központúvá válik (Nedeljkovic (2021) idézi Alejandro-t (2010)).

Egy másik nézőpontból arra jutottak, hogy a nyomtatott sajtónak nemcsak olyan külső, nehezen kontrollálható faktorokkal kellett és kell szembenéznie, mint a kommunikációs technológia fejlődése, vagy a gazdasági és politikai viszonyok, hanem bizonyos belső faktorokkal is, amelyek formálják az olvasók és hirdetőik megbízhatóság- és minőségérzékelését egy-egy sajtótermékkel kapcsolatban (Lincényi et al. (2020) idézi Grönlundot és Björkroth-ot (2011), valamint Sannusi et al.-t (2018)). Sőt, a nyomtatott sajtót egyenesen a „személyes sajtó” leggyengébb láncszemének tekintik (Fortunati & O’Sullivan, 2019). Problémát jelent továbbá a szlovák minta szerint az is, hogy a csökkenő olvasói és hirdetői potenciál miatt a nyomtatott sajtótermékek ára is nőtt, ezzel is nehezítve az egyébként is negatív irányba forduló helyzetet a 2010-es években, s ha a trend folytatódik a 2020 decemberi adatokkal számolva tíz éves távlatban a legtöbb vizsgált lap az összeomlás szélére kerül (Lincényi et al., 2020).

A jövő újságírásáról ezzel szemben már az elmúlt évtized közepén is úgy vélekedtek, hogy azt új gazdasági modellek, digitális terjesztési módok és a fiatal közönség megszólítása és elérése, vagyis ezek sikeressége fogja meghatározni (Nettleton, 2015). Ez pedig egybecseng mind a korábbiakkal, mind azzal a szakmabeli önreflexióval, amit Simpkins (2018) is oszt, miszerint az elmúlt évtizedek döntései a nyomtatott sajtóban rendszerint öncélúak voltak, mégpedig pénzt spórolni voltak hivatottak, de a változások semmiképp sem az olvasók javát szolgálták, és ezzel az iparág mintegy önmagának okozta a legnagyobb problémát. Egy másik kulcskérdésként pedig olyan érdekes és releváns információt, vagyis „híreket” szükséges biztosítani, amelyet máshol nem kaphat meg az ember – s ilyen egyszerű a megoldás (Simpkins, 2018). Emellett (szó szerint) színesebb nyomtatott sajtótermékekre van szükség, és egy kéz a kézben járó online és offline felülettel (Simpkins, 2018).

A könyvekkel kapcsolatban, de mégis tudományos szempontból megközelítve Adema (2021) három fő következtetésre jutott azon túl, hogy szükséges a saját tudományos munkákkal kapcsolatban kritikus szövegszerkesztőkként eljárni „Jerome McGann-hez hasonló módon”; egyrészt szükséges felelősséget vállalni a „production, dissemination and consumption” fázisokban is, másrészt elköteleződni az anyagi-diskurzív intézményi és kulturális aspektusaiban a könyvnek és könyvkiadásnak, valamint a szintén nehezebben fordítható „experimenting with an open-ended and radical politics of the book”. Mindezek mellett számos olyan kísérleti elemet említ, amelyek eddig széles körben ismeretlenül hatottak, például emberi és nem-emberi szerzőség, vagy amire a teljes szöveg címe is utal, az „élő könyvek” előtérbe helyezése (Adema, 2021). Emellett tanácsként fogalmazza meg a radikális szabad hozzáférésű (open-access) módon való tudományos munkálkodást, osztott anonim szerzőséget, és más megoldásokat, amelyek például a „remixelhetőség”-et könnyebbé teszik – a probléma szerinte a tudományos publikációk terén nem a nyomtatott volt, és a megoldás pedig nem a digitális volt lenne, ugyanis a problémát az a mód jelenti, ahogyan a jelenlegi szabályok szerint működik a rendszer – így a megoldást is a fentiek megváltoztatása jelentené (Adema, 2021).

Egyéb problémák és megoldási kísérletek

Barkovska (2019) egy olyan triviálisnak tűnő, mégis a nyomtatott sajtó problémáit tökéletesen jellemző helyzetről számol be, mint az ukrán postaszolgálat munkatársainak hanyagsága miatti folyamatos késés a lapok kiszállításában. Ez is egy olyan probléma, amely nem feltétlenül először jut az ember eszébe, ha a nyomtatott sajtó jelenéről és jövőjéről gondolkodik, azonban mégis hatalmas hátrányt jelenthet – a digitális hírlevelek ugyanis nagyon ritkán késnek, és még csak a ház elé sem kell kísélni értük korán reggel. A terjesztés módjában tehát szintén változtatásra van szükség, és ez lehet olyan esetenként tökebarát megoldás is, mint a kézbesítés futárszolgálattal való megoldása, esetleg a Hollandiában a mai napig népszerű újságkihordó munkakör diákmunkába vonása, s az ehhez való visszatérés – a megoldás ugyanis nem feltétlenül mindig az ismeretlenben rejlik, érdemes a terjesztéssel kapcsolatban a 2020-as években a korábban már meghaladott, vagy elvetett módokat is újra számba venni, hátha változott annyit a világ, hogy ismét hasznosak lehetnek. Erre lehet példa, hogy egy egykor országos lap manapság inkább helyben népszerű, így a postaszolgálat helyett olcsó diákmunkaerővel egyszerűbben és kiszámíthatóbban megoldható a terjesztés. Maga a tény, hogy Barkovska (2019) munkája a nyomtatott sajtó államilag támogatott reformjának lezárultával azonnal megjelent, jelzi, hogy létrehozható állami szinten is támogatási rendszer a piaci alapon működő sajtótermékek számára (és ez működhet igazságosan és ösztönzően egyszerre), valamint, hogy az ehhez hasonló reformokat a lehető legrövidebb időn belül vizsgálni szükséges eredmények szempontjából.

Fontos kiemelni ugyanakkor, hogy a fent említett reform ugyan privatizálni kívánta az állam által birtokolt média egy részét, ez mégis sok esetben olyan esetekhez vezetett, hogy egy-egy szerkesztő helyére személyi alapon a kormányhoz kötődő, lojális szerkesztőt helyeztek – tehát a piaci alapúvá tétel, és a hatalomtól való elválasztás lényegében sikertelen volt, vagy nehezen valósult meg, például a zavaros, vagy önmagának ellentmondó törvényi keretek következtében (Barkovska, 2019). Emellett kiemeli, hogy a viszonyok, és az államtól való sokáig hiába várt segítség híján nagyon kevés olyan sajtótermék tudott csak fennmaradni, amelyek érdekes, magas minőségű tartalommal rendelkeznek, valamint nem utolsó sorban – jobb híján, az erősebb marad fenn elv alapján – jól felépített stratégia alapján működnek (Barkovska, 2019).

Ahogy Engel (2011) idézi McLuhan-t (2005), a fénymásolók korában bárkiből kiadó lehet. Ez a gondolat pedig egyrészt lehetőséget jelenthet a tőkeszegény, de motivált és adott esetben egyébként más szempontokból alkalmas csoportoknak, hogy saját kiadójukként funkcionáljanak, és ezzel hozzáférhetőbbé válik a nyomtatott sajtó is, a kapuőröknek kisebb szerep jut. Ezt erősíti tovább az is, miszerint az automatizáció kora egybe (fog) esni a „do it yourself” korával (Engel (2011) idézi McLuhan-t (1995)), s ez a gondolat beigazolódni látszik – legalábbis a lehetőség ma már a fejlett világ szinte minden zugában elérhető, és talán csak a piaci viszonyok eredményezik azt, hogy mégsem árasztja el az utcákat a DIY-kiadványok folyama. És ahogy Gutenberg az egész világot olvasókká változtatta, úgy tesz a fénymásoló mindenkit és bárkit kiadóvá (Engel (2011) idézi McLuhan-t (2005)). Ebben az új világban márpedig a (fizikálisan megjelenő) könyvek korábbi funkcióit is érdemes újragondolni, mégpedig új grafikai megoldások, új nyomtatási módok és egyébek segítségével (Engel (2011) idézi McLuhan-t (2005)).

Utóbbi gondolat a könyvek alapvető szerepének változásáról pedig egybecseng azzal a több évtizeddel későbbi következtetéssel, amely szerint a könyvkiadást alapjaiban megreformáló új, radikális változtatásokra van szükség (a tudományos piacon) (Adema, 2021). Kijelenthető tehát, hogy a fennmaradás érdekében tengernyi változásra van szükség, legyen szó nyomtatott világ bármely területéről, és ugyan ezek különböznek a terméktől függően, egy valamiben mégis azonos utat kell bejárniuk: annak érdekében, hogy legalább megközelítsék régi fényüket, az iparágban szinte példa nélküli, belülről érkező változásokra van szükségük, amelyek rövidtávon érdekeket sérthetnek ugyan, hosszútávon azonban remélhetőleg a társadalom javát szolgálhatják azzal, hogy a nyomtatott sajtó fennmaradását támogatják, elősegítik.

Összefoglalás

Az egyértelműen látszik tehát, hogy megújulásra van szükség. Ez a megújulás azonban több szempontból is érthető, mégis tulajdonképpen egyaránt érvényes. Fontos elsősorban a nyomtatott sajtóban dolgozó médiamunkások szemléletváltása, s egy újfajta, multifunkcionális, multitaskingra alkalmas újságírói szerep elterjedése. Emellett összességében is kevesebb részfeladatkörrel ellátott dolgozó helyett a teljes procedúrára ráhatással lévő szerkesztőkre és újságírókra van szükség tehát, akik képesek multimédiatartalmakat előállítani (Nedeljkovic, 2021). A nyomtatásban megjelenő, és annak (akár piaci) szabályaira alapuló tudományos könyvkiadás és cikk-kiadás szempontjából egyes vélemények (Adema, 2021) szerint radikális változtatásokra van szükség, és ebben a nehéz helyzetben eljött az idő és a lehetőség a korábbi, kőbevésettnek gondolt szabályokat felrúgni, meghaladni, legalábbis kísérletet tenni ezek meghaladására – a tét ugyanis egyszerre óriási (a nyomtatott – tudományos – sajtó teljes eltűnése), viszont a lejtmenettel egyúttal vesztenivaló is egyre kevesebb van.

Fontos aspektus, hogy a változásra a legalapvetőbb szemléletben is szükség van: olvasóközpontú, fiatalokat célzó új alapokra van szükség, márpedig ilyen változtatásokra eddig nem igazán volt példa (Fortunati & O’Sullivan, 2019; Nettleton, 2015). Ez tűnik a leginkább magától értetődő pontnak, mert gondolhatnánk: mégis mi az elsődleges szempont, ha nem a fiatalok megszólítása, és az olvasóközpontúság, ám mégis a korábbi nyomtatott sajtón belüli változásokat szemlélve nem ezek az elvek élveztek elsőbbséget – hanem nem meglepő módon a rövidtávú, pénzközpontú változtatások.

A legfontosabb gondolatok és tendenciák tehát a következőképpen foglalhatók össze: nem a digitális média ellenében, hanem azt figyelembevéve, arra építve, azzal karöltve, és legrosszabb esetben is azt kiegészítve kell a nyomtatott sajtónak működnie annak érdekében, hogy sikeres lehessen, de legalább fennmaradjon; – amely a viszonyokat látva önmagában is hatalmas siker lenne, – emellett pedig a változást belülről, egyrészt régi szerepkörök kiszélesítésével, megváltoztatásával (például technológiához jobban értő újságírók), szükséges létrehozni, másrészt bizonyos szerepkörök felszámolásával, egy multifunkcionálisabb újságíró és szerkesztő szereppel, valamint az újmédiához értő szakemberek, szakértők

bevonásával, tehát új szerepkörök teremtésével lehetne elérni. Maguknak a termékeknek pedig a fent említett módon a tudományos munkáktól kezdve a hetilapokon át a bulvárlapokig, ha fent szeretnének maradni, különböző mértékben, de radikális változtatásokra van szükségük – figyelembevéve a digitális viszonyokat, és olyat nyújtani, amit ott nem kap meg az olvasó.

Arról pedig, hogy az esetleges állami serkentőintézkedéseket is a lehető legnagyobb profizmussal, szakemberek bevonásával lehet csak meglépni, Barkovska (2019) ukrán nyomtatott médiareformról szóló tanulmánya alapján meggyőződhattünk. A magyar- és kelet-közép-európai viszonyok megismeréséhez kiváló munkák születtek az elmúlt években, Lincényi et al. (2021) mellett Nedeljkovic (2020) és Barkovska (2019) tudományos munkáit érdemes tüzetesebben tanulmányozni a körülöttünk lévő nyomtatott sajtóhelyzet átfogóbb megértéséhez – minden jelenlegi és leendő médiavállalkozónak hasznos lehet ugyanis a környező országok viszonyait megismerni, ha egy esetlegesen nyíló piaci résbe szeretne új ötlettel betörni, amit a gyengülő nyomtatott sajtó jelenthet.

Kiegészítő személyes végszó és kitekintés a hazai viszonyokra

Nyomatott sajtónak elsősorban megújulásra van szüksége, mivel a jelenlegi keretek és az évszázados hagyományok már nem állják meg a helyüket – viszont a pillanatnyi hírekkel ellentétben a hosszabb (közéleti, politikai, kulturális, sport témákban) ahogy jelenleg is folyamatosan megjelennek elemzések mind írásos, mind beszélt formában, ennek ugyanígy helye lehet és lenne a nyomtatott sajtóban is, viszont lehetséges, hogy jobban tördeltebbé kéne tenni, egy-egy elemzést, egy-egy interjút (ami például fizetős tartalom lenne az interneten) lehet hogy kevesebb fáradtság lenne a mindenhol jelen lévő újságosoktól 300Ft aprópénzért megvenni és a metrón elolvasni, mint a különféle adatokkal, bankszámlaszámmal, email-cím megerősítéssel, és egyéb lassító folyamatokkal, és hosszútávú elköteleződéssel járó internetes fizetős tartalmak fogyasztása. A nyomtatott sajtó tehát mindenképpen megújulásra szorul, azonban az egyszerűsége mindenképpen előnye lehet a 21. században is. Hány és hány alkalommal volt már, hogy egy-egy online tartalomszolgáltató egy-egy tartalmára fájt a fogunk, azonban az fizetős volt, így inkább abbahagytuk az olvasást. Velem személy szerint rengetegszer, még ha érdekelt is a tartalom. Ehhez képest ugyanazt az öt percet a folyamatosan mozgó és közlekedő fiatalság egy megújult, elköteleződéssel továbbra sem járó, újragondolt, újradizájnolt, az online térben megszokott hivatkozások helyett QR-kódokkal itt-ott ellátott „röplapokkal” megtalálhatná a szerepét a nyomtatott sajtó, mivel a fentiek és az általános megélésünk alapján a hagyományos formájában egyre inkább visszaszorul. Egy további előnye lehetne ennek a formának, hogy a pillanatnyi álhírek ellen sokkal ellenállóbb, mert míg a hírversenyben sokszor egymásra hivatkozva akár a teljes online sajtón is átfuthat egy-egy álhír, mire kiderül róla, hogy nem valódi, addig a nyomtatott műfajban jóval több lehetősége és helye van a forráskritikának, „ráér” az újságíró „igazságot írni”.

Hogy egy párhuzammal éljek, megerősítve azt, hogy attól még, hogy valami a régi idők terméke, még nem jelenti azt hogy ne lehetne helye a 21. században, mi sem jelzi jobban, mint a sokadik aranykorát élő kávézói (kávéházi) kultúra Budapesten és a világban, vagy a „retro” és „vintage” ruhák, bútorok stb. hatalmas felvevőpiaca. Egyszerűen a személyes találkozások, viták, kávéházi élet továbbra is, vagy akár újra fontosak a mai városi életben. Ugyanezen vonalon pedig az okosan, a fenti piaci

résre reagáló minőségi nyomtatott sajtónak ismét helye lehetne a magyarok és a világ városi lakóinak életében.

Egy másik sajtótermék, a (például) negyedévente megjelenő kulturális lap esetében pedig ismét a most felnövő generáció, legalábbis a városi, kultúrafogyasztó rétegben pont a fentiekben megfogalmazott újjáéledő közösségi terek és kávézók korában a kis befektetéssel, kis költségvetéssel működő, nagyobb időintervallumonként megjelenő nyomtatott kulturális termékeknek továbbra is lehet jelene és jövője. (Elég csak a szintén „kiskezdeményezésként” induló Poket könyvek és automaták sikerére gondolni.) És itt ismét segíthet a technológia abban, hogy a nyomtatott sajtó fennmaradjon ezen a téren is – például a hónapokon keresztüli anyaggyűjtést, verseket, novellákat, fotókat, cikkeket megkönnyíti az internet általi helyfüggetlenség, nincs szükség kiadókra, nincs szükség fizikai szerkesztőségre, és pusztán a nyomtatási és szerkesztési (és terjesztési) költségekkel olcsó, jó minőségű termékek lehet létrehozni. A folyamatosan a földből kinövő fesztiválok és rendezvénysorozatok DIY-filozófiájának leképeződése lehet ez a fajta függetlenedés, ami a művészetekkel közvetlenül összefüggő kulturális sajtótermékek előnyére válhat. Érdekes módon éppen az internet adta információbőség hatására ma már rengeteg minden megtanulható rövid időn belül és helyszíntől függetlenül – és más egyéb mellett olyan, a nyomtatott sajtót tőkeerős kezekbe vezető folyamatoktól is eltávolíthatja a folyóiratindítási ambíciókkal rendelkező fiatalságot, amelyek esetleg korábbi generációkat megóvtak ilyen irányú aspirációik beteljesítésétől. Ez nagy lehetőséget teremt, remélhetőleg – és én is azon leszek – a számára továbbra is létező, de kissé átalakult helyét méltó módon tudja elfoglalni a magyarországi nyomtatott sajtó.

Bibliográfia

- Adema, J. (2021). *Living Books*. The MIT Press.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/11297.001.0001>
- Barkovska, Y. (2019). Print Media Reforming: First Results and Perspectives ;
Реформування друкованих ЗМІ: перші результати та перспективи.
*Ukrainian Information Space; № 1(3) (2019); 232-246 ; Український
Інформаційний Простір; № 1(3) (2019); 232-246.*
- Engel, H. R. (2011). On the Future of Print: A Conversation with the Late Great
Media Mentor Marshall McLuhan, “A Man of Print.” *Felicitier*, 57(6), 240–
242.
- Fortunati, L. & O'Sullivan, J. (2019). Situating the social sustainability of print
media in a world of digital alternatives. *Telematics and Informatics*, 37, 137-
145. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.005>.
- Nedeljković, M. M. (2021). The future of print media in the Republic of Serbia in
the digital age: Media-sociological aspect. *Sociološki Pregled*, 55(2), 562–
584. <https://doi.org/10.5937/socpreg55-31459>
- Nettleton, P. H. (2015). Stop the Press: The Future of Journalism Is Not Post-
Political. *Communication Review*, 18, 123–141.
- Lincényi, M., Kabát, L., & Fabus, M. (2021). Sustainability of Print Media in the
Slovak Republic with Regard to the Economic and Technological
Development. *SUSTAINABILITY*, 13(22), 12876.
<https://doi.org/10.3390/su132212876>
- Simpkins, J. (2018). THE FUTURE OF NEWSPAPERS: Combining our print
product and digital offerings will guarantee success. *Editor & Publisher*,
151(7), 26–30.