

Tartalom

Média és terrortámadás

- Katona Éva :
[Metafizikai mutáció és a magyar újságírás. Mi történt a hazai szerkesztőségekben szeptember 11-én?](#)7-20 [73.94 kB - HTML]

Média és politika

- Svennik Høyer :
[Média a harmadik évezred küszöbén](#)23-38 [88.58 kB - HTML]
- Bajomi-Lázár Péter ,
Bajomi-Lázár Dávid :
[Újságírók és újságolvasók](#)39-47 [43.91 kB - HTML]
- Szente Péter :
[Médiapolitikai vázlat](#)48-71 [118.35 kB - HTML]

Média és közszolgálat

- Alina Mungiu-Pippidi :
[Államiból közszolgálati](#)75-88 [71.95 kB - HTML]
- Cinzia Padovani ,
Michael Tracey ,
Lustyik Katalin :
[A közszolgálati média helyzete](#)89-98 [55.66 kB - HTML]
- Bajomi-Lázár Péter :
[BBC vagy RAI? A közszolgálati média jövője \(Győrffy Miklóssal, Pekár Istvánval és Tímár Jánossal Bajomi-Lázár Péter beszélget\)](#)99-109 [63.13 kB - HTML]

Média és oktatás

- Szijártó Imre :
[A média tantárgy a magyar közoktatásban](#)113-128 [78.04 kB - HTML]

Internet

- Kumin Ferenc :
[Az on-line Baja](#)131-145 [78.98 kB - HTML]

Térkép

- Zöldi László :
[A globális sajtó](#)149-160 [71.73 kB - HTML]
- Marius Dragomir :
[Jogi szájkosár a román sajtón](#)161-166 [40.95 kB - HTML]

Kritika

- Szilágyi-Gál Mihály :
[A kommunikáció mint az eltérő igények etikája. Jürgen Habermas: A kommunikatív etika \[könyvismertetés\]](#)169-171 [24.66 kB - HTML]
- Jenei Ágnes :
[Ellentmondások az olasz médiában: a törékeny rendszer. Paolo Mancini: Il sistema fragile - I mass media in Italia tra politica e mercato \[könyvismertetés\]](#)172-175 [31.03 kB - HTML]
-



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Terror

[Katona Éva:](#)

Metafizikai mutáció és a magyar újságírás. Mi történt a hazai szerkesztőségekben szeptember 11-én?

Mi történt a hazai szerkesztőségekben szeptember 11-én?

„Metafizikai mutáció – vagyis az emberek világképének radikális és globális átalakulására – nagyon ritkán kerül sor az emberiség történetében. Metafizikai mutációnak számított például a kereszténység megjelenése. Amikor létrejön egy metafizikai mutáció, következetesen és tökéletesen kifejlődhet anélkül, hogy ellenállásba ütköznék, és bár nem az a célja, elsöpri a gazdasági és politikai rendszereket, az esztétikai ítéleteket és a társadalmi hierarchiákat is. Nincs olyan emberi erő, amely útját állhatná térhódításának – csak egy új metafizikai erő megjelenése.”

(Houellebecq, M.: *Elemi részecskék*. Budapest: Magvető, 2001, 8. o.)

A magyar média történetében eddig nem szakadt olyan próbatétel egyetlen szerkesztőségre sem, mint a szeptember 11-i terrortámadások információáradatának a lehetőségek szerinti leggyorsabb és legakkurátusabb feldolgozása és kezelése. Hogyan birkózott meg a magyar média azzal a hírsorozattal, amely nyitóakkordja lehet egy új metafizikai mutációnak, azaz egy olyan univerzális társadalmi, gazdasági és kulturális fordulatnak, amely globális és lokális szinten egyaránt gyökeresen és széleskörűen átformálja a világ társadalmi rendszereit? A tanulmány azt próbálja feltérképezni, miért jelent meg/hangzott el az egyes médiumokban az, ami megjelent/elhangzott, illetőleg miért szolgáltatott az egyik médium gyorsabb, pontosabb és sokrétűbb információt, mint az akár ugyanolyan népszerű, ám eltérő szerkesztőségi/technikai háttérrel rendelkező másik.

Amikor Uhrin Benedek, a chatre aznap meghívott vendég 2001. szeptember 11-én megérkezett az Origo szerkesztőségébe, azt gondolta, az on-line lap összes munkatársa azért gyűlt össze, hogy őt üdvözlje. Meghajolt. Nem láthatta, hogy az újságírók egy tévé előtt ülnek, és mindenki a CNN-t nézi, ahol éppen a második repülőgép ütközik neki a New York-i Világkereskedelmi Központnak, újra meg újra. Egyvalaki szinkronban írt, hogy a hír minél előbb, minden részletében a site-on legyen. Az Origo szerkesztői villámgyorsan próbálták átgondolni, mit jelent az esemény, kiket hívjanak, honnan jöhet pluszinformáció, melyik újságíró mire álljon rá, nem utolsósorban pedig: mivel nyújthat többet és jobbat az Origo, mint akármely más magyar médium. Uhrin Benedekkel aznap senki nem chatelt.

A magyar média történetében eddig nem szakadt olyan próbatétel egyetlen szerkesztőségre sem, mint a szeptember 11-i terrortámadások információáradatának a lehetőségek szerinti leggyorsabb és legakkurátusabb feldolgozása és kezelése. A napi politikai és gazdasági híreket szerkesztő és író szakemberek számára az első megdöbbenés után egy pillanatra sem volt kétséges, hogy a New York-i és washingtoni terrorakciók új időszámítás kezdetét jelentik, hiszen az „amerikai életforma” szimbolikus központjainak lerombolása nagyobb hír és többet jelent, mint bármi más, ami az elmúlt években a szerkesztőségekbe befutott.

Hogyan birkózott meg a magyar média azzal a hírsorozattal, amely nyitóakkordja lehet egy új metafizikai mutációnak, azaz egy olyan univerzális társadalmi, gazdasági és kulturális fordulatnak, amely globális és lokális szinten egyaránt gyökeresen és széleskörűen átformálja a világ társadalmi rendszereit? Felkészültek-e a magyar szerkesztők és újságírók, alkalmasak-e a honi újságírás struktúrái arra, hogy egy ekkora horderejű információlavinát a világ vezető hírszolgáltatóihoz hasonlóan, az angolszász sajtó követelményeinek megfelelően kezeljenek? Megvan-e a szakmai-technikai háttér, a tapasztalat, a rutin és nem utolsósorban a bőséges információforrás-hálózat a hazai szerkesztőségekben arra, hogy a fontos világpolitikai eseményeket nemcsak gyorsan és pontosan jutassák el a magyar közönséghez, de „le is fordítsák” a hazai viszonyokra, azaz közérthetően és világosan, korrekt háttérinformációkkal szolgáljanak a történések itthoni jelentőségét illetően?

Bár a szeptember 11-én napvilágra került hírek tartalma nem választható el az egyes szerkesztőségi rendszerek

működésétől és a különféle szerkesztői döntésektől, írásunk nem tartalomelemzés, és nem az a célja, hogy a különböző hírszolgáltatókat tempó és hírminőség szempontjából sorrendbe állítsa. Tanulmányunk inkább kiindulópontot jelenthet egy tartalomelemző cikk számára, mivel azt segít feltérképezni, miért jelent meg/hangzott el az egyes médiumokban az, ami megjelent/elhangzott, illetőleg miért szolgáltatott az egyik médium gyorsabb, pontosabb és sokrétűbb információt, mint az akár ugyanolyan népszerű, ám eltérő szerkesztőségi/technikai háttérrel rendelkező másik.

A szeptember 11-i események szerkesztői-újságírói feldolgozása – az, hogy konkrétan mi történt a szerkesztőségekben – rámutatott arra, hol és hogyan lehet javítani az információszerzés és hírszolgáltatás folyamatainak hazai médiában. A történetek megvilágították, hogy tudnak-e a magyar szerkesztőségek csapatként működni, hatékonyan és gyorsan híreket szolgáltatni egy esetleges hasonló jövőbeli krízishelyzetben. Az olyan jellegű hírekre, mint a szeptember 11-i támadássorozat, természetesen nem lehet felkészülni. A váratlan hírhelyzetek kezelésére azonban igen.¹

Tumultus a monitor előtt

Íratlan szabály, hogy a CNN-nek mennie kellene minden magyar hírszerkesztőségben, eseménymentesnek ígérkező napokon is. Ha az ügyeltesek vigyázó szemüket eddig nem függesztették a CNN hírfolyamára állandóan, időnként netalán kapcsolgattak a különféle csatornák között, vagy a tévé csupán észrevétlen zümmögött a háttérben, a szeptember 11-i amerikai események után egyértelmű, hogy semmiféle lazaság nem engedhető meg ebben a tekintetben. A CNN volt a primér, leggyorsabban információt adó médium. Emellett a hírcsatorna vizuális sokkhatását nem pótolhatta egyetlen más hírforrás sem a terrorcselekményeket követő közvetlen órákban.

A megkérdezett magyar szerkesztőségek szinte mindegyikébe közvetlenül a CNN dobta be az első információt. A Népszabadság némileg kivételnek számít, ott ugyanis közvetlenül azután kapcsolták be a hírcsatornát, hogy Mucsányi Marianna hírszerkesztő az egyik internetes site-on olvasta a támadásról szóló legelső híradásokat. „Elég hülye vicc” – gondolta. „Tutira hackerek hülyéskednek.” A Reuters magyar szekciója a hírügynökség ausztrál irodájából kapta a hívást („kigyulladt a World Trade Center”), azután, hogy a hírt angolul már kiadta a Reuters. Ezt követően az egész budapesti hírügynökségi szerkesztőség a tévéen keresztül, élőben nézte a CNN adását. Úgy, ahogy az a világ majdnem minden szerkesztőségében valószínűleg történt.

Az események forgatókönyve jobbára mindenhol az volt, hogy a csapatból valaki felfigyelt a szürreális képsorokra és a „breaking news” feliratra, majd egyre többen tömörültek a tévékészülék elé, a seregletet pedig már önmagában is észrevette az ügyeltes szerkesztő, aki esetleg éppen a másik helyiségben tartózkodott. „A két becsapódás között mentem be a tévésobába, ahol amúgy is nagy volt a nyüzsgés. A második becsapódást már élőben láttam” – emlékezett vissza Réti Pál, a HVG „Fókusz” hírrovatának szerkesztője. Az Origónál a „Gazdasági Nagyed” vette észre, hogy valami szokatlan történik. „Ahogy elkezdtünk írni az első gép becsapódásáról, jött a második hír... akkor már mindenki a tévé előtt ugrált” – mondta Tóth Sára, az Origo hírszerkesztője. Az Indexnél az egész újság betömörült a tévésobába, miután az ügyeltes szerkesztő észrevette a hírt. Kotroczó Róbert, az RTL Klub hírfőszerkesztője az irodája ajtaján kinézve azt látta, hogy mindenki a monitor előtt áll, „külpoltól a belpolig”.

Kálmán Olga szeptember 11-én, délután 3 órakor hírolvasó bemondóként ült az Inforádió stúdiójában. „Miközben a szokványos hírblokkot olvastam, félszempléssel kipillantottam a szerkesztőségbe. Hirtelen megdöbbenő képsorra lettem figyelmes a CNN adásán: égő World Trade Center, óriási füst... Azt hittem, háborús képeket látok... azzal a felirattal, hogy »breaking news«. Abban a pillanatban kaptam az első sárga cetlit: egy kisrepülő belerepült a Világkereskedelmi Központba.” Kálmán Olga bemondta az információt, miközben félszempléssel továbbra is a CNN-t figyelte a szerkesztőségi tévéen. Pár perc múlva újabb cetlin érkezett a második töredék: nem kisrepülőről, hanem utasszállító repülőről van szó. „Döbbenetes az érzés, amikor élőben olvasol a mikrofonba valamit, és közben magad sem akarod elhinni” – mondta. „Onnantól kezdve megszűnt a műsorrend és nem volt tovább gondolkodási idő. Megszakítás nélkül beszélni kezdtem.”

„Borzasztó abszurdnak tűnt a támadás” – emlékezett vissza Mucsányi Marianna. „Az újságírók ugyanúgy reagáltak, mint mindenki más, látszott, hogy megdöbbenek. Talán annyival érintett minket a dolog másképp, hogy tudtuk, a Világkereskedelmi Központban szerkesztőségek is voltak. A megdöbbenés azonban nem feltétlen a személyes résznek szólt. Egy újságíró rögtön értékelni kezd. Egyértelmű volt, hogy ezután nem úgy lesznek a dolgok, mint eddig voltak.”

„Ha a világ legerősebb államának szimbolikus épületeire ráesik valami, az gyökeresen átalakítja a biztonságról eddig alkotott fogalmainkat” – mondta Vajda Éva, a Népszabadság Online akkori hírszerkesztője. Kotroczó Róbert, az RTL Klub hírfőszerkesztője úgy emlékezett: „A World Trade Center is emblematikus helyszín, de amikor a Pentagon kiderült, akkor tudtam, hogy komoly a dolog. Az is beugrott, hogy az a muszlim merénylő, aki korábban már követett el terrorcselekményt a WTC ellen, egy repülőket egyidőben felrobbantó tervről beszélt.”

Réti Pál szerint az első becsapódásról „minden épeszű ember azt gondolhatta, hogy véletlenül ment neki egy gép a World Trade Centernek”, és csak sejtései voltak arról, hogy nem szándékolatlan balesetről van szó. A második becsapódás után azonban ő is „abszolúte biztos” volt abban, hogy összehangolt az akció. „Az elején senki nem tudta, hogy terrortámadás történt, és egy darabig egész egyszerűen nem is hittük el” – emlékszik vissza a Reuters hírügynökség magyar részlegének egyik munkatársa. Ahogy mondta, „az egész büro a tévé előtt ült, nézte a CNN-t, nemcsak az újságírók, de a technikai emberek is”.

Kávéházi telefonok

Vajda Éva, a Népszabadság Online akkori hírszerkesztője a Centrál kávéházban ült egy interjúalanyra várva,

amikor meghallotta, hogy a szomszéd asztalnál ülő két férfi izgatottan ismételteti mobiltelefonjába: „... Világkereskedelmi Központ... Pentagon...” Vajda Éva hat órára a lapnál volt, este nyolcra pedig szinte nem volt olyan ember a Népszabadságnál, aki ne küldött volna egy telefont, vagy ne rohant volna be a Bécsi úti lapszerkesztőségbe.

Az RTL Klubnál délután négy körül mindenki ott van, aki számít, és akire a hírek gyártásánál számítani lehet: a beosztott szerkesztők és újságírók általában kettőre, az egy órakor kezdődő „Híradó” utáni, egy óras szünetet követően jönnek vissza. A hírek szeptember 11-én nem érték váratlanul a kereskedelmi csatorna hírcsapatát abból a szempontból, hogy a – talán nem véletlen – időzítés miatt nem volt szükség a munkatársak riadóztatására, hiszen egyébként is majdnem mindenki dolgozott. Ha a terroristák nem ezt az időt választják, megmutatkozott volna, hogyan működik az RTL Klub „riadótelefonkönyve”, azaz az összes csapattag elérése a lehető leggyorsabb módon. Ahogy Kotroczó Róbert elmondta, az ilyen esetekre minden egyes szerkesztőségi embernek két telefon van a kezében, egy a felettesé, egy a közvetlen beosztotté vagy kollégáé, hogy mindenkit abszolút biztosan értesíteni lehessen.

Kotroczó Róbert azonban hozzátette, kérés nélkül még az is bejött a szerkesztőségbe, aki nem volt aznapra beosztott munkatárs. Tapasztalatai szerint rendkívül gördülékenyen ment a szerkesztőségi belső kommunikáció. A HVG-nél egyszerre többen is jelentkeztek hírvírásra azok közül, akiknek egyébként nem lett volna a feladatuk – a nap végére így aztán a felhasználónál kétszer több, készre írt anyag született. Az Inforádió teljes gárdája, ahogy Kálmán Olga mondta, tíz perc alatt a Múzeum utcai irodában volt, és külön szerkesztői tanácskozás nélkül azonnal telefonálni és szervezni kezdett.

Az Origónál „mindenki mindent csinálni akart, még a Matáv-főnökök is feljöttek intézkedni a szerkesztőségbe... akkora volt a káosz abban a nagy lelkesedésben, hogy már dolgozni sem lehetett. Rendet kellett kicsit vágni az emberek között” – mondta Tóth Sára. „Amikor az összes munkatárs ugyanazt akarja csinálni, na akkor kezdek el kiabálni, hogy mindenki találja meg a helyét” – jellemezte a helyzetet Kotroczó Róbert.

Információlavina és hírszolgáltatás

A hazai szerkesztőségek előtt nem egyszerű feladat állt szeptember 11-én. A lehető legsebesebben hírt kellett adni a terrorcselekményekről, magyarul, ki kellett hámozni az angol hírfolyamból azt, ami horderejében az alaphíreken kívül fontos információ volt, az újságírói háttérismereteket és az archívumot használva a lehető legtisztábbá kellett tenni az összefüggéseket (nem ártott például, ha a szerkesztők nem aznap hallottak először Oszama Bin Ladenről vagy az iszlám terrrorszervezetekről). Külföldi tudósítókat és szemtanúkat kellett találni, rávilágítani az események nemzetközi és hazai összefüggéseire, elérni a magyar kormány szerveket, a nemzetbiztonsági szolgálatot és olyan itthoni szakértőket, akik használható pluszinformációkat nyújthatnak, és végül mindezt olyan formában kellett prezentálni, amelyet az események súlya megkövetelt.

Egy ekkora és ennyire váratlan információlavina újságírói feldolgozásakor azonban sok, máskor talán jelentéktelennek tűnő részlet különösen nagy jelentőséget kaphat.

Értetni a híreket

A magyar médiumok a terrortámadásokat követő pár órás időszakban általánosan három csatornát – a CNN-t, a BBC-t és a Sky News-t – használták a saját híryananyagok gyártásához, kiegészítve mindezen médiumok internetes oldalaival. A hármas, televíziós információs alappilléren kívül a hazai szerkesztőségek a Fox Newsból, az ABC Newsból és a Reuterstől vették át a híreket. A többnyire angol nyelvű, többforrású hírlavina magyar feldolgozásához alapvető követelmény, hogy az újságírók beszéljenek angolul, mégpedig nem is akármilyen szinten. Egy ennyire kényes hírszituációban, amikor fennáll a pánik lehetősége, hihetetlen hatást tud okozni egy félreértett információ továbbadása.

Amellett, hogy Magyarországon a CNN csak kábeltévén fogható, még azok között is, akiknek a lakásába eljut az amerikai hírcsatorna, kevesen vannak olyanok, akik magas szinten értenek angolul. A CNN információit tehát egy az egyben és minél gyorsabban – ha lehetséges volt, szinkronban – kellett átadni a magyar közönségnek. Mint Tóth Sára mondta, az Origónál most jött ki igazán az a helyzeti előny, hogy a nem kis létszámú szerkesztőség minden tagja beszél angolul – a feladatokat így késlekedés nélkül többfelé lehetett osztani az egyébként is nagy szerkesztőségben. „Mivel első körben nem volt más hírforrás, mint a CNN, a híreket a tévéből írtuk egyenesen” – mondta Tóth Sára. „Nem kellett senkinek sem külön fordítani, külön közvetítés nélkül akármilyen feladat akármilyen rábízható volt.”

Az online szerkesztőség ezenkívül szerzett valakit, aki beszél arabul, és az ő segítségével elkezdtek böngészni az internetes arab site-okat. Az RTL Klub az antennákat kicsit átforgatva ráállt az iraki tévékre (az Al Jazeera akkor még nem közvetített), és szűrőpróbaszerűen nézett különböző programokat az esetleges információmorzsákra vadászva.

Az Index felelős szerkesztője, Zappe Gábor arról számolt be, hogy a szerkesztőség néhány munkatársának naprakész német tudása volt az, ami révén a médium más hírforrásokhoz képest több információt nyújthatott. Ez nem azt jelenti, hogy az Indexben nem a CNN, a BBC, a Sky News vagy – Zappe felsorolása szerint – az MTI lett volna a fő információszolgáltató, ám ő kifejezetten üdvösnek érezte, hogy az Index információforrásai között nagyobb súllyal szerepelt a Der Spiegel. „Tapasztalataim szerint az egész magyar sajtó talán túlzottan a CNN-irányban ment el. A német hírforrás használatával, úgy érzem, kicsit mást próbált írni az Index-hírcsapat” – mondta Zappe Gábor.

Háttérinformációk, archívum

„Ki nézi a tálibok sajtóját?!” – kiáltott minden ötödik percben az Origo szerkesztőségében Simó György, az Axelero vezérigazgatóhelyettese, időnként kiegészítve azzal: „És mikor lesz már kronológia?!” Pedig szeptember 11-én nemcsak Magyarországon, de a világ legjobb hírcsatornáinak szerkesztőségeiben sem jelenthette ki idő előtt egyetlen újságíró sem, hogy a terrortámadásokban Oszama bin Laden és a tálibok keze van. Ahhoz, hogy a történetek érthető „sztorivá” álljanak össze, kellett némi előzőleg szerzett háttérismeret arról, hogy kinek volt meg a pénze, a hatalma, az akarata és a kommunikációs hálózata egy ekkorra horderejű és ennyire összehangolt támadássorozat kivitelezéséhez.

A HVG szerkesztőségében, még mielőtt bármi biztos kiderült volna a felelősöket illetően, már elhangzott Oszama bin Laden neve. A szerkesztőség Közel-Kelet-specialistája ugyanis éppen bent volt a keddi hírlapzártá miatt, ő pedig biztosra vette, hogy a saját területével kapcsolatos dolgot lát a CNN képernyőjén. Kotroczó Róbert, az RTL Klub hírfőszerkesztője maga is az iszlám országokra specializálódott újságíró, a csatorna hírszerkesztőségének egy másik tagjával, Horvát B. Ádámmal együtt. „Gyűjtési mániában szenvedek. Vaskos kollekción van azokból a kiadványokból, amelyek a terrorizmussal foglalkoznak, kezdve onnan, hányféle terrorszervezet működik a világon, és azok milyen összefüggésekben állnak egymással, egészen addig, hogy pontosan mit lehet tudni az eddig elkövetett terrorcselekmények részleteiről” – mondta Kotroczó. Az RTL Klub hírfőszerkesztője azonban nemcsak ezekből a könyvekből meríthetett háttérinformációt. „Amerikában tanultam. Felhívtam az ottani volt kollégáimat, akik most is állományban vannak. Nem véletlen, hogy az RTL Klubtól senkit nem küldtünk Pakisztánba, ahová odarohant egy csomó más tévéállomás. [...] A barátaim és a tanácsadóim Amerikából azt javasolták, az Északi Szövetség által ellenőrzött afganisztáni területekre küldjünk ki tudósítót, ha valahová egyáltalán embert küldünk.”

Pánikesélyes helyzet és hírkezelés

„Valóban megtörtént eset!” – figyelmeztette a nézőit a CNN szeptember 11-én, hogy elejét vegye minden tömeges pánikot okozó, komolytalan médiaattrakciónak, ahogy a zseniális Orson Welles tette annak idején a „Világok harca” rádiójátékkal. Az amerikai hírcsatornát a magyar újságírószakma több-kevesebb kivétellel, de általánosságban „megbízható hírforrásnak” tartja.

Magyarországon is, mint a világ összes hírszerkesztőségében, léteznek bizonyos megkötések arra vonatkozóan, hogyan szabad bánni az esetlegesen „pánikkeltő”, rendkívül erős kifejezések használatával, mint például a „világháború”, „tömeggyilkosság” vagy „terrorizmus”. Az ilyesfajta szavakkal ugyanis nem tanácsos dobálózni egy mértékadó médium esetében.

De vajon mit csináljon egy magyar újságíró abban a helyzetben, ha a CNN – a „megbízható és mértékadó médium” – egy esetleges világháború kitörésének a lehetőségét „sem megerősíteni, sem cáfolni” nem tudja? Ráadásul a szeptember 11-én befutott információtöredékek – Kotroczó Róbert szavaival – „B típusú hírek” voltak, azaz az események láncolatában az embernek folyamatosan olyan érzése támadt, mintha bármikor jöhetne a következő, tragédia. A híreket író, szerkesztő munkatársak egyszerűen nem tudhatták, hol ér véget a történet, mi jöhet még, és mindaz, ami New Yorkban és Washingtonban történt, Magyarország szempontjából mit jelent. Hol húzódik a határ az emberi és a szakmai bizonytalanság helyzetében a pánikkeltés és a korrekt tájékoztatás között? Ezzel a dilemmával a világ összes hírszolgáltatójánál szembe kellett nézniük az újságíróknak.

A Népszabadságnak, Magyarország legnagyobb példányszámú napilapjának a szerkesztőségében elhangzott az a szó szeptember 11-én délután, hogy világháború. A Reuters hírügynökség budapesti irodájában felvetődött a kérdés: hadban áll-e Magyarország? Az Inforádióban az újságírók azt firtatták, hogy a támadás Magyarország mint NATO-tagország számára milyen következményekkel jár. „Azonnal felmerült, hogy vajon nem a harmadik világháború kezdetét közvetítettük-e éppen élőben” – mondta Kálmán Olga. A kérdésekre egyetlen újságíró sem kapott – egyszerűen nem is kaphatott – választ. „A világvége-hangulatban az ember hajlamos volt arra, hogy minden bejövő információtöredéket készpénznek vegyen” – emlékezett vissza a HVG szerkesztőségére Réti Pál.

Ennek ellenére a megkérdezett szerkesztőségek (az Origo, a Népszabadság, az Index, a Reuters, az RTL Klub és az Inforádió) egyikében sem tört ki pánikhangulat. A sokkoló hírekre egyes magyar médiumok óvatossággal, mások pedig a „minden mehet” hírkezelési stratégiával-taktikával reagáltak.

A Népszabadság belpolitikai rovatvezetője, Mucsányi Marianna a lap hírszerkesztési megfontolásait illetően azt mondta: „Az az elv, miszerint ami a tudomásunkra jut, azt megosztjuk az olvasóval, a szeptember 11-i történések nyomán ki kellett egészülnön bizonyos más megfontolásokkal, amelyek foglalkoznak a következményekkel is. Az volt a cél, hogy az újságírók a tálalás eszközeivel – a címadással, a szóhasználattal, az információ elhelyezésével – a tájékozódást segítsék, ne pedig a hisztériát táplálják. Az újságírónak nem az a dolga, hogy hisztériát teremtsen; a pánik ugyanis sokkal inkább megbéníthatja azt a struktúrát, amelyben egy állam működik, mint maguk az aktuális események. »Normál« időszakban effajta megfontolás fel sem merül, akkor ugyanis a legfontosabb követelmény, hogy ami az újságíró tudomására jut, azt minél előbb tudassa is az olvasóval. Szeptember 11-én igenis foglalkozni kellett a következményekkel.” A Reuters munkatársa úgy fogalmazott: „Ilyen esetben egyetlen újságíró sem vállalhatja a felelősségét a messzemenő következtetéseknek. Nagyon kellett vigyázni, hogy mit ír az ember. Érezhető volt az óvatos fogalmazás, a »szemtánuk szerint« és más hasonló fordulatok.”

Az Origóra és az Indexre ezzel szemben az a stratégia volt a jellemző, hogy minél gyorsabban adják a híreket. Ez nem azt jelenti, hogy bármely olyan médium, amely technikai háttere folytán alkalmas a folyamatos és nagymennyiségű hírszolgáltatásra, kevésbé korrekt vagy szenzációhajhásabb lett volna (újra hangsúlyozzuk, e cikk célja nem a hírminőség szerinti rangsorolás), de a jelek szerint az effajta információszolgáltatókra kevésbé volt jellemző az óvatosság.

Technika és hírfolyam

Az online médiumok nagy előnye, hogy a címlapra bármelyik pillanatban bármi kitehető: nincs lapzártá, nincs technikai korlátozás, nincs semmi, ami bármilyen szinten útját állhatná az információk nagyközönséghez való eljuttatásának. Szeptember 11-én délután a Reuters internet-oldalán beindult a folyamatos hírfolyam. Az Origo címlapján először megjelent a „breaking news” felirat, majd ugyanaz az ötsoros hír folyamatosan frissülni, bővülni és kiegészülni kezdett, ahogy az újabb és újabb információk egymás után futottak be a szerkesztőségbe. Nem sokkal később az Origo megszokott hírrendje a hírmennyiség és a sietség miatt teljesen felborult. Lassan az egész Origo-portált elfoglalták az amerikai történésekkel kapcsolatos információk, és minden más témájú hír lekerült az oldalról.

Az Index első híre a CNN-bejelentés után tíz perccel a site-on volt, nem sokkal később pedig az információ katinthatóvá vált, és a linkeken keresztül terebélyesedni, dagadni kezdett a sztori. Az Index nem vette le a terrorcselekményekhez nem kapcsolódó híreket, ám a 28 napos webaudit-adatokból kiderült, hogy a felhasználók nem nagyon mentek rá olyasmire, ami nem Amerikáról és a tragédiáról szólt.

Az Inforádió stúdiójában Kálmán Olga folyamatosan, megállás nélkül beszélt, miközben az egész szerkesztőség telefonált, nyüzsgött, szervezett az üvegfalon túl. „Nem gondolom, hogy bármely online médium oldalain több információ lett volna, mint ami nálunk elhangzott, akármennyire másmilyenek a technikai-strukturális feltételek” – mondta Kálmán. „Úgy gondolom, az időbeli tényező minden olyan médium esetében, amely képes azonnali hírszolgáltatásra, körülbelül hasonlóan alakult.”

Címlapcsere, különkiadás

Utoljára Mihail Gorbacsov vívta ki azt a megtiszteltetést, hogy az ellene elkövetett puccs miatt, 1991-ben, a HVG az utolsó percben kicserélte a címlapot. Akkor azonban még minden egy picit lassúbb volt, mint most, amikor Oszama bin Ladennek sikerült a címlapcserét elérnie. Szeptember 11-én, délután fél négykor a lap – két, a legfrissebb híreket röviden egybegyűjtő rovat kivételével – nyomdakészen állt. Este nyolcig általában ugyan van még lehetőség apróbb módosításokra, ha azok nem várhatnak még egy hetet, de normál napokon négyig, ötig eldől, mit látnak a lapban szerdán a HVG olvasói.

Az első gép becsapódása után a szerkesztő azt gondolta, az előző hét nap történéseit összefogó rovatba berak egy testesebb anyagot. A második utasszállító World Trade Centerbe repülése után azonban úgy döntött: megengedhetetlen, hogy a hetilap úgy kerüljön az utcákra másnap, hogy a címlapon a világot és a magyar közvéleményt is mélyen felkavaró tragédiától teljesen eltérő téma szerepeljen. A rekordsebességű címlapcserehez persze az is kell, hogy a szerkesztőségi döntést ne kontrázza meg a kiadó. A HVG ebből a szempontból kedvező helyzetben volt, nem úgy, mint a Figyelő vagy a Magyar Narancs, az utóbbiak ugyanis anyagi okokból, illetve a kiadó döntése miatt egyszerűen nem tudtak belemenni a címlap-változtatásba, és kénytelenek voltak másnap olyan címlappal megjelenni, amely az Amerikában történetekhez képest mindenképpen jelentéktelen témát mutatott.

A HVG azonban megtehetette, hogy kedden este kicserélje a címlapot. A lap szerkesztőségének közel-keleti ügyekkel foglalkozó munkatársa, Keresztes Imre nekiült, hogy egy másik, villámsebessen írni tudó újságíróval összeállítsa az anyagot, tíz-tizenkét flekket három óra alatt. A dokumentáció mindeközben a kezük alá dolgozott, a szabad munkatársak pedig folyamatosan gyártották a keretes anyagokat, a kiegészítő információkat, táblázatokat és összefoglalókat – mialatt a CNN-ből folyamatosan, szinkronban dőlt az információ. Valaki elintézte, hogy a nyomdában a leadási határidő ne este tíz, hanem éjfél legyen – ez sem sikerült volna, ha nem lenne többéves, jól működő kapcsolat a HVG és a nyomda között. A címlapos brigád, Horvát Zoltánnal az élen, nekiült megtervezni a címlapot.

„Egy színes hetilap címdoldalának megváltoztatásához komoly technikai háttér kell” – mondta Réti Pál. „Egyszerűen fizikai lehetetlenségnek tűnt, hogy határidőre készen legyünk.” Ráadásul pontosan amiatt, hogy nem lehetett tudni, mivé alakul a New York-i és washingtoni „B-típusú” hírlavina, nem volt egyszerű kérdés az sem, hogy mit rakjon a címdoldalra a csapat. Délután hat körül a terrortámadásokkal kapcsolatban túl sok volt a kérdőjel, a sejtéseket pedig, még ha a HVG szerkesztőségében is megfogalmazódtak a muzulmán merénylőkkel kapcsolatos vélemények, nem lehetett címlapra tenni. A legkézenfekvőbb választás tehát a pusztá tény maradt, a lángoló Világkereskedelmi Központ az utasszállító repülőgép motívumával.

Amikor Horvát Zoltán, a HVG címlapjait évek óta tervező újságíró a tervezőszobában ült, és azon gondolkodott, hogyan alakítsa a címlapot, még nem lehetett tudni, hogy a World Trade Center mindkét tornya hamarosan összedől. ösztönös megérzéssel ábrázolta a Világkereskedelmi Központ tornyát ferde, ami szimbolikusan fejezte ki mindannak a megdőlését, amit az épület korábban jelentett. Az amerikai életforma, a nyugat biztonsága, a pénzügyi szuperhatalom sérthetatlensége, New York, mint a világ közepe dől lefelé. A HVG másnap reggel a masszív tornyot ferdén ábrázoló képpel, vörös felirattal került az utcákra, és a lap történetének egyik legmagasabb olvasottságát produkálta.

Pedig tartalmilag semmivel sem volt több információ a HVG-ben, mint bármely más, akár írott, akár elektronikus magyar médiumban. „Ilyenkor érzi az ember, hogy egy hetilap milyen hihetetlen hátrányban van az elektronikus médiával és a napilapokkal szemben” – mondta Réti Pál. Mégis, a címdoldalváltás megkérdőjelezhetetlenül emelte a HVG presztízsét, az eladott példányszám pedig tíz éve nem tapasztalt magasságokba, 52 ezerre szökött. A Népszabadság négy oldalas különkiadása szeptember 11-én este nyolc-kilenc óra körül az utcákon volt, „Terrortámadás Amerika ellen” címmel. Alapinformációkat tartalmazó különszámról volt szó, amelynek hírei aztán a következő napokban ezer formában, de az információk szempontjából lényegében változatlanul járták körbe az összes magyar médiumot. A napilap egyébként utoljára tíz évvel ezelőtt, a taxisblokád idején dobott az utcára különkiadást.

Az Index címlapját gyorsan kicserélte a szerkesztőségi csapat. A támadások utáni egy-két órában az úgynevezett béta verziós átalakítás működött, amely a hagyományosnál hangsúlyosabb kiemeléseket és vastagabb betűtípusokat használ. Az átmeneti megoldás addig volt aktív, amíg a második verzióval a négy újságíró és a két technikai ember el nem készült. Kora estére új kategória tűnt fel az Index-honlapon, a „Terror-oldal”, amelyben idővel a finomítások is elindultak, és a különböző típusú híreket ízekre lehetett szedni.

Az Origónál este tízre jutott el addig a csapat, hogy az egész délutános információzuhatag folyamatos továbbítása után a hírírókat a főszerkesztői gárda egy rövid időre magára hagyhatta, és elvonulhatott tanácskozni a megváltozott megjelenésről. Az Origo hagyományos címlap-kapacitása limitált, világos volt, hogy az amerikai eseményekkel kapcsolatban radikális változtatásra, új oldalra van szükség. Szerencsés módon a terrortámadásokat közvetlenül megelőzően lett készen az Origo új fóruma, a „Hírcentrum”, amely technikai adottságai révén alkalmas volt a hatalmas hírlavina feldolgozására. A „Hírcentrum” így megkapta az „Amerika” címet, az Origo címlapcseréje pedig különösebb technikai malőrök és bizonytalanság nélkül végbemehetett.

Kereskedelmi szempontok

Az RTL Klub programigazgatója, Kolosi Péter és Kotroczó Róbert, a csatorna híreinek szerkesztője a terrortámadások után parázs vitát folytattak egymással. A CNN már ontotta a híreket, az RTL Klub képernyőjén azonban csak egy „breaking news” felirat volt látható, és a pár soros hír arról, mi történt a világ másik felén. „Ne induljunk most” – mondta a hírfőszerkesztő. „Akkor kell elkezdni a folyamatos hírfolyamot, amikor már elég nagy számú néző ül a tévékészülékek előtt.”

Az RTL Klub végül – tisztán kereskedelmi szempontok miatt – kivárt, és legalább 30-40 perc telt el az első hírektől számítva, amíg a „Híradó” különkiadásával jelentkezett. A médiumnak volt ideje arra, hogy a lehető legjobban összeszedett hírblokkal, „sztorivá” kerekített hírekkel vágjon bele a műsorfolyam, a kedd esti sorozatok menetébe. Ennek köszönhetően a műsorvezetők az RTL Klub képernyőjén a szokásos tökéletes sminkben jelenhettek meg, még a lehetőségét is elkerülve annak, hogy a nézők a stúdióba váratlanul behívott, nem képernyőkész műsorvezető-párossal találják szemben magukat felzaklatott otthonaikban. „Egy közszolgálati csatorna, a Magyar Televízió megteheti, hogy az összeszedetlenséget közvetítse egy-egy váratlan helyzet esetén.” – mondta Kotroczó Róbert. „Egy kereskedelmi csatorna viszont nem.”

Az újságírószakmában sokan vélik úgy, hogy a Magyar Televízió „összeszedetlensége”, a Baló-Betlen páros természetes, szó szerinti beesése a stúdióba a szeptember 11-i helyzetben szimpatikus és hiteles volt. Kotroczó Róbert osztotta ezt a véleményt. Ennek ellenére azt mondta, az RTL Klub esetében egy hasonló „attrakció” megengedhetetlen lett volna. „A nézőink megszokták, hogy néz ki Erős Antónia a képernyőn. Nem tehetjük meg, még ilyen helyzetben sem, hogy a műsorvezetőnő felkészületlenül, kisminketlenül essen be a stúdióba, élő adásban.”

Az RTL Klub azt sem tehetette meg, hogy a hirdetőit cserben hagyja, akármilyen események történtek is. Egy-két reklámot elhagyhatott a médium, de arról is egyeztetnie kellett a kereskedelmi osztállyal, hogy melyek a relatíve „értéktelenebb” hirdetőik. „Nagy tanulsága a szeptember 11-én történeteknek, hogy jóval átláthatóbbá kell tenni az RTL Klubban a dolgokat a kereskedelmi osztály és a hírszerkesztőség között” – mondta Kotroczó Róbert. – „Eddig nem volt olyan riadóhelyzet, amely túllépte volna az előre megtervezett program kereteit. Most kiderült, ki az az egy ember, aki a kereskedelmi osztályon dönt, világos lett, hogy vele kell kapcsolatba lépni, ha a reklámok odábtologatásáról vagy esetleg elhagyásáról van szó.”

Amerikai emberünk

Ha valaki szeptember 11-én délután telefonon kereste Miklós Gábort, a magyar média talán legismertebb nevű amerikai tudósítóját, a Népszabadság kiküldött újságíróját, Budapesten érte el. A tudósító ugyanis aznap egy fontos családi esemény miatt véletlenül éppen Magyarországon tartózkodott. A hazai médiapiac legnagyobb példányszámú napilapjának szerkesztősége abba a helyzetbe került, hogy noha évek óta volt jól fizetett „amerikai embere”, a véletlenek szerencsétlen egybeesése folytán kénytelen volt más helyszíni forrásokat felkutatni, az újságírók személyes és szakmai kapcsolatain, az interneten és a telefonvonalakon keresztül.

A helyszíni tudósítás babérját szeptember 11-én a tv2 vitte el, amely csatorna egyébként szintén a véletlenek összjátéka révén került kivételezett helyzetbe. A tv2-nek nincs hivatalosan kiküldött New York-i tudósítója, ahogy nincs az RTL Klubnak sem, a státus megfizetése ugyanis rendkívül nagy összegekbe kerülne. A legtöbb magyar médium szerkesztőségében van néhány telefonszám az éppen külföldön tartózkodó újságírók eléréséhez, ezek az emberek azonban többnyire egészen más miatt vannak ott, és mintegy mellékesen vállalják el az anyagok küldését, ha történik valami fontos.

A tv2 egyik volt munkatársa, Bombera Krisztina nem sokkal azelőtt, hogy támadás érte az ikertornyokat, New Yorkba repült családi okokból. Noha elutazása előtt kikötötte, hogy innentől kezdve a tévétársaság nem zavarhatja semmilyen munka miatt, szeptember 11-én mégis vállalta – nem tehetette meg, hogy nem vállalja – a helyszíni tudósítást. A tv2 drámai tudósításhoz jutott, amikor az újságíró a sokktól szinte képtelen volt élőben beszélni, mert „atomháborús felhő úszott New York felett”, és maga is látta, ahogy az emberek egymás után ugrálnak ki az égő tornyok ablakain.

Miklós Gábor a budapesti irodában körülbelül este kilencig próbálkozott, hogy különböző forrásaival felvegye a kapcsolatot, sikertelenül. A hírszerkesztő beszámolója szerint a médium csak a támadásokat követő harmadik-negyedik napon jutott odáig el, hogy interneten saját helyszíni anyagot gyűjtött be. „Szeptember 11-én semmi nem működött” – mondta Mucsányi Marianna. „E-mail nem érkezett, a telefonvonalak használhatatlanok voltak, az egész történetre jellemző volt a nagyon kevés információ, és még a CNN sem tudta a történeteket igazán helyszíni anyagokkal kiegészíteni.”

Vajda Éva, a Népszabadság Online volt szerkesztője és az ő gárdája egy ABC-nél dolgozó újságíró kollégát, Rhoda Liptont próbálta elérni, az automatikus redial helyett az újságírók azonban a manuális újratárcsázással próbálkoztak, ami meglepő módon inkább működött. Így szereztek a Népszabadság Online kiadásának végül egy olyan szemtanút, aki az ikertornyok szomszédságában attól rettegett, hogy átterjedhet a tűz a saját lakására. „New York soha nem lesz többé olyan, mint azelőtt volt” – nyilatkozta a helyszínről szeptember 11-én. Ők érték el Bombera Krisztát is, aki végül a lapot is tudósította a kiküldött, ám éppen nem ott tartozkodó újságíró helyett. A Népszabadság New Yorkról helyszíni tudósításként beszámoló anyagai alá ez került: Bombera Krisztina, a tv2 munkatársa a Népszabadságnak.

A HVG-nél, ahogy Réti Pál elmondta, igazi szemtanút a rendelkezésre álló négy óra alatt nem sikerült találni. A hetilap a CNN tévéadásából, a chat-fórumokból és az internetről dolgozott. Az Inforádió viszont a történetek után egy órával már egy New Jersey-i lakossal beszélt – akiről Kálmán Olga azt mondta, „nem tudom, ki szerezte, azt sem, hogy honnan”. A rádió szerkesztőségében tapasztalatai szerint nem volt gond a telefonvonalakkal, az első napon elérhetőek voltak a szemtanúk. „A

CNN-website volt egyedül, ami a túlságosan nagy érdeklődés miatt lefagyott” – mondta Kálmán Olga. Az amerikai hírcsatorna internetes oldalával nem csak az Inforádióknak volt problémája, más szerkesztőségek is nehézségekről számoltak be. Többek között az RTL Klub is. A kereskedelmi csatornának nem volt Bombera Krisztinája, mint a tv2-nek – ám volt szerződése a CNN-nel az élő egyenes adás átvételére, így aztán (az 1980-as évek videófilmjeire emlékeztető hangú) szinkrontolmács segítségével az RTL Klub egy az egyben közvetíthette a magyar otthonokba az amerikai hírcsatorna műsorát. A tévécsatorna szerkesztőségében Kotroczó Róbert utasításai szerint egy ember ellenőrizte a lehetségesen felhajtható információforrások – külföldi szemtanúk, szakértők, kormányzervek embereinek – listáját. „Lehetett használni a telefont” – mondta Kotroczó Róbert. „Ezenkívül külön megkeresés nélkül egy csomó ember bejelentkezett.”

Az RTL Klub felvette a kapcsolatot az Amerika Hangjával, később pedig azzal is próbálkozott, hogy tudósítót küldjön New Yorkba – ez utóbbi reménytelen kísérlet volt, mivel lezárták a reptereket. Az RTL Klub több újságírója, ahogy az a terrortámadás után egy-két héttel megjelenő pletykalapokból kiderült, mindent megtett volna, hogy Amerikába repülhessen, és nap mint nap készenlétben várta a jobb utazási feltételeket. A Népszabadság amerikai tudósítója szintén itthon ült, indulásra készen, de több napnak kellett eltelnie, mire visszarepülhetett Amerikába, a tragédia helyszínére.

Az Index első saját tudósítása, ahogy Zappe Gábor felelős szerkesztő elmondta, szeptember 11-én, este hat óra körül jelent meg a weboldalon. „Sokan bejelentkeztek SMS-ben és elektronikus leveleken, hogy a New York-i közlekedési káoszról és a város felett terjedő füstől beszámoljanak. Ugyanez történt az Origónál is: a szerkesztőségi tagok különböző barátai, ismerősei, rokonai anyagokat küldtek az online lap számára, külön megkeresés nélkül. Talán nem véletlen, hogy ez a fajta információszerezés inkább azokra a szerkesztőségekre volt jellemző, amelyek gárdája fiatal, huszonéves újságírókból áll. Ebben a korosztályban magasabb azoknak a száma, akik voltak már Amerikában, de legalábbis ismernek embereket, akik jelenleg is New Yorkban tartózkodnak.

A Reuters magyarországi szekciójának szeptember 11-én délután nem volt feladata, hogy itthonról hívja Amerikát. A világhálózat hírei folyamatosan ömlöttek a szerkesztőségbe, így minden olyan információt, amelyet az amerikaiak könnyebben megszerezhettek, a magyar hírrészleg egyszerűen átvett. A belső internetes rendszer, ahogy a hírszolgálat egy munkatársa elmondta, jól működött, a Reuters hazai gárdája tehát különösebb akadályok nélkül tudta kezelni a hírdömpinget. „A helyzet viszonylag egyszerű volt” – mondta a Reuters-munkatárs. „Nem kellett átgondolni a dolgokat, eleinte folyamatosan írtuk a híreket. A helyzet akkor vált bonyolultabbá, amikor már koordinációra is szükség volt a különböző hírek között, hiszen Magyarország szempontjából nem volt lényeges minden apró információ. Az egyes eltűnt gépek járatszámairól érkezett hírek, a különböző épületek kiürítései már nem érdekelték az olvasót.”

A Reuters persze más helyzetben van, mint a többi, eddig említett médium, azoknál ugyanis a szerkesztői döntéseken múlik, hogy utánamennek-e egyes hírfoszlányoknak. A Magyarország szempontjából releváns információkat az egyes írott és elektronikus médiumok a hazai nemzetbiztonsági szervektől és kormánykabinetektől próbálták megszerezni, de ahogy a Reuters munkatársa elmondta, „egy magyar hozzászóló, még ha kormányzati szintű is, ugyan mit is tudhatott?” Komoly kérdés volt az, Magyarország háborúban van-e, de ugyan ki és honnan kaphatott volna erre választ itthon?

Riadókészültség Budapesten

Szeptember 11-én délután az Astoria irodaház legfelső emeletén álló üvegliftből kinézve az ember azt láthatta, hogy egy csapat rendőr takarítja el az épület előtt parkoló taxikat és minden más autót, egy egyenruhás pedig az esetleges támadás ellen védekező, teljes harci felszerelésben besétál az épületbe. Budapest vásárlóközpontjaiból kizárták az összes vevőt, a főbb kormányépületekben pedig teljes készültségi riadót rendeltek el. Bár kicsi volt a valószínűsége, hogy Oszama bin Laden New York és Washington után Budapesten próbálkozik, biztosat senki nem tudhatott. Bőségesen volt arra ok, hogy a terrortámadások magyar következményeiről, a hirtelen bevezetett biztonsági intézkedésekről kérdezzék az újságírók az illetékeseket. És akkor még nem is beszéltünk a terrorcselekmények gazdasági hatásainak magyar részről való megítéléséről, az esetleges magyar áldozatokról, és legfőképpen arról, hogy a magyar kormányhivatalok szóvivője szerint akkor Magyarország vajon hadban áll-e.

„Ha a magyar kabinet harminc nappal a történetek után sem tud semmi értelmeset mondani, ugyan mit tudott volna három órával a terrortámadások után?” – kérdezte Réti Pál. „A HVG a nyomda előtti utolsó pillanatokban ugyan még rutinból körbetelefonált, ám a magyar oldal nem tudott pluszinformációt adni a történetekhez.”

„Aznap számított igazán, hogy a szerkesztő tisztában volt azzal, ki mire jó” – mondta Tóth Sára. „A magyar vonalra olyan embert kellett ráállítani, aki a rutinossága miatt már van annyira agresszív, hogy tutira ne rázza le tegyük fel

egy rendőr.” „Mindenkülön instrukciók nélkül szervezkedett és telefonálgatott” – mondta az Inforádióról Kálmán Olga. – „Sárga cetlik jártak körbe, névvel és telefonszámmal. Nem volt arra idő, hogy a felelős szerkesztő utasításokat adjon ki. A magyar hírek elsődlegesen az MTI-ből jöttek. A kormányzóvivőket el lehetett érni, tudtak is nyilatkozni. A pártok képviselőit megkérdezni igazából értelmetlen volt. Az illetékesek nagyon kellett a hírekhez, pontosan Magyarország bizonytalan helyzetéből kifolyóan, a NATO-tagsága miatt, az illetékesek azonban rohagáltak... de azért mindenkit utol tudtunk érni.”

Az RTL Klubnál Kotroczó Róbert kinevezett egy „vizuális kontrollert”, aki begyűjtötte az összes World Trade Centerről készült felvételt és rendszerezte azokat. Egy másik újságíróra állított rá, hogy a lehetséges összes emberről készítsen egy listát, aki információforrásként szóba jöhet. Mint mondta, a magyar reakciók begyűjtéséhez mindenki latba vetette a saját kapcsolatrendszerét.

Technikai malőrök és bakik

A HVG szeptember 12-én egy olyan térképet közölt a második oldalán, amely a méretéhez képest különösen kevés információt nyújtott. Az Amerikában történt többszörös terrortámadás helyszíneit volt hivatott mutatni az ábra, a kép sarkában azonban egyetlen piros csillag árválkodott, jelezve a Pentagonra esett repülőgép helyét. A térképen ott volt a Capitolium és a Fehér Ház is, az olvasónak azonban mindezek a helyszínek nem igazán mondtak semmit, hacsak azt nem, hol is helyezkednek el az utóbbi objektumok a Pentagonhoz képest. Az történt ugyanis, hogy a keddi információáradatban sok téves hír is szárnyra kapott, megtévesztve az újságírókat, akik egyébként is abban az állapotban voltak, hogy szinte minden információt könnyen elhittek. A HVG szerkesztőségébe késő délután több olyan hír is befutott, hogy bomba robbant a Capitoliumnál és a Fehér Ház közelében is, ezért a vizuális szerkesztő gyorsan gyártott egy térképet, jelezve rajta az összes tudomásukra jutott támadás helyszínét. Ahogy az információk kód kissé tisztulni kezdett, nemsokára kiderült, hogy a hírek egy része alaptalan, és a sok piros csillagból csak egy maradt, miközben arra már nem volt idő, hogy a HVG csapata az egész oldalt újratervezze, vagy a képet egyszerűen kivegye.

A téves hírek az Indexet is félrevezették, bár talán nem fair ezt mondani, hiszen 11-én az is elég szürreálisnak tetszett, ami valóban megtörtént, így hihetővé vált sok minden más is. Mindenesetre az Index első híre arról tudósított, hogy „példátlan terrortámadás érte az Egyesült Államokat, eltérített repülőgépek robbantak le a World Trade Centert, bombatámadások rázták meg a Pentagont, a külügyminisztériumot és a Capitoliumot”. A hír a későbbiekben egyszerűen a feledés homályába merült.

A kritikus időszak azonban nagyobb bakik nélkül zajlott le. Egyes szerkesztők azt mondták, ez a szerkesztőségi rutinnak köszönhető, hiszen a csapat végigcsinálta már például a koszovói háborút, mások csak óvatosan bántak a hírekkel, vagy túl későn kapcsolódtak be ahhoz, hogy téveset írjanak.

Konklúzió

Általánosan elmondható, hogy a magyar médiumok aránylag jól vették az akadályt, amikor egy váratlan, az egész világon végigsöprő információ-hurrikán szakadt rájuk szeptember 11-én. Ez azonban nem jelenti azt, hogy semmit ne kellene javítani a szerkesztőségi rendszereken. A történetek a következő tanulságokkal szolgálhatnak számunkra:

- (1) Végérvényesen szakítani kell azzal az elgondolással, hogy mivel kis ország kis médiájáról van szó, a magyar információszerezés keretei megmaradhatnak a nemzeti határok között. Egyrészt elengedhetetlenül szükséges, hogy minden magyar szerkesztőség hírszerkesztője nap mint nap tisztában legyen a világ vezető hírcsatornáinak primér információival – nemcsak azért, hogy az információkat átvegye, hanem azért is, hogy legyen képe arról, mi miből következik. Másrészt, akármennyire nehéz anyagi kérdés is, szükséges áldozni a külföldi tudósítói hálózat szélesebb kiépítésére. A New York-i események megeshetnek Párizsban és Londonban is – akkor pedig a magyar média újra hasonlóan szorult helyzetbe kerül, ha hirtelen kell összeszednie a szemtanúkat és a helyszíni tudósításokat.
- (2) Angolul tudni kell. Nemcsak a szerkesztőknek, de az újságíróknak is.
- (3) A szeptember 11-i terrorcselekmények sorozata talán elég volt ahhoz, hogy felkészítse a magyar újságírókat pszichológiailag a „minden megeshet” közhelyszerű, ám sokkoló valóságára. Ezután is minden megeshet.
- (4) Egy hírszerkesztőség annál hatékonyabb, minél higgadtábban, minél rutinosabban és minél csapatszerűbben tud együtt dolgozni a gárda, ha nem kell az embereket külön-külön irányítani. Ha mindenki tudja, hol a helye, nem fordulhat elő, hogy mindenki lelkesen egyszerre ugyanazt akarja csinálni. A szerkesztőknek ismerniük kell az embereik kvalitásait, azt, hogy egyenként ki mire jó, azt, hogy egy váratlan helyzetben ki milyen szerepkörben a leghatékonyabb.
- (5) Bár a közel-keleti válság közvetlenül nem érinti Magyarországot, ez még nem ok arra, hogy ne legyen minden szerkesztőségben a világnak erre a forró pontjára szakosodott speciális újságíró vagy szakértő. A globalizáció nem engedi, hogy bármiből is kimaradjon Magyarország, még ha nem is jelentős játékos a globális nagypolitikában.
- (6) Szeptember 11-én nem kellett egyetlen újságíró sem külön értesíteni, többnyire mindenki bement a szerkesztőségbe. Ennek ellenére érdemes azon elgondolkodni, mely vonalakon lehet a leggyorsabban összerántani a csapatot. Nem árt, ha mindig kéznél van egy naprakész mobiltelefonszám-lista az összes szerkesztőségi tag komplikációk nélküli eléréséhez.
- (7) Érdemes pénzt áldozni arra, hogy a világ legforróbb pontjairól tudjon információkat adni minden szerkesztőségi archívum. Jó, ha kéznél van az iszlám országokra specializálódott szakértő, de nem árt, ha nem ő az egyetlen, aki a szükséges tudás birtokában van.
- (8) Valóban meg kell találni a pánikkeltés és a korrekt tájékoztatás között.
- (9) Természetesen nem lehet minden információt kétszer ellenőrizni egy effajta információlavina-helyzetben, különösen amikor az esemény helyszíne amúgy is távol van, és az egyetlen igazán megbízható hírforrás a CNN. De ha egy mód van rá, fontos, hogy az újságírók megbizonyosodjanak a hír valóságtartalma felől, főleg, ha az óriási horderejű. Amellett, hogy egy bombatámadásról szóló álhír pánikot okozhat, jelentősen ronthatja a médium

presztízsét is.

Lábjegyzetek

1

Az írás az Index, az Inforádió, a HVG, a Népszabadság, az Origo, a Reuters, az RTL Klub szerkesztőinek, újságíróinak és munkatársainak beszámolóí alapján készült. Felhasználtam a www.webaudit.hu információit is.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Politika

[Svennik Hoyer:](#)

Média a harmadik évezred küszöbén

Forradalmak a kommunikációban

A tömegmédiá története technológiai és társadalmi invenciók története. A szerző felidéz a múlt tömegkommunikációs forradalmainak sajátosságait és következményeit, majd áttekinti a média mai, a globális médiahálózatok által meghatározott helyzetét. Végül megkísérli a rendelkezésre álló adatok alapján előre jelezni a tömegmédiá és az emberi kommunikáció jövőjét.¹

Bevezetés

A 20. és a 21. század fordulója – keresztény találmány. A hindu naptár 3102 évvel a miénk előtt kezdődik, a zsidó pedig még ehhez képest is 668 évvel korábban. Az emberi kommunikáció története természetesen ennél is hosszabb. A nyelv kialakulása lassú folyamat volt, pontos kezdetét nem ismerjük. Az írás kontinensünkön az időszámításunk előtti 9. század Görögországában alakult ki; első nyomai 5500 évesek. A nyomtatás Európában 550 évvel ezelőtt, a Rajna völgyében kezdődött. Mindennek tükrében nem tűnik túl fenyegetőnek az a lehetőség, hogy a tömegmédiá beleolvadna az internetbe és a harmadik évezred virtuális valóságába.

A század és az ezred fordulója ugyanakkor valamennyiünket arra készítet, hogy megvizsgáljuk az időben elfoglalt helyünket, és választ keressünk az olyan kérdésekre, mint például az, hogy milyen század áll mögöttünk, és milyen vár ránk? Hosszabb időfolyamot vizsgálva megpróbálhatjuk feltárni azokat a stabilabb szokásokat és azonosságokat, amelyek túlélnek a különböző korokat, megváltoznak, vagy éppen eltűnnek. Rövidebb időfolyamot tekintve egyes történéseink például azt állítják, hogy metrikus rendszerünk ahistorikus: a 19. század az első világháborúval ért véget. A kommunikációkutató számára a 20. század az elektronikus média megjelenésével kezdődött. A távíró az 1830-as években, az Atlanti-óceánt átszelő kábel 1866-ban, a telefon 1876-ban, a drótnélküli távíró 1895-ben, a rádió az 1910-es években, a televízió pedig 1923-ban jelent meg. Ám még abban az esetben is, ha maguk az események nem a naptári rendet követik, a metrikus rendszerbe vetett hit önmagában is műfajt teremthet: száz évvel ezelőtt a „fin-de-siècle” új művészeti és irodalmi stílust hívott életre. Az elmúlt évszázadokra visszatekintve komoly változásokat fedezhetünk fel találkozási, összejövetele, vélemény- és jelentés-cserélési szokásainkban. Változott a reprezentáció, az üzenetek kódolása, a hangok, szimbólumok, jelek és képek tárolása és terjesztése, valamint az a mód, ahogyan ezekből jelentéseket hozunk létre. E perspektívában szemlélve a tömegmédiá története igen sűrűnek látszik. Ha a nyomtatás átalakulását nézzük – amelyről már rendelkezünk ismeretekkel –, három forradalmi változást különböztethetünk meg: a nyomtatás európai felfedezését a 15. században, egy sor invenciót a 19. században, végül a nyomtatás komputerezését napjainkban. Az első tömegmédiám, a sajtó csupán a 19. század utolsó két évtizedében vált tömegessé, így az elmúlt 120 évben lehettünk tanúi a tömegmédiá térhódításának: az 1920-as években a rádió, az 1950-es években a rendszeres televíziós adások váltak domináns intézményes társadalmi gyakorlattá. Hihetetlen mértékben nőtt a fogyasztott, elvesztegetett és váltott üzenetek száma, csakúgy, mint a kommunikációban résztvevőké. Nőtt az üzenetek kibocsátói és befogadói közti térbeli és társadalmi távolság is. Egyre nagyobb és bonyolultabb az a hálózat, amelyet a visszacsatolt üzeneteknek be kell járnia. Szerintem a jövőben is a kommunikációban most folyó elektronikus forradalom folytatódására számíthatunk, és arra, hogy a társadalmi kommunikáció újabb és újabb módjai tárulnak fel, átalakítva a közösség mint geopolitikai entitás fogalmát. Számíthatunk a nyilvános kommunikáció fogyasztásának új formáira, de ne várjuk a nyomtatás végét, csak azt, hogy a médiában többé nem tölt be domináns szerepet. Mindez nagy hatást gyakorol majd a kommunikációs intézményeknek a társadalom egészében elfoglalt helyére. A tömegmédiá nem tűnik el, de valószínűleg elveszíti a mindennapi életben elfoglalt domináns szerepét.

A technológia technikán túli vonatkozásai

A technológia fogalma az ember és gép, gép és piac, ember és társadalom közötti komplex kapcsolatrendszerrel jelöli, amelyben a gépek használata hagyományos eljárásokkal és nézetekkel fonódik össze. A kommunikáció egy folyamat minden szintjén szerepet játszik: a technológiában, a társadalmi interakció szabályaiban, az egyéni felfogásban. Az, hogy a társadalom hogyan integrál magába különböző tevékenységeket, három alapvető hálózat –

az energia, a közlekedés és a kommunikáció – függvénye. E hálózatok egymástól is függenek, és bizonyos fokig kiválthatják egymást. A kommunikáció helyettesítheti a közlekedést, és energiát takaríthat meg – ám az emberek csak a legújabb korban váltak képessé arra, hogy utazás nélkül kommunikáljanak. Az üzenetet és a hírvivőt elektronikus úton továbbított képek és reprezentációk váltották fel.

A hatékonyabb kommunikáció hatékonyabbá teszi az ellenőrzést és a koordinációt. Ehhez az egyenleghez Max Weber szellemében James R. Beniger (1986) hozzáteszi a bürokráciát is. A hatékonyabb szervezeti mechanizmusok, bürokráciák, a terjesztést és – ennek részeként – a jobb kommunikációt szolgáló eszközök megelőzték az Egyesült Államokban az 1860-es években végbement ipari robbanást. Az ipari robbanás pedig a szervezés és a kommunikáció további fejlődéséhez vezetett. A nyílt társadalmakban a hatékonyabb kommunikációnak köszönhetően több és többféle ismert tény gyűjthetnek egybe és vethetnek össze az emberek, új tudássá ötvözve őket (Eisenstein 1979). Ily módon például az időjárás-előrejelzés és a környezet állapotának figyelemmel követése nagymértékben múlik azon is, hogy a különböző csatornákon és módszerekkel kommunikált tényeket hogyan koordinálják. Ugyanez áll a világunkról alkotott más holisztikus nézetekre és megfigyelésekre is. A nagy területek feletti kormányzás mindig is a bürokrácia és a hatékony infrastruktúra függvénye volt. Ez az oka annak, hogy Nyugat-Európa kormányai már a kezdet kezdetén igyekeztek a maguk számára fenntartani az új elektronikus médiumokat, betiltva engedély nélküli használatukat (Flichy 1995).

Az, hogy mit nevezünk forradalomnak, részben szemantikai kérdés. Hogy egy változást gyorsnak látunk-e, attól függ, hogy a méréshez milyen időszakot használunk, és hogy a társadalom mely szintjét vizsgáljuk. Kevés olyan technikai eszköz van, amely az egész világon hirtelen társadalmi változást idézett volna elő. Invenciók megjelenésére főként kedvező piaci körülmények között és olyan termelési környezetben számíthatunk, amelyben az újdonságok könnyen illeszkednek be a kiegészítő technológiák rendszerébe. Több évtizedes távlatban azt látjuk, hogy azok a technológiák maradtak fenn, amelyek a különböző társadalmak mindennapi tevékenységeinek szerves részévé váltak – ám ezt mindig egy olyan korszak előzte meg, amelyben használatuk még szórványos volt, alkalmazásuk módja pedig változó.

Makroszinten a kommunikációs infrastruktúrák határozzák meg, milyen szoros együttműködésben – és így milyen hatékonyan – dolgoznak a nemzetgazdaság különböző részei. James R. Beniger egyenesen úgy fogalmaz, hogy az: egy társadalom a különböző szinteken – a személyközitől a nemzetközi kapcsolatokig – milyen mértékben képes ellenőrzése alatt tartani a dolgokat, egyenes arányban áll információs technológiáinak fejlettségével (Beniger 1986: 8–9; kiemelés tőlem – S. H.).

Középszinten a kommunikációs technológiák tették rugalmasabbá az üzleti vállalkozások térbeli szerveződését és a várostervezést. Hagyományosan a közlekedés határozta meg az urbanizációt, ám a távírónak és különösen a telefonnak köszönhetően a várostervezés függetlenné vált a kommunikációs infrastruktúrától. A hatékony kommunikáció hatása kétirányú volt: egyaránt lehetővé tette a térbeli koncentrációt és a szakosodást, valamint az egyes vállalatok különböző egységeinek differenciálódását és szétszórását. „Úgy tűnik, a telefonnak köszönhetően az irodák már nem kötődnek helyhez, felszabadultak e kötődés jelentette korlátok alól. Az eredmény: az irodák a város külön kerületeiben csoportosultak” – írja Gottman (1977). A gyártó, raktározó és szállító részlegeket pedig az optimális helyszínre telepíthették. A nyomtatáshoz szükséges adatok műholdas átvitelének köszönhetően szétváltak a lapkészítés különböző folyamatai is. A kiadók nyomdáikat a hatékonyságot biztosító autópályák szomszédságában, a város szélén építik fel, miközben a szerkesztőség a belvárosban, a középületek és az információforrások közelében marad. A kommunikációs infrastruktúrák fejlődése az építészetre is hatást gyakorolt. Telefon nélkül nem épülhettek volna felhőkarcolók. Képzeld el, mennyi időt venne igénybe, ha egy üzenet átadásához előbb le kellene mennünk a lépcsőn, majd újra meg kellene másznunk az épületet.

Mikroszinten a technikai eszközöknek társadalmi jelentést kell kapniuk. Nem járt mindjárt használati utasítás is az új technológiákhoz. A telefont kezdetben műsorszolgáltatási eszköznek tekintették, és néha ekként is használták. Carolyn Marvin (1988) három olyan keretet különböztet meg, amelyben a 19. századi közönség elképzelte, és amelyhez alkalmazta a távíró és a telefont: az első saját testük, a második az ismert társadalmi kapcsolatokat jelentő szomszédság, a harmadik pedig az az ismeretlenekből álló közösség, amellyel az új médium összeköthette felhasználóját. Az új technikai eszközök használata során felmerülő problémákat a „próbáld ki, és ha nem működik, vedd el” elvét követve igyekeztek megoldani.

A média nyilvánvaló társadalmi vonatkozásai ellenére a médiakutatást – azóta, hogy mintegy 90 évvel ezelőtt kezdetét vette Németországban – egyfajta technológiai determinizmus jellemezte, ami annyiban jogos, hogy az üzeneteket létrehozó és terjesztő mesés gépek nélkül nem alakult volna ki a szó tágabb értelmében vett tömegmédiá. Az egyébként nyitott kérdés, hogy a tömegmédiá milyen szerepet játszott a 20. század történelmében – ám ezzel most nem foglalkozunk. Azok a modellek, amelyekkel a kommunikációkutatók igyekeztek leképezni a technológia kultúrára gyakorolt hatását, a leginkább a soha meg nem valósult anti-utópiákra és utópiákra emlékeztethetnek bennünket.

A technológiai determinizmus első számú prófétája természetesen Marshall McLuhan, aki *Understanding Media* (1964) című könyvében így fogalmazta meg a televíziós korszak jelmondatát: „Az üzenet maga a médium”. Ezzel arra utalt, hogy a televíziós technológia és a nagyközönségnek szóló műsorszolgáltatás átalakította a kultúráról alkotott elképzeléseinket: a kultúra azóta nem várt jelenségeket, prekategorikus benyomások sorát jelenti számunkra. *The Gutenberg Galaxy* (1962) című művében pedig a nyomtatott technológia és a kultúra egymásra gyakorolt hatásáról fogalmazott meg értékes észrevételeket. A narratívák lineáris tagolása és az érvek hierarchikus egymásra építkezése a könyvformátumnak köszönhető – állította. A narratív univerzumban mindig van első és utolsó fejezet, kezdet és ideiglenes vég, vannak az egyes eseteket meghatározó magasabb rendű szabályok, a történetet pedig valamilyen tanulság zárja le. Mindez szemben áll azzal a társadalmi valósággal, amelyet a televízió közvetít, és amelyben az események egyidejűleg történnek, különböző szándékok érvényesülnek, illetve az

események gyakran előreláthatatlan módon követik egymást, és nyilvánvalóan anélkül, hogy az adott keretek között lenne meghatározó kezdetük vagy végük. A televízió fragmentálja és diverzifikálja az észlelést.

McLuhan mestere, Harold Innis a kommunikációs technológiát tekintette a gazdasági és politikai uralom és centralizáció legfontosabb paraméterének. *Communication and Empire* (1950) című műve szerint a térbeli uralom az üzenetek létrehozásához, tárolásához és terjesztéséhez használt technológián múlik. Az egyiptomi királyságokat még a Nílus völgyéhez láncolták a kőbe vésett hieroglifák. A Római Birodalom minden korábnál nagyobb hódításában szerepet játszott a könnyű, utakon és gyors hajókon szállítható papiruszra vetett írás is. Az újkorban Oroszország Szibériában és Ázsiában meghódított területeit, illetve Amerika nyugati, a Csendes-óceán felé eső, kisajátított részeit a távíró és a vasút fogta össze. James Curran (1982) azt hangsúlyozza, hogy a nemzetközi, latinul beszélő papi hierarchiát maga mögött tudó katolikus egyház azért uralhatta a középkor vallási életét, mert monopóliumot élvezett a vallási szövegek létrehozásában és a Biblia értelmezésében. Herbert I. Schiller *Mass Communication and the American Empire* (1969) című munkájában a békés eszközökkel történő kulturális terjeszkedés világi és meglehetősen konspirációs változatát írja le, ezúttal a 20. századi amerikai kulturális imperializmusról szólva. Az egyik legértékesebb exportárúnak számító médiatermékeket agresszív eszközökkel, nemzetközi méretekben népszerűsítették – üzleti találékonyssággal és az Egyesült Államok politikai hatóságainak támogatásával.

E szerzők valamennyien az üzenet kibocsátójára összpontosítanak, és a kommunikáció ideológiai és térbeli dimenzióját hangsúlyozzák. A térben a politikai uralom alapja az, hogy a hatalom hogyan képes nagy területeket átfogó hálózatok és infrastruktúrák segítségével koordinálni a legkülönbözőbb tevékenységeket. Azáltal, hogy az ellenőrzésük alatt tartották azokat a forrásokat, amelyek az üzenetek szervezett fogadásában, létrehozásában és terjesztésében szerepet játszanak, az üzenetek kibocsátói könnyebben befolyásolhatták az emberekhez eljutó nézeteket is. Az üzenetek terjesztése feletti kizárólagos ellenőrzés lehetségesen úgy csökkent, ahogy nőtt a hálózatok teljessé válnya, miközben a felhasználható infrastruktúrák jelentősége tovább nőtt.

A nyomtatás első forradalma: a könyv és az újság születése

A fent leírt megközelítések mind hangnemükben, mind szándékukban különböznek Elizabeth Eisenstein *The Printing Press as an Agent of Change* (1979) című művének szemléletétől, amelynek fókuszában a nyomtatás 1450–1455 közötti felfedezése után megnövekedett információmennyiség áll. Szerinte nemcsak az üzenet létrehozóit jellemezte kezdeményezőkézség, találékonyság és kreativitás. A nyomdászok, kiadók, könyvtárosok és kézbesítők egyaránt az olvasók, írók, kutatók és tudósok szolgálatában álltak. Ahogy bővült a könyvek olvasóinak köre, a megnövekedett termelésnek köszönhetően olyannyira lement a könyvek ára, hogy a 16. század második felében a londoni kézművesek már egyetlen napi bérükből vehettek nyomtatott könyvet (Williams 1998: 12). A hozzáférhető információk bősége a gondolatok újjászervezését vonta maga után. A reneszánsz emberének látóköre túllépte a kolostorok másolóhelyiségeinek falait, és egészen az antikvitásig terjedt. A reformáció embere megtörte a katolikus egyház bibliaértelmezési monopóliumát és az egyéniség gondolatát átemelte a humanizmusból a vallásba. A 16. és a 17. században az új tudományok embere a könyvtárakban több információt talált, mint korábban bármikor, és ez alapján revidálta a csillagászatról, a természetéről és az emberi testről alkotott nézeteit – mégpedig a távcső és a mikroszkóp felfedezése előtt.

Két évszázaddal később már úgy látszott: a nyomtatás első forradalma arra sarkallta az embereket, hogy az ismeretlen sokszínűségekből új szintéziseket hozzanak létre. „A [szövegek] zárt világa korábban generációról generációra szállt; helyét ekkor egy nyitott végű keresési folyamat vette át, amely új és új határokat nyitott meg” – írja Eisenstein (1993: 259). E helyzet számtalan, Európa valamennyi részén megtalálható kis nyomda és a könyvárus nemzetközi hálózatának gyümölcse volt. Amellett, hogy régi könyveket és kéziratokat nyomtattak újra, fokozatosan olyan új címeket és szerkesztési módszereket fejlesztettek ki, amelyek a helyi és regionális piacok igényeinek is megfeleltek. Megváltoztak a formátumok, hogy a könyvek a magánkönyvtárakban is elérjenek. A kéziratok szerkesztői szabványosították a helyesírást, egyes nyelvjárások pedig máshol is létjogosultságot nyertek, bővítve a helyi piacokat – ilyen volt például a kulturális téren elismert firenzei dialektus, amely annak ellenére terjedt el, hogy a nyomdászok és a kiadók Velencében székeltek (Richardson 1996). A könyvek tematikája addig bővült, amíg a könyvkiadás legfőbb feladata már nem a vallási szövegek, hanem a kalendáriumok, kézikönyvek, szöveggyűjtemények, útleírások, történetek nyomtatása lett, közelebb hozva az olvasókat a világi dolgokhoz.

Az újságok kiadása egyszerre volt könnyebb és nehezebb, mint a könyvé. A könyvek közönsége az egész ország, néha „az egész világ” volt, az újságoknak viszont a helyi piacokon kellett rendszeres olvasókat találniuk, ami mind a lapkiadást, mind pedig a lapterjesztést nehéz feladatok elé állította. Az újságok elődei azok a rendszertelenül megjelenő nyomtatványok, hírlevelek, gúnyiratok, alkalmi kiadványok voltak, amelyeket megjelenésük után még hosszú időn keresztül széles körben terjesztettek. Számos kiadást és fordítást megéltek, míg végül eredeti megjelenésük helye és ideje is kétségessé vált. Bár e nyomtatványok azt állították magukról, hogy igaz történetekről szólnak, az emberek inkább a szórakozás kedvéért, mintsem hírként olvasták őket. Természetfeletti jelenségekről, kivégzésekről, háborúkról, boszorkányüldözésekről stb. szóló szenzációs, romantikus, kalandos vagy melodramai leírásokat tartalmaztak. A kiadóknak az jelentett nehézséget, hogyan szoktassanak a helyi piacokon elég nagyszámú olvasót a rendszeres olvasásra. Ehhez arra volt szükség, hogy előre ismert, állandó időközönként szállítsák az olvasnivalót. A rendszeres kiadás pedig elsősorban a hatékony infrastruktúra függvénye. A közlekedés egyaránt szerepet játszott abban, hogy az információt időben összegyűjtsék, és abban, hogy a nyomtatott lapot eljuttassák a fogyasztókhoz. A postaszolgálat Németországban a 16. század elején, Franciaországban 1576-ban, Angliában 1590-ben, Európa többi országában pedig a 17. században – Oroszországban 1630-ban, Svédországban 1636-ban, Norvégiában 1647-ben – indult. Ahogy a postaszolgálat rendszeressé vált, a postahivatal lett a hírek és pletykák központja is. A postamesterek kézzel írott hírleveleket vagy rendszeresen megjelenő nyomtatott újságokat adtak ki, mint például a fiatal Egyesült Államokban (Clark 1994).

A lapkiadás mellett függvénye volt annak is, hogy tudtak-e olvasni az emberek. A rendszeres olvasási szokások kialakulása időt vett igénybe; az olvasás csak a 19. század iparosodott országaiban vált tömegessé. Az olvasni tudás általános hiányát sokáig részben kompenzálta az a szokás, hogy az újságokat nyilvános helyeken – kávéházakban, vendéglőkben stb. – hangosan is felolvasták. Egy-egy eladott példányt pedig gyakran tízen vagy húszan is elolvastak.

A szóbeli vagy írott hírek szerveződésének módját a korai reneszánsz óta ismerjük: a nyilvános helyeken az emberek „sétáló újságírókkal” beszélhettek, illetve hozzáférhettek a különböző hírlevelekhez. A velencei Rialto hídnál gazette-nek nevezték azt a pénzérmét, amelyért különböző kereskedelmi híreket vásárolhattak. Joad Raymond (1996: 5) írja a 16. század Angliájáról szóló művében, hogy a hírek „meglepő sebességgel és pontossággal” jártak sajról sajra. A 15. század közepén Anglia földbirtokos nemességének már gyakran megvoltak a maga hírrói, akik rendszeresen beszámoltak a különböző pletykákról és az udvar híreiről. A francia irodalmi szalonoknak ugyancsak megvoltak a különböző városokban dolgozó összekötőik, akik egy párizsi irodának tettek jelentést, amely aztán a híreket írott formában juttatta el rendszeres olvasóikhoz.

Augsburgban az – európai királyi udvarok bankáraként működő és egészen Amerikáig érő kapcsolatokkal rendelkező – Fugger család kereskedővállalata a 15. század végén és a 16. század elején számtalan különböző információt gyűjtött be Európa különböző részein élő képviselőinek hálózatától. A mindennapi üzleti életből származó híreket más forrásokból származó információkkal is kiegészítették. Azokat, amelyeket nem használtak fel, a Fuggerek szakosodott hírlevelekben adták ki, és eljuttatták előfizetőik válogatott körének (Matthews 1959). A jelentések gyorsasága a postaszolgálat függvénye volt, ami azt jelentette, hogy a hírek Augsburgba néha a tulajdonképpeni eseményektől eltérő kronológiai rendben érkeztek. A távolságtól és a kapcsolatoktól függően a jelentésekben szereplő események hol régebben, hol a közelebbi múltban történtek. A spanyol armada 1588-as vereségének híre csak közel fél évvel később vált ismertté.

A kézzel írott és válogatott közönségnek szóló hírek hagyománya hosszú ideig azután is fennmaradt, hogy az első rendszeres újság, a Nieuwe Tydinghe 1605-ben a város elhúzódó ostroma alatt megjelent Antwerpenben. Az újságok lassú megjelenésének politikai okai is voltak. A politika és az ország ügyeinek nyílt megvitatását rendszerint tiltották; a politika az udvar és a nemesség kiváltsága volt. A közügyek nyilvános publikálása érdekeket sértett, és az esetek többségében szigorú cenzúrába ütközött. Ezért az újságokban szereplő hírek rendszerint külföldi lapokból átvett fordítások voltak (Wilke 1987). A közügyekhez fűzött kommentárok először azokban az országokban jelentek meg, ahol a cenzúra egy ideig nem működött, mint például a 17. század eleji Angliában (Raymond 1996). Az újságok a belföldi hírekről először a bizonytalan, polgárháborús politikai helyzetben számoltak be. A különböző kormányok és uralkodók a nyílt cenzúra mellett gyakran folyamodtak a szerkesztők és kiadók megvesztegetéséhez vagy felbélrléséhez is.

A rendszeres hírek sajátos idő-tér keretet állítottak fel, és a történelem új dimenzióit tárták az egyszerű olvasó elé. Az idő könnyebben strukturálhatóvá vált annak függvényében, hogy kisebb vagy nagyobb jelentőségű esemény volt-e várható. Az, hogy az olvasók egyidejűleg olvashatták ugyanazt a történetet, az együttlét és a társaság élményét nyújtotta nekik. A belátható jövőben ismertté váló és hírek formájában megjeleníthető eseménysorok önmagukat magyarázták (Sommerville 1996). Ugyanez az oka annak is, hogy a történetek sajátos szerkezetet vettek fel: szükségtelenné váltak a hosszú bevezetők, míg maga az esemény és körülményei fontosabbak lettek. Az egymáshoz nem kapcsolódó hírnarratívák (news stories) sokasága azt jelezte, hogy a közös idő fogalmát az egyes történetek egymásra következése és folyamatos változása határozta meg.

Az újságoknak köszönhetően a történetmesélés is nagyobb közönséget érhetett el, ami új lehetőségeket kínált a fordítóknak, firkászoknak, az irodalom napszámosainak. A nyomdászok nemcsak gazdasági okokból voltak kiszolgáltatva a szabadúszóknak, hanem azért is, mert azok könnyen börtönbe kerültek vagy ennél is súlyosabb büntetéssel kellett szembenézniük, valahányszor a hatalomra nézve kedvezőtlen véleményt írtak le – ami könnyen megesett a politikailag nyugtalan időkben. Az írók is bizonytalan piacon dolgoztak, és az elérhető csatornák által felkínált lehetőségekkel kellett beérniük. Mai szemmel nézve zavaros volt az irodalom és az újságírás közti határvonal. A hagyományos mesélés, az irodalmi stílusok és az újságírás közti különbségek egészen a 19. század végéig homályosak voltak. Az olyan irodalmárok, mint például Daniel Defoe időnként újságcikként, máskor regényként vagy balladaként tálalták munkáikat a különböző lapokban (West 1997). Az olyan nagyvárosokban, mint London, a szabadúszók egymást támogatva dolgoztak a város szélén lévő Grub Streeten (Rogers 1972), vagy kávéházakban és éttermekben találkoztak a kiadókkal, nyomdászokkal, időnként a hirdetőik érdekeit képviselő könyvtárosokkal, hogy megbeszéljék a következő kiadás terveit. A rendszeres munkában alkalmazott újságírók nagyobb számban csak a 19. század második felében jelentek meg, míg az irodalmárok – Charles Dickens, Honoré de Balzac, Mark Twain, August Strindberg, Anton Csehov – elhagyták az újságírói pályát.

A nyomtatás második forradalma: a tömegpiac megszervezése

A Gutenberg-féle kézinymda és működési elvei 350 éven keresztül, egészen a 19. század elejéig szinte változatlanok maradtak. Ekkor a kézinymda már néha acélból készült, és kiegészült a nyomást – és így a nyomtatás minőségét – javító emeltyűkkel, ám a termelés mennyisége még így is csak a korábbi három-négyszerese volt. A rotációs nyomdagép megalkotásához szükséges elvek többségét tulajdonképpen már a 18. században ismerték, csak éppen a legszükségesebb részletek – az acél és a gőz – hiányoztak. 1814-ben a londoni The Times volt az első lap, amely gőzsajtó segítségével óránként 500 példányra növelte a termelést. Ez volt az első lépés azon a hosszú fejlődési úton, amely a század derekán a fapépból készült végtelen papír gyártásával és a betűszedés gépesítésével folytatódott, végül 1886-ban Mergentallerrel és sorszedőgéppel ért véget. A század végére a nyomdák kapacitása elérte az óránkénti százezer példányt, egyes New York-i lapok napi egymillió példányt értékesítettek. Az újságok ára a nyomtatás nagyobb hatékonyságának és csökkenő árának köszönhetően sokat esett. Ez pedig azzal járt, hogy megugrott a fogyasztás, különösen az úgynevezett második ipari forradalom

idején, 1880 és 1920 között; ezt volt a hagyományos kapitalizmusból a – rögzített árakkal, tömegesen gyártott, hirdethető fogyasztói javakkal jellemzett – szervezett kapitalizmusba való átmenet korszaka.

E században a nyomtatás alapelemei nem sokat változtak, mert teljesítménye elérte azt az optimális mértéket, amely már megfelelt a kiadók igényeinek. Nem volt piac gyökeresen új és költséges invenciókra, csupán kisebb újításokra. Ezzel szemben az elektronikus kommunikáció mind sebességét, mind volumenét tekintve forradalmi változásokon ment keresztül, és így a híreket nagy távolságokra lehetett továbbítani. A bővülő piac valamennyi lehetőségének kiaknázása érdekében a szerkesztőknek különböző társadalmi és politikai csoportokhoz tartozó olvasók figyelmét kellett egyszerre elnyerniük, és olyan terméket kellett előállítaniuk, amely népszerű volt anélkül, hogy bárki nemtetszését kiváltotta volna. Az efféle konszenzusteremtési kísérlet ritkán aratott osztatlan sikert, sőt – valahányszor konfliktusok polarizálták a társadalmat – szinte képtelenség bizonyult.

Természetesnek látszik, hogy az Egyesült Államok vált a nyomtatás fejlesztéséért folyó verseny és az új újságírási formák kikísérletezésének bölcsőjévé. Amerikában korán kialakult a világ legnagyobb piaca, ennek pedig számos oka volt. A 19. században már többen éltek itt, mint bármelyik európai országban. Gyorsan növekedett a fogyasztói termékek ipara, ami már a század közepén prosperáló hirdetőipar kialakulásához vezetett. „A tömeges lapkiadás mechanikus és szervezeti infrastruktúrájának fejlődésével párhuzamosan kialakult egy olyan új infrastruktúra is, amelynek célja a fogyasztás tömeges felügyelete volt az országos hirdetési és piaci visszajelzések alapján” (Beniger 1986: 273). Ennél is fontosabb azonban, hogy az Egyesült Államokban nyílt, demokratikus társadalom alakult ki, amely a szólásszabadság terén nagyobb hagyományokkal rendelkezett, mint a legtöbb ország. Ugyanakkor a bevándorlás miatt kulturálisan, a vasútnak köszönhetően létrejövő számos új település miatt pedig földrajzilag is tagolt volt. A földrajzi és gazdasági terjeszkedés érdekében ezért az országnak hatékonyabb társadalmi kommunikációra volt szüksége, és kifejlesztette az ehhez szükséges eszközöket.

Technológia és üzlet összedolgozott az újságírással, megteremtve a „hírparadigmát” (news paradigm) és azokat az illusztrációs technológiákat, amelyeknek köszönhetően a lapok teljesen másként néztek ki, mint a 19. század elején. A személyekről, cselekedetekről és eseményekről készült beszámolók között azok hódítottak teret, amelyeket elkötelezetlen hangnemben írtak meg, miközben a kommentárokat és véleményeket elválasztották a tényleírásoktól, jelentőségük pedig csökkent. Az „új újságírás” (new journalism) – ahogyan ekkoriban nevezték – szükségessé tette azt is, hogy a korábbinál jóval több újságíró alkalmazzanak a hírek begyűjtésére. Az újságírás főállássá vált, megtéve ezzel a döntő lépést a társadalmi elismertséghez és a professzionalizálódáshoz vezető úton (Schudson 1978). A nagy munkahelyeken főállásban dolgozó alkalmazottak létrehozták a szakmai alapon szerveződő szakszervezeteket. Ugyanennek a folyamatnak a részeként az újságírók függetlensége megnőtt mind a hírforrásokkal, mind – kisebb-nagyobb mértékben – munkáltatóikkal szemben. Egyénként azonban egyre jobban függtek a hierarchiáktól és a szervezési folyamatoktól (Hoyer & Lauk 1998). Az újságírók „hírgyárakba” (news factories) való szervezését gyakran jellemzik kollektív professzionalizálódásként, néha az újságírók proletarizálódásként (Hardt & Brennen 1995).

Az objektivitás és a hírparadigma lett a professzionális amerikai újságírás védjegye (Schudson 1990). A hírparadigma több, egymással is összefüggő újságírói technikából áll. Ilyen az információgyűjtésre használt hírinterjú, a beszámolók kiegyensúlyozottsága és objektivitása, valamint a tények sűrítésén alapuló „fordított piramis”-technika alkalmazása az események bemutatása során. Mindezek eredménye az „omnibusz újság” volt, amely a legkülönbözőbb olvasók igényeit elégítette ki. A hírinterjú az 1860-as és 1870-es években terjedt el az amerikai újságírásban. Michael Schudson (1994) kifejezésével élve: ez volt a legfontosabb olyan újítás (invention) vagy közmegegyezés (convention), amely az újságírók kezébe adta a hírnapirend megszabásának felelősségét. Az interjú olyan helyzetet teremt, amelyben a megkérdezett anélkül érzi kötelességének válaszolni a kérdésekre, hogy az újságíró feltétlenül pszichológiailag is érintett lenne az ügyben, hiszen kérdéseit a nagyközönség nevében teszi fel – ami nagy különbség a mindennapi beszédhelyzetekhez képest.

A hírgyűjtés e formája mögött rejlő jogos erkölcsi nyomást megnöveli az, ha az újságok függetlenek és kevésbé pártosak. Az objektivitás úgy biztosítható, ha az újságíró egy-egy esemény kapcsán több különböző forrást és szakértőt vesz igénybe, és megszólaltatja az ügyben érintett összes felet. Az újságíró nemigen vállalt felelősséget így létrehozott írásai tartalmáért, azok igazságtartalmát a szakértőkre bízta, maga pedig felelős narrátorként kívülálló maradt. E stratégiát jellemezték „konfliktuskezelésként” is, megkülönböztetendően például a pártos újságírásétól. Ez a nagyobb példányszám és több olvasó elérése érdekében alkalmazott stratégia a legkisebb közös nevező elvén alapul. A kiválasztott témáknak és a kínálatnak a lehető legszélesebb közönséget kell megszólítaniuk, még akkor is, ha ez esetben senki nem kapja meg pontosan azt, amire vágyik. E módszer nyomán a beszámolók színtelenebbé válnak, mellőzik az egyéni stílust és a szubjektív vonásokat. A hírek bemutatása során alkalmazott fordított piramis-technika szakít a mesélés bevett hagyományaival: a következményeket és az időrendben utolsó eseményt veszi a címbe és a címmondatba, felrúgva a kronológiai rendet és kioltva a belőle származó feszültséget – ám a ténytészerűség ízét adva a narratívához.

A fejlődés persze nem volt olyan egyenes vonalú, ahogy itt leírtuk. A régi pártsajtó is fennmaradt egy ideig, bár a tényfeltáró újságírás időnként már átvette a régi iskolát követő pártosság helyét. Prosperált a szenzációhajhász bulvársajtó is – igaz, a „sárga” lapok a piacon inkább esti kiadásként, másodlagos olvasmányként találtak helyet maguknak.

Miután a lapok rátaláltak a különböző kultúrájú és véleményű olvasókat egyformán megszólító semleges hírszövegformátumra, megnőtt a példányszámuk, új beruházásokat eszközöltek, és újjászerveződtek tulajdonviszonyaik: láncolatokat, hálózatokat, médiabirodalmakat, végül nemzetközi konglomerátumokat hoztak létre. A piaci koncentráció dinamikáját jól ismerik az ipari és a poszt-indusztriális társadalmak. A terjesztés, a hirdetések, a tartalmak egy-egy kézben való összpontosulása a verseny intenzitásának csökkenéséhez vezetett. Néhány évtizeddel később mindenütt kialakultak azok a helyi monopóliumok, amelyeket a nagyvárosokban székelő

médiakonglomerátumok irányítottak, egyszerre tartva felügyeletük alatt a könyv-, magazin- és napilapkiadást, a filmet és a földfelszínen vagy kábelen továbbított műsorokat sugárzó televíziókat.

A lapok mind az újságírás, mind a gyártási lehetőségek szempontjából igen változékony termékek, így a nagyvárosi piacokon kívül meglepően jól alkalmazkodtak a helyi kulturális és politikai körülményekhez. Ezért legfeljebb gazdasági okai lehetnek annak, hogy az amerikai üzleti módszereket világszerte követni igyekeztek. A koncentrációt valószínűleg a hirdetőik siettették a legjobban, mert olyan hatékony kommunikációs csatornákat kerestek, amelyek az egész vásárlóképes közönséget elérik. Jónéhány évtizedbe telt, míg az amerikai modell meghódította a világot: ez csak a 20. század második felében történt meg, átalakítva a legtöbb érett médiarendszer szerkezetét (Communications 22/1997).

A koncentráció sebességét magától értetődően politikai konfliktusok is befolyásolták. Nyilvánvaló, hogy feszültség van az „objektív” közvetítőként működő újságok és a specifikus érdekeket közvetítő orgánumok között. Súlyos konfliktusok idején a politikai kérdésekről való objektív tudósítás gyanússá vagy éppen lehetetlenné válik. A többpártrendszerű országokban – például Skandináviában –, amelyekben a társadalmi rétegek politikai választóvonalak mentén szerveződtek, a koncentráció lassabb volt, mint a kétpártrendszerűekben. E különbség tovább nőtt egyes történelmi fejlemények – különösen a pártok és a pártlapok 19. század végén történt megsokszorozódása – miatt (Høyer 1975). Az amerikai új újságírás európai elterjedésének kezdete Dániában például 1905-re, Svédországban 1908-ra, Norvégiában körülbelül 1925-re, Franciaországban pedig az 1930-as évekre tehető (Marzloff 1982; Chalaby 1996). A piac politikai tagoltsága késleltette a hírparadigma térhódítását. Skandináviában a pártokhoz nem kötődő sajtótermékek csak az 1970-es években vették át a vezető szerepet – ennek oka részint az elkötelezetlen közszolgálati televízió volt, amely az 1960-as évektől kezdve madártávlatból szemlélte az ország politikáját.

Míg a piac koncentrációja még ellentmondásosabbá tette az elkötelezett lapok létezését, a sajtó mint társadalmi intézmény potenciális hatalma megnőtt. Ahogy csökkent a sajtótermékek száma, kívülállóknak mind nehezebben szólíthatták meg a nagyközönséget. A médianapirend meghatározása a nyílt társadalmakban a szerkesztők és az újságírók kiváltsága, ami a figyelem központjában álló újságírók kezében van. A nagy médiumot képviselő és nagy nyilvánosságot elérő újságíró több együttműködésre számíthat az információforrásoktól, mint a kis médiumok újságírói. Azt, hogy végül milyen képet közvetít a valóságról, a forrásokkal folytatott tárgyalások döntik el, valamint az, hogy a pártok mennyire képesek az ellenőrzésük alatt tartani az újságírókhoz eljuttatott adatokat és információkat. Paradox módon tehát valamelyest csökkent az a hatás, amelyet a média az egyes döntések kimenetelére gyakorol, miközben a társadalomról és a kormányról alkotott képre való potenciális befolyása lényegesen megnőtt – márpedig hosszú távon ez utóbbi a fontosabb.

A tömegtermelő média gazdaságtana

Visszatekintve azt látjuk, hogy a nyomtatásban végbement két forradalom nagymértékben eltért a terjesztésre és az elosztásra gyakorolt hatásában. Az első megtörte a kolostori könyvmásoldók virtuális monopóliumát, és rövid idő alatt szinte a végtelenségig növelte a könyvkiadók és nyomdák számát. A második a nyomtatás sebességét korábban ismeretlen mértékben emelte, ám ennek az volt az ára, hogy nagy összegeket investáljanak a gépparkba, ami hosszabb távon a verseny intenzitásának csökkenését vonta maga után, így végül csökkent a független nyomdák száma.

A sajtó iparosodása kockázatokat rejtett magában. Azzal járhatott, hogy az újságírás feletti ellenőrzés végső soron a sajtóbárók, fuzionált nagyvállalatok kezébe kerül. Ezek azt is megengedhették maguknak, hogy a későbbi nagy profit érdekében egy ideig sok pénzt veszítsenek. Így a tömegtermelés és -értékesítés gazdaságtana néha több hatalmat adott a szerkesztőnek és a kiadónak, mint az üzenet létrehozójának. A példányok százezreinek értékesítése fontosabbá vált, mint a minőségi tartalom. A szűkös forrást immár a termelő- és elosztóeszközök jelentették, nem az üzenet. A tudás és a véleményalkotás képessége már nem volt elég a köz figyelmének elnyeréséhez; a lényeg a média infrastruktúrája feletti ellenőrzés lett. A hírügynökségek jobb szolgáltatásainak, a jobb postaszolgáltatásnak és a nagyobb terjesztési területnek köszönhetően bővült a rendszeres beszállóknak megjelenő események köre. Úgy tartják, a helyi időt a vasúttársaságok standardizálták azzal, hogy bevezették az országos menetrendet. A zónaidőt, a Greenwich-i nulladik hosszúsági fokot és a Nemzetközi Dátumhatárt 1884-ben vezették be. Ugyanakkor az események egyidejűsítésében tagadhatatlanul szerepet játszott az is, hogy a távíró a híreket az egész világnak továbbította. Mindezek eredményeként megváltozott az újságírók szerepe is: ők lettek a szimbólumok és információk közvetítői az ismeretlen világ és az ismert közösség között, amely utóbbinak – olvasóikhoz hasonlóan – maguk is tagjai voltak (Ekecrantz & Olsson 1994: 98–99). Időnként azonban a lapterjesztés olyan széles körűvé vált, hogy az újságírók eltávolodtak olvasóiktól.

Az újságok tömeges előállítása annak idején világos és azonnali hatást gyakorolt a kiadói piac szerkezetére: a nyomtatás első forradalmának tipikus jegye volt a kifejezési módok és lapformák sokszínűsége és változatossága. A nyomtatás második forradalma után e sokszínűség jól körülírható piaci szektorokba – a könyvkiadásba, a folyóiratkiadásba és a lapkiadásba – szerveződött, és e szektoroknak megvolt a maguk tipikus retorikája. A rotációs nyomdát a nagy példányszámban nyomott újságokhoz, nem a könyvekhez fejlesztették ki. Így vált az újságírás az irodalom talán legsajátosabb és legnépszerűbb formájává. E népszerűség ugyanakkor függött a hirdetésektől is, amelyek az eladott példányok utáni bevétel közel felét tették ki.

Kezdetben az elektronikus médiában is a technológia jelentette a „szűk keresztmetszetet”: itt az elérhető frekvenciák szűkösége volt az oka annak, hogy egyidejűleg csak néhányan küldhettek üzenetet. Az elektronikus média piacának szabályozása a rádiózásban több mint negyven éven át általános volt, egészen az 1960-as évekig, amikor használatba vették az FM hullámsávot. A televíziózásban hasonló volt a helyzet a kábeltévé 1970-es és 1980-as években történt elterjedéséig, illetve a műholdas sugárzás 1990-es években való megvalósulásáig; ekkor kezdődött a piac deregulációja. A digitális sugárzás azt ígéri, hogy a műsorszolgáltatás a jövőben még sokszínűbbé

válik. Megsokszorozódott a műsorszolgáltatók és a csatornák száma, információs túlterhelést (information overload) okozva: az átlagos felhasználó a nap legtöbb órájában húsz és száz műsor közül választhat. A nyomtatott sajtóban a komputer-technológia megjelenése csökkentette a termelési költségeket: a könyvkiadás bizonyos fokig decentralizálódott, a réteglapok túléltek a versenyt, és a különféle hírlevelek új „konyhaipara” lépett a nyilvánosság elé.

A hagyományos médiacsatornák számának megsokszorozódása és a kínálat bővülése oly mértékben fragmentálta a közönséget, hogy ma már egyetlen médium sem képviseli a többséget. A média inkább különböző igényeket kielégítő csatornákat jelent, mintsem közös értelmezési keretet. Az emberek már nem beszélgethetnek arról, hogy mi van a tévében, a rádióban vagy az újságban olyan könnyen, mint régebben. És bár a médiapiacokra való belépési küszöb ma alacsonyabb, a nagyközönség figyelmének elnyerése pedig nehezebb, a piac általános szerkezetének egyes sajátosságai mégis változatlanul fennmaradtak – főként a hirdetési bevételek koncentrációja miatt, valamint azért, mert a médiaszokásokat nehéz megváltoztatni: sokan ma is a közös hírforrásokat követik figyelemmel. Az, hogy a közönség közügyeknek szentelt figyelme valóban csökken-e, függ az újságírók társadalmi státusától is: ha nemcsak a közölt tényekért, de egyes közösségi értékekért is felelősséget vállalnak, pozíciójuk kivívhatja azt a figyelmet, amely nélkül a média nem maradhatna a közügyek legfontosabb fóruma.

Médiafüzió, avagy a globális hálózatok létrejötte

Az üzenetek küldőjének hatalma a tömegmédiában azon a szűk keresztmetszeten alapult, amelyet a megnövelt gyártási teljesítmény ára jelentett. Az újságok tömegtermelésének költségei, a telefonhálózat korlátozott teljesítménye vagy a rádió- és televízió-frekvenciák szűkössége szinte gazdasági szükségszerűvé tette azt, hogy a csatornák és a szolgáltatók száma korlátozott maradjon. A küldő szervezetek bonyolultsága együtt nőtt a hírek mennyiségének és sokszínűségének emelkedésével. A befogadók nem voltak birtokában e szervezetek képességeinek, így csökkent a hírek terjesztésére gyakorolt befolyásuk, ami a fentről lefelé tartó egyirányú kommunikáció térnyerésének kedvezett. A közönség csak nagyon korlátozott és közvetett módon jelezhetett vissza a szerkesztőknek és az újságíróknak. Ugyanakkor a köz figyelmének ára az elérhető közönség létszámához képest viszonylag alacsony lett. A kommunikáció új, eljövendő formájában, amelynek már látjuk a körvonalait, megnő az alternatív kommunikációs csatornák és lehetőségek súlya, a különböző tevékenységek összehangolása pedig nehezebbé válik.

A kommunikáció régi formája megnövelte a kultúrában és a politikában működő centripetális erőket. A tömegmédiához nagy piacok kellettek. A média fokozatos térnyerése egységesítette a nyelvet és a helyesírást. A szabványnyelv a politikai hatalom és a tömegkommunikáció modern eszközeinek köszönhetően, helyi nyelvjárásokból alakult ki. Alapját sokszor a fővárosban használt dialektus jelentette: Angliában a londoni, Oroszországban a moszkvai, Franciaországban a párizsi stb. A 18. század végének Európájában, a nyomtatás második forradalmának hajnalán szinte egyáltalán nem voltak a szó mai értelmében vett nemzetek. Helyettük mintegy 330 különböző országra, városra és autonóm területre oszlott a földrész. Az 1789-es francia forradalom idején a mai Franciaország határain belül élő lakosság több mint felének más volt az anyanyelve, mint a francia: a flamand, a breton, a korzikai, a dél-francia, a katalán, a baszk. A „francia nemzet” eszméje általában ismeretlen volt. A nemzet létrejötte részben a következő két évszázadban intenzívebbé váló kommunikáció és utazás eredménye.

A kommunikációs eszközök új konfigurációja – mai ismereteink szerint – már a közeli jövőben decentralizálja a kommunikációt, úgy földrajzi, mint szervezeti értelemben. A kommunikációs rendszereknek immár nem kell egyetlen földrajzi pont felé konvergálniuk annak érdekében, hogy az üzenetet tömegesen állíthassák elő. És a szervezeti piramis csúcsa felé sem kell konvergálniuk ahhoz, hogy bonyolult nemzetközi üzleti vállalkozásokat irányítsanak: elég, ha a munka elvégzéséhez szükséges információ a szervezet megfelelő szintjét járja be. A nagyvállalatok már ma felállítják saját, intranetnek nevezett hálózataikat, amelyek összekötik a világ különböző részein lévő leányvállalataikat és egységeiket, vagy közelebb hozzák utazó képviselőiket a központi székhelyhez. Ez általában felgyorsítja majd a döntéshozatalt, és kiiktatja az utasítási és kommunikációs lánc számos elemét. Mivel az alkalmazottak közvetlenül hozzáférhetnek a vállalati adatbázishoz, ritkábban szorulnak majd az email, a telex és más, még elavultabb kommunikációs eszközök használatára. Tágabb történelmi kontextusban szemlélve e fejlemény a korábbi kommunikációs forradalmak egyik, némileg gyengébb, hosszú távú hatására emlékeztethet bennünket: a kommunikációs csomópontok és kapuőrök száma éppúgy a többszörösére nő, mint az elérhető információ mennyisége, mert feltárulnak a tudás új szintéziseinek és újrendezésének lehetőségei, kiszorítva a tudás és a hit korábbi rendszereit. E fejlemény nem korlátozódik földrajzilag jól körülhatárolható helyekre. A nemzetközi tudományos közösségekben már évtizedek óta működésben van ez a kommunikációt gyorsító tényező. A publikációk hagyományos csatornáin és az egyetemeken szorosan együttműködő kollégák közti kommunikáció mellett az internetre feltett adatbankok a tudományos felfedezéseket már rögtön azután nemzetközileg ismertté teszik, hogy a laboratóriumi munka véget ért. Az információkhoz való decentralizált hozzáférés valószínűleg már a közeljövőben számos más szakmai hálózatnak is része lesz.

Több olyan hírszolgáltatást, amelyről korábban csak álmotunk, már most vagy a közeljövőben magánfogyasztók is igénybe vehetnek. A telefont számos új dologra használhatjuk, például adatbankoktól kaphatunk egyszerű válaszokat. Vagy rákapcsolhatjuk a telexet, a mobiltelefont személyi számítógépünkre, az internetre, és más, hamarosan széles körben hozzáférhető professzionális kommunikációs szolgáltatásokra. Az olyan technológiák, mint a műhold, a digitalizálás, a tömörítés és a jelek elkülönítése, a kontinensközi száloptikás kábel stb. lehetővé teszik a legkülönbözőbb médiatartalmak egyidejű és gyors átvitelét. A teljesítményhez képest nagymértékben csökkent az adatátvitel költsége és ára. A jó öreg telefon, amely egykor természetes és stabil monopolhelyzetben volt, ma a kommunikációs ipar leggyorsabban terjeszkedő versenypiacára. Az új lehetőségek világszerte emberek milliói számára végtelen számú adatbázishoz és információs hálózathoz kínálnak hozzáférést. Együttal

megkönnyítik, hogy mindazok, akik megengedhetik maguknak, egyszerre legyenek aktív felhasználók és üzenetek kibocsátói. Egyelőre azonban az internetet nem használják arra, hogy tömegekhez juttassanak el üzeneteket. Pillanatnyilag a tömegmédiá sokkal hatékonyabb és könnyebben használható úgy az üzenet kibocsátója, mint befogadója szempontjából – feltéve, hogy tömeges közönséget ér el.

Összegezve: a most folyó kommunikációs forradalomnak két alapja van. A roppant költséges, összetett és megsokszorozódott teljesítményű globális hálózatok és az egymással versengő, kétirányú kommunikációt biztosító vagy az egyes kibocsátót több befogadóval összekötő szolgáltatók. Egy ismeretlen nagyságú közönség megszólításának költségeit hamarosan a középosztály is megengedheti magának. Miközben egyre könnyebbé válik egy-egy üzenet kibocsátása, a fellelhető válaszok hiánya hamarosan új Babel Tornyává teheti az internetet. Összehasonlítva a korábbi kommunikációs forradalmakkal, a mai helyzet paradoxnak látszik: miközben mind több információ begyűjtésének lehetőségét nyújtja, tovább fragmentálja a közönség figyelmét, így elősegíti az információs káoszt. Egy-egy specifikus közönség elérése viszonylag olcsó lesz, feltéve, hogy tagjait érdeklődési körük és tevékenységük egyazon adatbank köré szervezi. Eközben a nagyközönség elérésének költsége lényegesen megnő. Ez hosszabb távon csökkenti a mai tömegmédiában működő centripetális erőket, és kedvez a jól szervezett kisebbségi érdekeknek. A hatalom egy részét elvonja a központi hatóságoktól, és átadja a magán- és közszervezeteknek. A hálózatok utat nyitnak mindazoknak, akik így kívánják megkerülni a cenzúrát és átlépni a régi társadalmi státus-határokat. A tranzakciók mennyisége már ma olyan nagy, hogy a hatalmas intézményi szereplők akkor sem képesek felügyelni, ha akarják.

A gazdasági és pénzügyi elithez hasonló, kiváltságos csoportok befolyása az államhoz képest már most megnőtt a globális hálózatok használatának köszönhetően. A nemzetközi pénzügyi szektorban végbemenő tranzakciók száma és a világot körbejáró „pénz” összege jóval magasabb annál, amivel szemben a legtöbb nemzeti bank válság esetén megóvhatná országát valutáját. E hálózatok működtetéséhez egyaránt szükség van szaktudásra és tőkére. Ahhoz, hogy valaki részt vegyen a Globális Hálózat munkájában, a pénzügyi piacokon kívül is „kulturális tőkével” kell rendelkeznie – ez pedig nem mindenkinek adatott meg. A siker érdekében, vagyis ahhoz, hogy pénzét bölcsen fektethesse be és az új kommunikációs technológiát hatékonyan használhassa, ugyanazt a nyelvet kell beszélnie, mint amelyet a közönsége beszél. Olyan gondolatok és terminológia határain belül kell mozognia, amelyeket befogadói is ismernek, a „valóságról” alkotott közös nézetekre és közös értelmezési keretekre kell hivatkoznia, új vagy hasznos mondanivalóval kell rendelkeznie, üzeneteit pedig érthető és érdekes módon kell terjesztenie. A szakértőknek, szakembereknek az új technológia alkalmazása nem jelent ekkora gondot, mert a hálózatok – igaz, primitívebb kommunikációs eszközökkel – már évtizedek óta, nemzetközi méretekben működnek. Az elektronikus hálózatokat nem használó, kevésbé jól szervezett csoportok kezdetben biztosan kevésbé profitálnak az új kommunikációs technológia megjelenéséből, és később is könnyen lemaradhatnak. A technológiai fejlődés egészét tekintve a kommunikációs eszközökhöz hozzáférőket és hozzá nem férőket elválasztó szakadék egy ideig tovább mélyül. Hosszabb távon azonban a bonyolult nemzetközi kereskedelem ellenőrzése könnyebb lesz az új kommunikációs technológiák segítségével, ami bizonyos fokig éppen a fejlődő országoknak kedvez. E problémák zöme régi dichotómiák emlékét idézi fel: technológia kontra társadalom, tömegkommunikáció kontra kultúra – olyan feltételezett antagonisztikus ellentétek ezek, amelyeket a Frankfurter Iskola képviselői kritikus írásaikban részletesen elemeztek. Amint az Olvasó is bizonyára észrevette, ezzel megint visszakanyarodunk azokhoz a kérdésekhez, amelyeket a tömegmédiá megjelenése vetett fel a 20. század elején.

A média jövője?

A 20. század a tömegmédiáé volt. Azt, hogy a 21. században milyen lesz a média, nehéz elképzelni. Az a sokk, amelyet majd akkor élünk át, ha azt látjuk, hogy a ma hétköznapi médiája a múlt relikviájává válik, újra a legalapvetőbb kérdéseket veti majd fel. Mennyire tesznek bennünket sebezhetővé a kommunikációs környezetünkben beálló változások? Előre tekintve egymás mellett látjuk a védett életvilágok képeit és a cybertér szép új világában mozgó hajléktalanokat. Hogyan élünk majd, hogyan viszonyulunk egymáshoz, hogyan érintkezünk egymással akkor, amikor az elektronikus hálózatokon végzett interakciók napi tevékenységünk szerves részévé válnak? Vajon a tömegmédiához hasonlóan az internet is kiegyenlíti-e a társadalmi egyenlőtlenségeket azáltal, hogy korlátozza az érzékeinkkel begyűjtött tapasztalatok jelentőségét? Vagy pszichológiai értelemben beleolvadunk a saját világunkba, anélkül, hogy megvolna a magunk helye vagy városa, és így megszűnünk társadalmi és politikai emberként létezni? Többféle forgatókönyv lehetséges; közülük nem egy ijesztő.

Meggyőződésem, hogy a szóbeli kommunikáció e forgatókönyvek egyike szerint sem változik. Többségünk családi életét a jövőben is egy fix pont köré szervezi, és továbbra is szükségünk lesz arra, hogy – úgy pszichológiai, mint földrajzi értelemben – legyen olyasvalaki a közelünkben, akit megérinthezünk és akire ránézhetünk. Mindaddig, amíg a család és a hasonló intézmények fenntartásához szükség van a különböző tevékenységeket koordináló társadalmi rendszerekre, lesznek politikai egységek és szervezetek, amelyek földrajzi határokkal bírnak és koncentrikusan szerveződnek, nevezzük őket nemzetnek, régióknak vagy kerületnek.

Mielőtt bemerészkednénk elképzelt és csak körvonalaiiban ismert jövőnkbe, bízzuk magunkat a történelemre és arra a tényre, hogy a társadalom egészét érintő változások bonyolultak és több időt vesznek igénybe, mint váránk. A technológiai invenciót követniük kell azoknak a társadalmi invencióknak, amelyek nélkül az új technológia nem működhetne hatékonyan a mindennapokban. Ha van a történelemnek egyáltalán tanulsága, akkor az az, hogy az emberek nem az egyik napról a másikra mondanak le bevett szokásaikról. A változásokat sok tekintetben a társadalmi szerződésekhez hasonlíthatjuk. A mediaszokásokat sem változtathatjuk meg anélkül, hogy valamilyen társadalmi veszteséget ne szenvedjünk el, legyen bár e veszteség az, hogy nem ismerjük meg a közösség társadalmi életének egyes lehetőségeit, az, hogy nem tudjuk koordinálni a társadalom bizonyos ügyeit, vagy az, hogy le kell mondanunk néhány, a családtagjainkkal és barátainkkal folytatott haszontalan csevegésről.

A közeli jövőre vonatkozó előrejelzések rendszerint azokra a közegekre támaszkodnak, amelyekről már vannak

kutatási adataink. A médiakutatás eddigi eredményeiből azt már tudjuk, hogy az új médium soha nem váltja fel teljes mértékben a régit. Az újság, a film és a rádió ma – a televízió és az internet térhódítása ellenére – is része életünknek, noha formája és tartalma valamelyest változott. Sőt, a kommunikációkutatóktól azt is tudjuk, hogy az összes tömegmédium együttesen sem vette át a személyközi és szóbeli kommunikáció szerepét. A rokonokkal, barátokkal, szomszédokkal és kollégákkal való spontán kommunikáció és az emberi közelség iránti igény a jövőben is gondoskodik arról, hogy a központi, egzisztenciális jelentőségű és meghatározó kommunikációs forma a beszélgetés legyen. Az új kommunikációs technológia nem számolta fel a kulturális és tényleges közelséget, mint a társadalmi létezés kulcstényezőjét. Még akkor is, ha technikailag lehetőségünk nyílik az egész világ megszólítására, változatlanul a családunkkal és a helyi közösséggel azonosulunk. A postát és a távközlési eszközöket eddig főként magáncélokra használtuk, azért, hogy kapcsolatot tartsunk az otthonunktól távoli barátainkkal és rokonainkkal. Az ingázást kiváltó hálózati technológiának (telecommuting) köszönhetően a jövőben még többen dolgozhatunk otthon, még több időt töltve a családjunk és a szomszédok körében.

Figyelembe véve a világon beszélt nyelvek mintegy hatezres számát és a kulturális különbségeket, rövid távon valószínűtlennek látszik, hogy a helyi kommunikációt felváltsa a globális beszéd (globaltalk). Ugyanakkor az is bizonyos, hogy a globális hálózat pusztán léte is fontos érv emellett, hogy az angol legyen nemzetközi méretekben a második, választott nyelv – még akkor is, ha a nemzetközi kommunikáció sokaknak lélektani határt jelent, mert az emberek nem beszélgetnek túl gyakran idegenekkel. A sokszínűséget nem értékelhetjük, ha nem ismerjük a különböző kifejezési rendszerek eltérő, honi sajátosságokat mutató alapjait. Ezért döntenek sokan úgy, hogy nemzetközi kommunikáció helyett inkább saját, ismert világukat egészítik ki új ízekkel és jelentésekkel. A televízió transznacionális piacáról készült vizsgálatok például azt mutatják, hogy az emberek jobban szeretik a hazai műsorokat, és – ha vannak ilyenek – a primitívebb hazai fikciós és dokumentumműsorokat, mint a csillogó és többjelentésű nemzetközi vagy amerikai produciókat. A bevált műfajok és formátumok másolása ugyanakkor könnyebben arat sikert.

Am még abban az esetben is, ha kis helyi világaink valamennyire fennmaradnak, valószínűleg nőni fog a kommunikáció gyorsan bővülő infrastruktúrájából nyert, mediatisztázott tapasztalatok által keltett feszültség. A 19. század elején a kommunikációs eszközökből és a közvetlenül a társadalmi interakciókból nyert tapasztalatok még jórészt fedték egymást. A 20. században csökkent a kettő közötti átfedés. Néha többet tudunk távoli helyekről és emberekről, mint a saját szomszédságunkról – még akkor is, ha e tudás másodkézből származik. Az utazás és a kommunikáció képessé tett minket arra, hogy külföldön is kapcsolatokat építsünk ki, és a nagy földrajzi távolság ellenére fenn is tartsuk őket. „Közeli” barátaink élnek távoli országokban, sőt más kontinenseken; egyesek „közelibbek”, mint azok az emberek, akikkel együtt dolgozunk és élünk. A távozó 20. században a kibővült kommunikációs lehetőségeket még központilag, a 19. századból örökölt politikai rendszerek keretében ellenőrizték. A társadalmi interakciók a legtöbbször számára az országhatárokon belüli, jól ismert területen és a kollektív döntéshozatal intézményein belül maradtak. A kommunikációs lehetőségek mára annyira kibővültek, hogy immár sokan alakíthatják a kibocsátott üzenet tartalmát. Egy 1997 szeptemberében készült közvélemény-kutatás adatai szerint a 4,2 millió norvég közül 1,2 millió fér hozzá az internethez a munkahelyén, otthon vagy mindkét helyen, és naponta 300 ezer használja a világhálót.

És ez csak a kezdete annak a közeljövőben kibontakozó folyamatnak, amely során a kibocsátott üzenetek feletti ellenőrzés decentralizálódik. A politikai bürokráciák úgy is átruházhatják és decentralizálhatják a döntési jogokat, hogy közben más területeken – azokon, amelyeken szükség van szabványokra, így a pénzgazdaságban, a hajózásban, a közlekedési szabályok kialakítása terén stb. – fenntartják maguknak az ellenőrzés jogát. Az új kommunikációs forradalom kettős természete már a közelmúltban is hozott elképesztő, egyszersmind paradox eredményeket. A Szovjetunió bukását azonnal követte egyes új nemzetek szerveződése és olyan, régi nemzetek újjászerveződése, amelyek identitásukat az ötven évvel korábban megszakadt történelmi hagyományokban keresik. A bővülő Európai Unió a nemzetközi döntéshozatal új közegét teremtette meg, miközben paradox módon csökkentette az országhatárok jelentőségét, és bátorította – a mai nemzetekénél régibb – regionális identitástudatokat és tevékenységeket fejlesztését. A jövőben a határok és a képzeletbeli, egyszerre regionális autonóm és transznacionális közösségek határainak újjászerveződését várhatjuk.

Irodalom

- Beniger, James R. (1986) *The Control Revolution. Technological and Economic Origins of the Information Society.* Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Chalaby, Jean (1996) *Journalism as an Anglo-American Invention. A Comparison of the Development of the French and Anglo-American Journalism, 1830s-1930s.* *Journal of European Communication*, Vol. 11. No. 3. 303-326.
- Clark, Charles E. (1994) *The Public Prints. The Newspaper in Anglo-American Culture, 1665-1740.* New York: Oxford University Press.
- Communications. *The European Journal of Communication Research* (1997), Vol. 22. No. 3. Special Issue: *European Press Developments Since 1945.*
- Curran, James (1982) *Communications, power and social order.* In: Gurevitch, Michael et al.: *Culture, Society and the Media.* London: Methuen.
- Eisenstein, Elizabeth L. (1993) *The Printing Revolution in Early Modern Europe.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Ekecrantz, Jan & Olsson, Tom (1994) *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia.* Stockholm: Carlssons.
- Flichy, Patrice (1995) *Dynamics of Modern Communication. The Shaping and Impact of New Communication Technologies.* London: Sage.
- Gottmann, Jean (1977) *Megapolis and Antipolis. The Telephone and the Structure of the City.* In: Pool, Ithiel de Sola (ed.) *The Social Impact of the Telephone.* Cambridge, Mass.: The MIT Press.

- Hardt, Hanno & Brennen, Bonnie, eds. (1995) News Workers. Toward a History of the Rank and File. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Høyer, Svennik (1975) Temporal patterns and political factors in the diffusion of newspaper publishing: The case of Norway. Scandinavian Political Studies, Vol. 10. 157-172.
- Høyer, Svennik & Lauk, Epp (1998) The Professionalization of Journalists. An Historical Perspective. In: Bjork, Ulj Jonas & Nordenstreng, Kaarle (eds.) A 100 Years of the International Journalist. Norwood NJ: Ablex.
- Innis, Harold (1950) Communication & Empire. Oxford: Oxford University Press.
- Marvin, Carolyn (1988) When Old Technology Were New. Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century. New York: Oxford University Press.
- Marzloff, Marion (1982) Pioneers of Journalism in Early 20th Century Scandinavia. Pressens rbog, Vol. 20.
- Matthews, George T. (1959) News and Rumour in Renaissance Europe. The Fugger Newsletters. New York: Capricorn Books.
- McLuhan, Marshall (1962) The Gutenberg Galaxy: The Making of Tipographical Man. London: Routledge & Kegan Paul.
- McLuhan, Marshall (1964) Understanding Media. The Extensions of Man. London: Routledge & Kegan Paul.
- Raymond, Joad (1996) The Invention of the Newspaper. English Newsbooks, 1641-1649. Oxford: Clarendon Press.
- Richardson, Brian (1996) Print Culture in Renaissance Italy. The Editor of the Vernacular Text, 1470-1600. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rogers, Pat (1972) Grub Street. Studies in Subculture. London: Methuen.
- Schiller, Herbert I. (1969) Mass Communication and the American Empire. New York: Augustus M. Kelly.
- Schudson, Michael (1990) Origins of the Ideal of Objectivity in the Professions. Studies in the History of American Journalism and American Law, 1830-1940. New York: Garland Publishing.
- Schudson, Michael (1994) Question authority: A history of the news interview in American Journalism, 1860s-1930s. Media, Culture & Society. Vol. 16. No. 4. 565-587.
- Sommerville, John (1996) The News Revolution in England. Cultural Dynamics of Daily Information. New York: Oxford University Press.
- West, Richard (1997) The Life and Strange Surprising Adventures of Daniel Defoe. London: Harper Collins.
- Wilke, Jurgen (1987) Foreign news coverage and international news flow over three centuries. Gazette, Vol. 39.
- Williams, Kevin (1998) Get Me a Murder a Day! A History of Mass Communication in Britain. London: Arnold.

Lábjegyzetek

1

Media on the Eve of the Third Millenium. Comparing Revolutions in Communication. In: Zassoursky, Yassen N. & Vartanova, Elena (eds.) Changing Media and Communications. Moscow: Faculty of Journalism/Publisher ICAR, 1998. Közlés a szerzo és a kiadó engedélyével.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

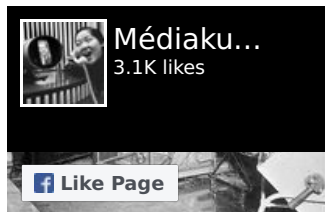
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000–2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Politika

[Bajomi-Lázár Péter](#) - [Bajomi-Lázár Dávid](#):

Újságírók és újságolvasók

A közvélemény a magyarországi sajtóról

Mennyire tarja a nagyközönség hitelesnek és tárgyilagosnak a magyar sajtót? Mennyire bízik az újságírókban? Mennyire tartja szabadnak a sajtót? És mennyire ért egyet a sajtó szakmai tisztességét kétségbe vonó politikai nyilatkozatokkal? A Sajtószabadság Központ felmérése ezekre a kérdésekre keresett választ a felnőtt lakosságot reprezentáló országos minta vizsgálatával.¹

Az elmúlt években vezető jobboldali és konzervatív politikusok többször bírálták a magyar újságírókat. Pintér Sándor belügyminiszter szerint egyes vezető újságírók szervezett bűnözők kocsjába ülnek be.² Kövér László, a Fidesz-MPP volt pártelnöke azt mondta, az újságírók utánpótlását ma is „öreg bolsi főszerkesztők” választják ki.³ Csurka István, a MIÉP elnöke tudni vélte: a magyar a sajtó hazudik és idegen érdekeket szolgál.⁴ Torgyán József volt agrárminiszter arról beszélt, hogy a sajtó „goebbelsi propagandához hasonló” eszközökkel igyekszik lejáratni személyét, és az ellene szerveződő sajtóhadjáratok mögött az SZDSZ áll.⁵ E bírálatok közös vonása, hogy nem egyes újságírók vagy sajtótermékek függetlenségét, hanem általában a sajtó egészének szakmai tisztességét vonják kétségbe. Azzal vádolják az újságírókat: nem a hiteles és objektív tájékoztatást szolgálják, hanem partikuláris érdekek - az alvilág, a kommunisták, a külföld, a liberálisok érdekei - vezérlik őket.

Kevesebbet tudunk arról, hogyan értékeli a magyar újságírók munkáját a nagyközönség. A kérdésfelvetést az is indokolja, hogy minden kutatás szerint politikailag nagyon megosztott a magyar társadalom. Ez alapján feltehetjük, hogy a nagyközönség egy része is elégedetlen az újságírók szakmai teljesítményével, vagyis a fent idézett és hasonló politikai nyilatkozatok sikerrel építenek az emberek egy részében a sajtóról egyébként is élő kedvezőtlen véleményekre.

Mennyire bízik tehát a nagyközönség az újságírókban? Mennyire tartja tárgyilagosnak és hitelesnek a lapok, a rádiók és a tévék hírvételeit? Mennyire tartja fontosnak azt, hogy a sajtó szabad legyen? És mennyire tartja szabadnak a sajtót? A Sajtószabadság Központ ezekre a kérdésekre keresett választ. A Szonda Ipsostól megrendelt kutatás a 18 éven felüli népeiséget reprezentáló 1000 fős országos mintán készült, 2001 augusztusában, standardizált kérdőíves módszerrel, kiképzett országos kérdezőbiztosi hálózat bevonásával.

Hírforrások

Először azt vizsgáltuk: honnan tájékozódnak az emberek politikai kérdésekben.⁶ A válaszokból az derül ki, hogy a legfontosabb információforrást a televíziók - különösen a kereskedelmi tévék - jelentik. A megkérdezettek 74 százaléka⁷ elsődleges információforrásként általában a tévét, kilenc százalékuk általában a rádiót, ugyanennyien valamelyik napilapot, három százalékuk pedig valamelyik hetilapot nevezte meg. Meglepő, hogy - bár felmérések szerint a lakosság tíz százaléka internetezik rendszeresen - a megkérdezetteknek csak egy százaléka mondta azt, hogy elsődlegesen az internetről tájékozódik politikai kérdésekről.

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a megkérdezettek átlagosan hány forrásból tájékozódnak. Az egy forrásból tájékozódók aránya 16 százalék. A legtöbben két vagy három forrásból szerzik információikat (24-24 %), négyet vagy ennél többet pedig összesen 30 százalékuk említett. A válaszadók 16 százaléka nem tudta megmondani, hogy honnan tájékozódik politikai kérdésekről, vagy azt mondta, hogy egyáltalán nem tájékozódik.

Az összes választ elemezve megtudjuk, hogy a megkérdezettek mekkora része informálódik kisebb-nagyobb rendszerességgel az egyes médiumokból. A legnagyobb szerepe a tv2-nek van, amelyből időről-időre az emberek 55 százaléka tájékozódik politikai kérdésekből; ezt követi az RTL Klub 52 százalékkal. Az MTV 39, a Magyar ATV hat, a Duna TV pedig az emberek öt százalékának szolgál információforrássul. A rádióállomások közül a legtöbben a Kossuthot (16 %) és a Petőfit (6 %) jelölték meg. Érdekes, hogy a hírműsorokra szakosodott Info Rádiót a kérdezetteknek mindössze egy százaléka említette. Még ennyien sem említették az ugyancsak politika-orientált, ám az eseményekről pártosan tudósító Pannon Rádiót (igaz, egyik állomás sem országos vételkörzetű).⁸ Figyelemreméltó, hogy a megkérdezettek 17 százaléka valamilyen egyéb rádióállomást említett; ez azt jelenti, hogy

sokan a zenés kereskedelmi rádiók rövid hírblokkjaiból tájékoznak.

Ami a napilapokat illeti: a Népszabadságból a megkérdezettek 12 százaléka, míg a Népszavából, a Magyar Hírlapból és a Magyar Nemzetből mindössze 2-2 százalékuk szerzi információit. Nagy jelentőségük van ugyanakkor a megyei napilapoknak, amelyek az emberek 17 százalékának szolgálnak politikai információkkal. A bulvárlapokat nyolc, a gazdasági lapokat mindössze egy százalékuk említette.

Általában a televízió és különösen a kereskedelmi tévék elsőbbsége azt jelzi, hogy az emberek egyenlőségjelet tesznek a politika és a televíziós hírműsorok tartalma közé – dacára annak, hogy a televíziós hírműsorok a politikai eseményekről rendszerint elnagyoltan, esemény- és személyiség-központúan, sokszor a háttér ismertetése nélkül számolnak be. Ezt jelzi az is, hogy a megkérdezettek 51 százaléka szerint a televíziós hírműsorok éppen megfelelő részletességgel tájékoztatnak a politikai eseményekről, és csupán 15 százalékuk véli úgy, hogy nem elég részletesen (7 százalékuk szerint a tévéhíradók túl részletesek, 18 százalékuk szerint pedig egyik híradó ilyen, másik olyan).

Bár egyes nézetek szerint a hírműsorokban és a napilapokban megjelenő tájékoztatás hézagosságáért kárpótolnak a részletes elemzéseket közlő és az események hátterét is feltáró hetilapok, felmérésünk szerint ezek olvasottsága elhanyagolható. A HVG-ből a megkérdezettek három, a 168 Órából kettő, a Magyar Fórumból mindössze egy százalékuk tájékozik politikai kérdésekről. Egyetlen olyan más politikai hetilap sem volt, amelyet akár fél százaléknál többen említettek volna. Ez azonban nem jelenti azt, hogy ezek az újságok a közbeszédre is csak minimális hatást gyakorolnának, hiszen általában éppen a véleményvezérek forgatják őket, vagyis azok, akiknek véleménye befolyásolja környezetük politikai döntéseit is.⁹

Tárgyilagosság és hitelesség

Kevesen gondolják úgy, hogy a napilapok vagy a tévéhíradók teljesen tárgyilagosan tájékoztatnának politikai kérdésekről: az előbbiekről az érdemi választ adó megkérdezettek¹⁰ öt, az utóbbiakról hat százalékuk mondta ezt.¹¹ Lényegesen többen vélik úgy, hogy e hírforrások többé-kevésbé tárgyilagosak: 46 százalékuk szerint a napilapok inkább tárgyilagosan tájékoztatnak, a tévé esetében pedig ez az arány 45 százalék. Hasonló a helyzet, ha a különböző médiumok hitelességet nézzük.¹² A tévéhíradók a megkérdezettek öt százaléka szerint teljesen, 44 százalékuk szerint pedig inkább hitelesen tájékoztatnak. Némileg rosszabb a helyzet a napilapok esetében: az emberek három százaléka gondolja úgy, hogy teljesen, 42 százalékuk pedig úgy, hogy inkább hitelesen tájékoztatnak.

A televízió és a napilapok legfontosabb szakmai jellemzői – a tárgyilagosság és a hitelesség – megítéléséről összefoglalóan azt mondhatjuk, hogy az emberek közel fele nagyjából-egészében kedvezően nyilatkozott, negyedük pedig aszerint ítéli meg a kérdést, hogy éppen melyik médiumról vagy sajtótermékről van szó. Vagyis a lapokkal és a tévével szemben egészséges távolságtartás jellemzi őket, ezeket inkább elfogadva, de némi kritikával fogyasztják-használják. Ez arra enged következtetni, hogy a sajtó korlátlan közvélemény-befolyásoló hatalmát hirdető nézeteket Magyarországon is csak erős megszorításokkal fogadhatjuk el.

Az adatok ugyanakkor arra is utalnak, hogy a sajtó és a média szakmai tárgyilagosságát és hitelességét megkérdőjelező, fent idézett politikusi nyilatkozatok összeecsengenek nagyjából minden negyedik megkérdezett véleményével. Az emberek negyede tehát nem bíz a televízióban és a lapokban.

Hasonló eredményeket mutat az a kérdéssor is, amellyel az újságírók társadalmi presztízst igyekeztünk feltárni. Ezt más foglalkozások presztíziséhez hasonlítva vizsgáltuk: azt mértük, hogy a megkérdezettek mennyire bíznak meg az egyházi személyekben, a politikusokban, a rendőrökben, a tanároknak, az újságíróknak, az ügyvédekben és a vállalkozókban.¹³ A százig terjedő skálán mérve a legmagasabb bizalmi index (68 százalékpont) a tanároké. Az újságíróknak a megkérdezettek megközelítőleg annyira bíznak (45 százalékpont), mint az egyházi személyekben (48), a rendőrökben (45) vagy az ügyvédekben (42). A legalacsonyabb a vállalkozók (37) és a politikusok (32) bizalmi indexe. A megkérdezetteknek mindössze négy százaléka mondta azt, hogy teljesen megbízik az újságíróknak, 40 százalékuk azt, hogy inkább megbízik, 37 százalékuk azt, hogy inkább nem bízik meg, 13 százalékuk pedig azt, hogy egyáltalán nem bízik meg bennük (hat százalék nem tudott véleményt nyilvánítani). Összességében tehát többen tartják megbízhatatlannak, mint megbízhatóknak az újságírókat.

Figyelemreméltó, hogy a férfiak (17 %) és a budapestiek között (16 %) az átlagosnál lényegesen magasabb azoknak az aránya, akik egyáltalán nem bíznak meg az újságíróknak. További érdekesség, hogy a nagyobb településeken bíznak bennük a legkevésbé: Budapesten 38, a megyeszékhelyeken 43, a kisebb városokban 46, míg a falvakban 49 százalékpont az újságírókkal szembeni bizalomindex.

Véleményszabadság

Az elmúlt években koalíciós politikusok többször felvetették, hogy korlátozni kell bizonyos vélemények sajtóbeli megjelenését. 1998 nyarán Pokol Béla kispalota képviselő egy olyan jogszabály elfogadását javasolta, amely a sajtót a „társadalmilag hátrányosnak tekintett vélemény vagy értékelés” helyreigazításának közlésére kötelezte volna, ám javaslata ekkor még a kormánypártok körében sem kapott kellő támogatást. 2001 tavaszán azonban az országgyűlés már elfogadta Röpässy Róbert Fidesz-MPP-s országgyűlési képviselő törvénymódosítási javaslatát, amely a „személyhez fűződő” jogot sértő vélemények közlése esetén közérdekű bírsággal fenyegeti a sajtót (a törvénymódosítás az Alkotmánybíróság döntésére vár).

Megfelelnek-e ezek a politikai törekvések a nagyközönség várakozásainak? Ennek feltárására több kérdést is megfogalmaztunk. Először arra kerestünk választ: mennyire tartják az emberek fontosnak azt, hogy mindenki szabadon elmondhassa a véleményét. Az adatok azt mutatják, hogy többségük fontosnak (83 százalékuk „nagyon”, további 13 százalékuk „kicsit fontosnak”) tartja általában a véleményszabadságot.

Abban a kérdésben azonban már kevésbé értenek egyet a válaszadók, hogy a vélemények sokszínűségének a sajtóban is meg kell-e jelennie. Amikor arról kérdeztük őket: mennyire fontos, hogy a sajtóban minden vélemény megjelenjen, már csak 55 százalékuk mondta azt, hogy „nagyon”, további 31 százalékuk pedig azt, hogy „kicsit fontos”, (12 százalékuk pedig egyáltalán nem tartotta fontosnak ezt. A csak általános iskolai végzettséggel rendelkezők körében az átlagosnál magasabb azok aránya, akik szerint nagyon fontos, hogy minden vélemény megjelenjen a sajtóban (58 százalék).

Tovább árnyalja a képet az, hogy mennyire tartják fontosnak: a sajtó senkit se sértsen meg személyesen. A megkérdezettek hatvannyolc százaléka azt mondta, ez „nagyon fontos”, további 23 százalékuk pedig „kicsit fontosnak” tartotta ezt. Mint ismert, a Lex Répássy indoklása általában az emberek személyhez fűződő jogait hangsúlyozza, elhallgatva azt a tényt, hogy a sajtó az esetek nagy részében nem hétköznapi emberekkel, hanem közszereplőkkel foglalkozik, akiknek a magánszemélyeknél jobban kell túrniük a nyilvános bírálatot. Másképpen: a magánszféra hivatkozva igyekszik korlátozni a közügyekben eljáró politikusok támadhatóságát. Az adatok alapján azt mondhatjuk tehát, hogy retorikáját tekintve a törvénymódosítási javaslat harmonizál a nagyközönség elvárásaival.

A Lex Répássy tartalma azonban már jóval kevésbé felel meg az emberek akaratának. Amikor egy újabb kérdéssel azt firtattuk, mennyire tartják fontosnak azt, hogy a politikusok ne szóljanak bele, mit ír a sajtó, a válaszadók többsége ismét elutasította a politikai beavatkozást: 66 százalékuk „nagyon”, további 25 százalékuk „kicsit” tartotta fontosnak azt, hogy ne avatkozzanak a sajtóban közvetített tartalmakba. Másképpen: tíz emberből kilenc valamennyire fontosnak tartja a sajtó politikusoktól való függetlenségét.

Sajtószabadság

Végül arról faggattuk az embereket, hogy mit gondolnak általában a sajtószabadságról. Előbb azt kérdeztük: ahhoz, hogy demokrácia legyen az országban, mennyire fontos az, hogy a sajtó szabad legyen? Majd azt kérdeztük: mennyire tartják a mai magyarországi sajtót szabadnak?

Az első kérdésre adott válaszok azt mutatják, hogy túlnyomó többségük a demokrácia szerves részének tekinti a sajtószabadságot.¹⁷ 65 százalékuk „nagyon”, további 19 százalékuk „inkább fontosnak”, 11 százalékuk pedig „közepesen” tartotta fontosnak azt, hogy a sajtó szabad legyen. Az átlagosnál lényegesen magasabb a „nagyon” választ adók aránya a felsőfokú végzettségűek (79 %), a budapestiek (76 %) és a 18–35 éves fiatalok körében (65 %). Azok aránya, akik a sajtó szabadságát nem tartják a demokrácia előfeltételének, vagy nincs véleményük a kérdéssel, együttesen is csak öt százalék volt. A sajtószabadság tehát egyike azon kevés szabadságjogoknak, amelyeket a mai Magyarországon általános közmegegyezés támogat.

Ennek fényében elgondolkodtató a második kérdésre adott válaszokból nyert kép. Ebből ugyanis az derül ki, hogy mindössze a válaszadók 16 százaléka tartja a sajtót „teljesen szabadnak”, 48 százalékuk pedig „inkább szabadnak”. Minden ötödik megkérdezett (22 %) úgy nyilatkozott: a sajtó „inkább nem szabad”, minden huszadik szerint (5 %) pedig „egyáltalán nem szabad”. Nagyjából minden tizedik (9 %) nem tudott válaszolni a kérdésre. Azok közül, akik szerint a demokráciához nagyon fontos, hogy sajtószabadság legyen, mindössze 16 százalék gondolja úgy, hogy Magyarországon ma a sajtó teljesen szabad; 45 százalékuk szerint a sajtó inkább szabad, de nem teljesen, míg 31 százalékuk úgy véli, hogy a sajtó ma nem szabad Magyarországon.

A sajtószabadság demokratikus ideáljának tulajdonított fontosság és valós helyzetének megítélése közötti ellentmondás arra enged következtetni, hogy a sajtó kérdésében demokratikus deficit alakult ki. Az emberek nem teljesen elégedettek a sajtó teljesítményével. Az újságírók iránti bizalom viszonylagos hiánya alapján azt is kijelenthetjük: a magyar újságírók nem vívják ki munkájukkal a nagyközönség maradéktalan elégedettségét. Mi több, az újságírók szakmai tisztességét megkérdőjelező politikai nyilatkozatok az emberekben egyébként is élő bizalmatlanságra építenek (ami nem azt jelenti, hogy tényszerűen megalapozottak volnának).

Az újságírókkal való viszonylagos elégedetlenség nemcsak azért jelent problémát, mert a politikai tájékozódás – és így a választói akaratképzés – elsődleges forrását a sajtó jelenti, ezért a demokrácia működésének alapmechanizmusa akadozik. Hanem azért is, mert az újságírókkal való elégedetlenség a sajtót is sebezhetővé teszi. Az újságírók csak akkor lennének védettek a politikai támadásokkal szemben, ha a nagyközönség elismerné és támogatná munkájukat. Akkor, ha az emberek úgy éreznék: a sajtó megfelelően tájékoztatja őket a politikusok viselt dolgairól, és így a demokratikus intézményrendszer nélkülözhetetlen része.

Ugyanakkor valószínűleg kétirányú folyamatról van szó. Nemcsak a sajtó szakmai teljesítménye rontja önnön presztízsét, hanem a sajtót elítélő politikusi nyilatkozatok és a sajtószabadságot korlátozó törvénytervezetek is kedvezőtlenebbé teszik a sajtó társadalmi megítélését. Ezzel politikusaink maguk is hozzájárulnak a sajtószabadság kápcán kialakult demokratikus deficithez.

Lábjegyzetek

1 A Népszabadságban „Újságolvasók, tévénezők a magyar sajtóról” címmel 2001. október 3-án megjelent írás bővített változata.

2 Idézi a Népszabadság 2000. augusztus 25-i száma.

3 Idézi a Népszava 2000. szeptember 21-i száma.

Idézi a Magyar Fórum 2000. augusztus 26-i száma.

Idézi a Népszava és a Népszabadság 2000. november 27-i száma.

„Honnan szokott Ön tájékozódni politikai kérdésekről?” (nyitott kérdés).

Az elemzés során végig egész százalékra kerekített értékeket használunk.

A Pannon Rádió műsorairól a Sajtószabadság Központ munkatársai által készített tartalomelemezést lásd az Élet és Irodalom 2001. szeptember 28-i számában.

A személyes kommunikáció szerepéről lásd például Angelusz Róbert Kommunikáló társadalom című könyvét, Budapest: Gondolat, 1983, 97-102. o.

Nem számítva azokat, akik nem olvasnak napilapot, nem néznek híradót vagy nem tudtak a kérdésre válaszolni.

„Ön szerint a tévéhíradók/napilapok politikai kérdésekről mennyire nyújtanak tárgyilagos tájékoztatást?” (zárt kérdés)

„Ön szerint a tévéhíradók/napilapok politikai kérdésekről mennyire nyújtanak hiteles tájékoztatást?” (zárt kérdés)

„Ön mennyire bízik meg az egyházi személyekben: teljesen megbízik, inkább megbízik, inkább nem bízik meg vagy egyáltalán nem bízik meg? És a(z)...”

Népszabadság, 1999. június 30.

Népszabadság, 2000. február 4., Népszava, 2000. március 22.

A kérdezés során nem tettünk különbséget az MSZP, az SZDSZ és a MIÉP között, noha egyes vélemények szerint a csonka kuratóriumok megválasztásának hátterében a kormánypártok és a MIÉP háttéralkuja húzódik. Az ellenzéki SZDSZ véleményéről lásd például a Népszava 2000. március 1-i számát.

„Ön szerint ahhoz, hogy demokrácia legyen az országban, mennyire fontos az, hogy sajtó szabad legyen? Kérem, osztályozzon az iskolai osztályozás mintájára egytől ötig, ahol az 1-es azt jelenti, hogy egyáltalán nem fontos, az 5-ös pedig azt, hogy nagyon fontos a sajtószabadság!”



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

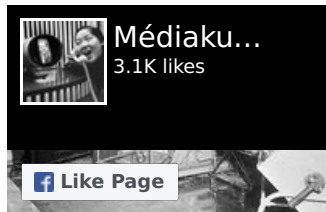
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000–2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Politika

[Szente Péter:](#)

Médiapolitikai vázlat

Bevezetés

Az 1996-os médiatörvény nem teremtette meg azokat az intézményi struktúrákat és finanszírozási módokat, amelyek biztosíthatnák az elektronikus média, s különösen a közszolgálati média függetlenségét és működőképességét. A törvény ráadásul nincs összhangban sem az európai uniós csatlakozás, sem a technológiai fejlődés követelményeivel. Magyarországon még ma sincsenek meg a médiapolitika kialakításának Nyugaton természetesnek tekintett feltételei. Az alábbi, vitairatnak szánt írás azt vizsgálja, mi adaptálható a nyugat-európai, s különösen az angol médiarendszer bevált technikáiból és mechanizmusaiból, s megkísérel felvázolni egy koherens, új médiapolitika körvonalait.

A feladat

Jelen dolgozat kísérlet egy működőképes, civilizált európai értékeken nyugvó médiapolitika felvázolására. A médiapolitika egyszerre jelenti az értékpreferenciák kiválasztását és a technikai részletek kidolgozását. Feladata olyan intézményi struktúra kialakítása, ami számításba veszi a külföldön és Magyarországon kialakult-kialakuló média-technológiai, gazdasági és szabályozási trendeket, alkotórészeiben koherens, finanszírozható és alkalmas az értékpreferenciák alapján kiválasztott célok elérésére.

Jó esetben egy médiatörvény az ilyen értelemben vett médiapolitikát önti jogilag koherens formába, elkerülve az olyan hibákat, mint például a közalapítványi és a részvénytársasági formák keveredése. Rossz esetben vagy más szempontok dominálnak, vagy egyszerűen a kérdést vetik fel rosszul, például úgy, hogy milyen lenne egy, az európai normáknak megfelelő médiatörvény. Az 1996-os médiatörvényt megalkotó hatpárti tanácskozás mindkét hibát elkövette. Először is: a politikai feladat megoldásának kényszere maga alá gyűrte a szakmai szempontokat, de ne felejtjük el, hogy a hatpárti tárgyalások legfőbb prioritása egy újabb médiaháború elkerülése volt. Ebben az összefüggésben a fele részben kormánypárti, fele részben ellenzéki jelöltekből álló kuratóriumok tisztességes kísérletnek tűnnek az egyoldalú befolyás megakadályozására. A rendszer nem vált be, és a probléma most is aktuális, hiszen nem egyértelmű, mi is a legjobb jelölési mód arra, hogy a felügyeletekben elkerülhető legyen az egyik vagy a másik oldal dominanciája.

Másrészt viszont nem politikai okkal, hanem a médiapolitikai kidolgozás hiányával magyarázható, hogy a törvény sok esetben gépiesen átvett a hazai körülményekre nem alkalmazható külföldi modelleket. A szakmai megalapozatlanság annyiban érthető, hogy 1995-ben nem voltak meg – mint ahogy sajnos ma sincsenek meg – a médiapolitika kialakításának Nyugaton természetesnek tartott feltételei. Angliában például, amikor tíz évenként eljön a BBC Charta felújításának az ideje, a kormány kinevez egy független szakértőkből álló bizottságot, Royal Commissiont, hogy mondjon véleményt a közszolgálat kívánatos fejlődési irányairól. Ugyanakkor saját változtatának elkészítésére a BBC megalakítja belső, menedzserekből és szerkesztőkből álló csapatát. Mindkét fél bevon szakértőket és kutatóintézeteket a szociológiai trendek (szabadidős tevékenységek, kulturális érdeklődés, információs igények stb.), a várható technológiai fejlődés (digitalizáció, interaktivitás, internet stb.), valamint nemcsak a létező, hanem a folyamatban levő európai uniós szabályozás feltérképezésére. Mind a kormány, mind pedig a BBC megjelenteti javaslatait a szükségesnek látott feladatokról, s az azokhoz kapcsolódó szervezeti, finanszírozási és felügyeleti rendről.

Nemcsak a kormány és a BBC áll elő alapos elemzésekkel és javaslatokkal, hanem a médiapiac egyéb szereplői is, továbbá a nézői-hallgatói lobbik és az ellenzéki pártok politikusai. Fontos a médiakutatók és a szakújságírók tevékenysége, akik a törvény-előkészítés egész folyamata alatt elemzik és megvitatják a javaslatokat. Ez persze időigényes és költséges folyamat, de garantálja a szakmai színvonalat és a demokratikus vita feltételeit, ami a legitim végeredmény előfeltétele.

Sajnos aligha számíthatunk arra, hogy a mostani kormány kinevez egy, a függetlenséget és a pártatlan működést a politikai elkötelezettséggel szemben előnyben részesítő médiaügyi „kvázi-Royal Commissiont”. A Magyar Televízió és a Magyar Rádió jelenlegi vezetésétől sem remélhető, hogy a BBC mintájára elkészítse a közszolgálat

újratereztésének szakmai javaslatait. Ugyancsak hiányoznak a komoly nézői-hallgatói szervezetek, s zömében azok a médiára szakosodott újságírók is, akik képesek lennének a különböző megoldási javaslatok összefüggéseit, előnyeit és hátrányait érthetően megjeleníteni és elemezni.

Ez súlyos problémát jelent, mert a szakmai megalapozottság szükséglete még akutabb lesz a következő média-törvénykezéskor. A közszolgálat rendbetétele vagy újratereztése – ha ez a közszolgálati célok eléréséhez még mindig a legcélravezetőbb módnak ígérkezik – egy, az 1996-osnál jóval alacsonyabb szakmai és gazdasági, valamint nem utolsó sorban morális szintről kell, hogy végbemenjen. Mi több, nincs idő kivárni, hogy egy következő kormány nevezze ki a megfelelő bizottságot, amely vizsgál és javasol. Amint láttuk, egy ilyen bizottság munkája időigényes, és a jelentések elkészülte még nem a törvénykezési folyamat vége. Ha csak az MTV jelenlegi és különösen előre megjósolható helyzetét vesszük figyelembe, ennyi idő aligha áll majd a választások után a rendelkezésünkre.

A jelen dolgozat abból indul ki, hogy a problémák, amelyekre megoldást kell találni, a következő három állítás köré csoportosíthatók:

- (1) az 1996-os törvény nem teremtette meg azokat az intézményi struktúrákat és finanszírozási módokat, amelyek biztosíthatnák az elektronikus média s különösen a közszolgálati média függetlenségét és működőképességét;
- (2) a törvény annyira nem vesz tudomást a média területén már 1996-ban is létező, s azóta fokozottan felgyorsuló technológiai fejlődésről, hogy a „digitalizáció” szó nem is szerepel a szövegben, és
- (3) olyannyira nem eurokonform, hogy egyes kitételei, mint például a hazai iparnak adott kvantitatív preferenciák, nem egyeztethetők össze az EU tagsággal.

A dolgozat a továbbiakban ezeket a kérdéseket elemzi, s ezekre próbál megoldásokat javasolni, abban a tudatban természetesen, hogy egy ilyen vázlat úgy aránylik egy, a különböző szakterületek művelői által részleteiben kidolgozott médiapolitikai koncepcióhoz, mint egy boríték hátára rajzolt házterv egy építészeti iroda végső tervrajzához.

A médiapolitika kontextusa: globalizáció, konvergencia, európai szabályozás

Egy ország médiája nemcsak önmagában működik: komplex hatások érik, amelyek meghatározzák a médiapolitika mozgásterét. Mielőtt rátérnénk a magyar média lehetséges fejlődési irányainak elemzésére, fel kell térképeznünk azt az erőteret, amelyben elhelyezkedik.

Globalizáció

Amíg – legalábbis Európában – csak állami-közszolgálati médiumok voltak, a médiapolitika akár úgy is működhetett, mint egy korabeli iskolai menza: mi tudjuk, mi jó a gyerekeknek, eszik, nem eszik, nem kapnak mást. Vagy, kissé szofisztikáltabban fogalmazva: két szórakoztató műsorszám közé beteszünk egy kis magaskultúrát, s ráneveljük a nézőket az igényesebb műsorok szeretetére. S miként az Olcsó Könyvtár, amíg nem jelentek meg a kommersz alternatívák, a dolog működött.

Sőt, egy ideig azután is. A kereskedelmi televíziók kezdetben nem voltak multinacionális cégek és nem globális piacon működtek. S mert sok igazság volt Lord Thomson híres kijelentésében, hogy egy televízió-frekvencia olyan, mintha az embernek engedélye lenne pénzt nyomtatni, a frekvencia-engedélyekbe be lehetett építeni egy sor közszolgálati elvárás: változatos műsorstruktúrát, főműsoridőben sugárzott híradót, a hazai produkciók magas arányát stb. A közszolgálati adóknak ezen túl persze versenyezniük kellett a közönségért. Amíg a kereskedelmi adók a társadalmi „felelősség modellen” belül működtek, ez a verseny inkább jót tett, mintsem ártott a kínálatnak. (Mindez persze Európa északibb régióira igaz: az olaszoknál a kereskedelmi tévzés eleinte non-stop sztriptíz műsorokat jelentett, s az olasz közszolgálat ma is a tökéletes bornírtság állapotában leledzik.)

1997-re azonban, amikor – fáziskéséssel ugyan – de Magyarországon is beindult a kereskedelmi televíziózás, a média fejlődése világszerte már egy harmadik, globalizálódó szakaszba lépett. Itt már a multinacionális cégek dominálnak és a globális piacra gyártanak műsorokat. A gyártók akkor tudják maximalizálni eladásukat, ha országtól és társadalmi helyzetétől függetlenül, mindenki által érthető és élvezhető árucikket produkálnak. Az akciófilm a tökéletes megoldás erre, és ráadásul, mivel nincs benne sok dialógus, még a szinkronizálás sem kerül sokba. Tipikus esetben egy amerikai akciófilm vagy sorozat behozza az önköltségét a hazai piacon, s aztán világszerte pottom pénzért árulják, hogy minél szélesebb körben el tudják adni. (A marginális költség a nulla felé tendál, tehát minden extra vevő, bármilyen alacsony áron vásárol is, extra profitot jelent.)

Manapság a kereskedelmi televíziók világszerte nagyrészt a globális piacra gyártott filmekből és sorozatokból, valamint a televíziós játékok licenc alapján készített hazai változataiból építik műsorstruktúrájukat. A helyi követelményektől függően ehhez hozzátesznek valamilyen közszolgálati tartalmat – minimum egy híradót –, de ennek is alkalmazkodnia kell a műsor többi részének stílusához és nyelvezetéhez. Ebből következően a politikát megszemélyesíthető konfliktusként mutatják be, s abból lesz hír, ami átlépi a vizuális ingerküszöböt.

Ezek a fejlemények egyrészt nyilvánvalóan felértékelik a – jó esetben ezeket ellensúlyozó – közszolgálati média fontosságát, ugyanakkor igen problematikussá teszik a működését. Ha elitista módon reagál a kihívásra, felmerül a kérdés, miért fizessen az állampolgár a fenntartásáért, amikor csak egy kis réteg nézi. Ha elmegy populista irányba, a kérdés úgy merül fel, miért fizessen az állampolgár, amikor a közszolgálati csatornán is többé-kevésbé ugyanazt kapja, mint a kereskedelmiéken, amelyekért nem kell közvetlenül fizetnie. (Közvetve persze kell: a hirdetési költség beépül a megvásárolt termékek árba.)

A BBC válasza erre a kihívásra az volt, hogy két országos televíziós csatornát működtet. A BBC-1-en versenybe száll a nézettségért, míg a BBC-2-n a műveltebb közönség igényeit elégíti ki. Ugyanakkor a műsorpolitika fontos része, hogy minden műsortípusban az abban a műfajban legmagasabb színvonalat kell nyújtani. Sem a BBC, sem a

hasonló modellt működtető skandináv államok közszolgálati csatornái nem estek áldozatul a globalizációs trendeknek. Sőt, fontos megjegyezni, Közép-Európában sem jellemző a magyarországi közszolgálat krízisállapota. A lengyel televízió első csatornája 51 százalékos, a kettes 15 százalékos nézettséget élvez, s a tetszési mutatók is igen magasak. S a Cseh Televízió, melyet kezdetben a Nova a padlóra küldött, ugyancsak a nézők egyharmadát tudhatja már magáénak. Mi több, a nézők az utcára mentek a Cseh Televízió függetlenségének védelmében.

Magyarországon azonban, ahol a kereskedelmi televíziózás nagyon későn indulhatott csak el, az MTV-nek nem a korábbi, a társadalmi felelősség modell keretein belül működő, hanem rögtön a médiapiac globalizált formájával kellett ringbe szállnia. Igaz, a médiatörvény megalkotói nem így gondolták: az új kereskedelmi tévéknek, különösen a TV2-nek komoly közszolgálati vállalásaik vannak. De ezek gyaníthatóan úgy jöttek létre, hogy a törvényhozók nem voltak tisztában azzal, milyen műsorstruktúrával mennyi nyereséget lehet elérni a magyar piacon. Mint ismeretes, még egy szerény hazai kulturális műsor vagy dokumentumfilm elkészítése is jóval többbe kerül, mint egy globális szappanopera. Ha a cél valóban az volt, hogy az MTV is jelentős mértékben reklámbevételekből finanszírozza magát, s a kereskedelmi oldal is rendszeresen produkáljon magas színvonalú közszolgálati műsorokat, akkor két feltételnek kellett volna teljesülnie. Egyrészt biztosítani kellett volna az MTV átalakulásához szükséges feltételeket (meghatározott célok, kiszámított, elégséges eszközök és megfelelő felügyelet), másrészt csak egyetlen országos, földfelszíni kereskedelmi televíziót lett volna szabad beindítani, azt viszont nagyon pontosan megszövegezett tartalmi követelményekkel, valamint a megfelelő ellenőrzéssel és szankcionálással.

A frekvenciapályázók vélhetően tisztában voltak ezzel, de vállalásaikat nem gondolták komolyan. Abban viszont – úgy tűnik – ők kalkuláltak rosszul, hogy még a jelenlegi, olcsó, de népszerű műsorkínálatukkal sem képesek nyereségesen működni. Részben a túl magas frekvenciadíj miatt: ez nemcsak azért baj, mert nyereség nélkül nehéz igényes műsorokba pénzt fektetni, hanem azért is, mert egy nem nyereséges adó, amelyiknek az ORTT szankciójától is tartania kell, nemigen vállal politikai kockázatokat, különösen egy olyan agresszív kormánnyal szemben, mint a jelenlegi.

Konvergencia

Konvergencián a hagyományos hírközlés, az informatika, a média és a szórakoztató- elektronikai eszközök egyre nagyobb fokú és mind kölcsönösebb átjárhatóságát értjük. A konvergencia várható formáját és az elterjedéséhez szükséges időt illetően a szakemberek véleménye világszerte megosztott. Mégis egyetértés van az alábbiakban:

- sok új csatorna lesz;
- sok új műsorszolgáltató lesz (legalábbis azok szerint, akik kétlik, hogy az előre strukturált műsorokat adó csatornák hosszútávon fennmaradhatnak);
- a szolgáltatások, a rendszerek és a készülékek között korábban meglévő különbségek elmosódnak annak arányában, ahogy ezek kiváltják egymást, multifunkcionálissá válnak;
- az interaktivitás, amely a konvergencia egyik fő jellemzője, megváltoztatja a felhasználó és a szolgáltató közötti viszonyt: a néző-hallgató aktivizálódik, a lineáris tartalom-befogadástól elmozdul a nem-lineáris tartalom-felhasználás felé.

A folyamat Angliában kezdődött el, s ott a legelőrehaladottabb: ma körülbelül hétmillió lakásban, az otthonok egyharmadában működik digitális televízió vagy olyan analóg tévé, amelyhez a digitális vételt biztosító szerkezetet csatoltak. öt millió háztartásban Rupert Murdoch Sky műholdas szolgáltatására fizettek elő; itt az előfizető majdnem 150 tévécsatornát kap, 70 rádió és audiócsatornát, valamint száz pay-per-view sport- és filmcsatornát, továbbá használhatja a Sky elektronikus kereskedelmi szolgáltatásait. Több mint egymillió háztartás a földfelszíni digitális televízió, az Ondigital előfizetője. Ők jóval kevesebb csatornát kapnak, de ezt kompenzálja számukra az internet-hozzáférés, amely a televízión keresztül az elektronikus levelezést is lehetővé tesz. Végül több mint félmillió család a két legnagyobb angol kábeltévé-társaság digitális szolgáltatásait veszi igénybe, amelyek az interneten túl video-on-demandot is tartalmaznak. Ez esetben a néző azért fizet, hogy megnézhesse az általa kiválasztott filmet, amelyet ugyanúgy meg tud állítani, előre- és visszatekerni, mint egy közönséges videón.

A legtöbb digitális televíziós csatornáért fizetni kell, ez azonban nem vonatkozik a BBC három digitális csatornájára: a News 24-ra, a BBC Choice-ra és a BBC Knowledge-re, amelyek mellett még további tematikus csatornákat is terveznek felállítani. A kormány tervei között szerepel, hogy 2006 és 2010 között megszünteti az analóg televíziós sugárzást, és az analóg frekvenciákat elárverezi a mobil telefonszolgáltatók között.

Magyarországon a konvergenciából eddig csak a UPC multimédiás kábelszolgálata valósult meg, valamint az, hogy a rádiók és a tévék egy része hallható és nézhető az interneten, illetve a MATÁV beszállt a tartalomiparba is (Axelero), a WESTEL mobilszolgáltató pedig hírügynökséget és telefon-hírszolgálatot üzemeltet. Az Antenna Hungaria 2004–2005-ben tervezi beindítani a földfelszíni digitális televíziós szolgáltatást – azért csak akkor, mert úgy véli, addigra várható stabil fizetőképes kereslet. Ez az időpont azon a feltételezésen alapul, hogy a bevezetésről szóló kormánydöntés 2002-ben megszületik, az ORTT 2003-ban megpályáztatja a frekvenciákat, 2004-ben kiépítik a hálózatot, s ezután beindulhat a kereskedelmi szolgáltatás. Jelenleg három multiplex (12 csatorna) frekvenciakészletének nemzetközi koordinációja van folyamatban. A jelenlegi analóg csatornákból még három multiplexet lehet kialakítani, ez összesen hat multiplexre, azaz 24 csatornára ad hosszú távon lehetőséget.

Amint ez a fentiekben is látható, a digitális, interaktív szolgáltatások bevezetésének legfontosabb gátja már ma sem a technológia kiforratlansága, hanem a fizetőképes kereslet hiánya. A földfelszíni digitális televíziózáshoz vagy egy digitális készüléket, vagy pedig egy, a digitális jelet az analóg tévé számára értelmezhetővé tevő úgynevezett set-top boxot kell beszerezni. Ez még sokáig nem lesz olcsó, habár idővel nyilvánvalóan egyre olcsóbbá válik. Emellett a legnagyobb nézettséggel bíró magyar adók, a TV2 és az RTL Klub reklámbevételeiből tartják fenn magukat, míg a földfelszíni digitális televíziók világszerte kódoltak, tehát előfizetői díjat kell fizetni értük. Annak fényében, hogy az

internet magas költsége miatt a hazai felhasználók száma európai viszonylatban rendkívül alacsony, és hogy a már működő adók túlnyomó többsége sem képes nyereséget elérni, a földfelszíni digitális televíziózás 2004-2005-ös bevezetése irreálisan korainak tűnik.

A konvergáló területeknek eltérő szabályozási módjaik vannak, amelyek eltérő szabályozási hagyományokra épülnek. A hírközlés területének szabályozása gyakorlatilag mindenütt a piaci túlsúllyal rendelkező szolgáltató(k) korlátozását előíró aszimmetrikus szabályozás. Ez a magyar Hírközlési törvény esetében is így van. Ez olyan kerettörvény, amely lehetővé teszi a szabályozónak, hogy gyorsan, rendeletekkel reagáljon a piaci változásokra. A lényegi kérdések a végrehajtási utasításokban dőlnek el, amelyek most készülnek a MEH-IKB-HIF háromszögben. Úgy tűnik, hogy a Hírközlési törvény megfelel a jelenlegi európai uniós szabályoknak, ugyanakkor nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az EU a piac további – gyakorlatilag teljes – liberalizációját készíti elő.

A média szabályozásánál az előző területtől eltérően direkt politikai és értékracionális szempontok érvényesülnek, amelyeknek a hírközlés és informatika célracionálisan szabályozott területén való megjelenése piaci zavarok forrása lehet.

Mivel az informatika általában nem felülről szabályozott, már a hírközlés és informatika szabályozásának elszigetelt egységesítése is felveti azt a veszélyt, hogy vagy a hírközlés területén alakul ki nem kívánatos monopolhelyzet, vagy az informatika túlszabályozása hozza az iparágat hátrányos helyzetbe. A médiaszabályozással való konvergálás pedig olyan mértékű túlszabályozást eredményezhet, ami a befektetési tőkét akár a terület elhagyására is ösztönözheti. Ugyanakkor a technikai szabályozásnak a tartalomszabályozástól való elkülönítése az eurokonformitás szempontjából is fontos.

A tartalomszabályozásban a legtöbb vitát kiváltó kérdés mindenütt az internet szabályozása: ez leggyakrabban a gyermekpornográfia kapcsán merül fel. Az angol megoldás többé-kevésbé ugyanaz, mint a legtöbb nyugat-európai országban: a szabályozás abból indul ki, hogy egy televízióműsor sugárzójának a felelőssége független a platformtól, legyen az kábel, műhold vagy az internet. Ez a felelősség kiterjed az interaktivitásra is, amennyiben a műsorszóró azt kontrollálni tudja. Az ITC-nek, az angol kereskedelmi tévék felügyeleti szervének viszont nincs felügyeleti szerepe olyan tartalmak felett, amelyeket kifejezetten az internetre szántak. Ebben az esetben a rendszer az internetes tartalomszolgáltatók önkéntes együttműködésére és a telefonon érkező panaszokra épül. Az internetes tartalomszolgáltatók önkéntes szervezetének van egy kódexe, amely kimondja, hogy telefonos panasz esetén (amelyre külön forródrót működik) a szolgáltatók maguk vizsgálják a kifogást, felmérik, hogy az adott helyzetben az információ szabadságának joga vagy a kérdéses anyag tiltásának szükséglete a meghatározó, s az utóbbi esetben leveszik a portálról. A pedofília Európában mindenütt üldözendő bűncselekmény, s ilyen esetekben nincs kétség a döntést illetően. Az Egyesült Királyságban egy neo-náci szervezet propagandaanyagát is levették a netről, mert az sérti a jó ízlést. (Erre a franciák is kényesek. Nemrégiben egy francia bíróság megtiltotta a Yahoónak, hogy náci emléktárgyakat árusítson a portálján.) Ezzel szemben – s ez persze az internet-szabályozás Achilles-sarka –, ha ugyanazt az anyagot az Egyesült Államokban tették az internetre, semmit sem lehet tenni, hacsak az nem vét az amerikai törvények ellen. Vannak olyan országok, ahol bármilyen tartalom feltehető az internetre, úgyhogy a tiltott anyagok kizárása végül is megoldhatatlan. Ezért Angliában, ha pedofiliáról van szó, a portálon tett látogatásokat regisztrálják, és felhívják rájuk a bűnüldöző szervek figyelmét.

2000 decemberében az angol kormány megjelentetett egy konzultációs dokumentumot, egy úgynevezett Fehér Könyvet (White Paper), amelyben egy új médiaszabályozás alapjait fektette le. Amint ezt a dolgozat első részében láttuk, ez egy többéves folyamat része: a további konzultációk, nyilvános viták most folynak, s a törvényt talán 2002-2003-ban szavazzák meg. A Fehér Könyv megerősíti az új média-felügyeleti szerv, az Ofcom szerepét az interneten megjelenő illegális tartalmak elleni küzdelemben, s ebben a műsorok osztályozásával (ratings) és a szűrő-rendszerek (filtering software) használatával elérhető szülői kontrollra is támaszkodni akar. Ugyanakkor a fő eszköz továbbra is az önszabályozás marad.

A Fehér Könyv követi az EU 1997-es konzultációs dokumentumának, Zöld Könyvének (Green Paper) ajánlásait. A Zöld Könyv a kiskorúak és az emberi méltóság védelmét részben a tartalomszolgáltatók önszabályozásával, részben a technológiai szűrőrendszerek használatával és a médiahasználat tanításával (media education) látja megvalósíthatónak. A hivatalból üldözendő, törvényellenes tartalmak elleni küzdelemben a Zöld Könyv nagy jelentőséget tulajdonít a tagállamok belügyi és igazságügyi együttműködésének.

Ezek tehát azok a kérdések, amelyekről az interneten megjelenő tartalmak szabályozásakor Magyarországon is dönteni kell. A Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete elfogadott egy önkéntes kódexet, amelyben a tagok többek között vállalják, hogy mind a szerkesztett, mind a felhasználói tartalmak esetében a szerzői jogokhoz kötődő jogszabályi előírásokat érvényesítik. Kiemelt feladatnak tekintik azt is, hogy „az általuk biztosított felületeken megjelenő egyértelműen jogsértő tartalmakat – amint azokról pozitív tudomást szereznek – eltávolítsák”. Úgy tűnik, ez Magyarországon is megteremti az alapot ahhoz, hogy Angliához és más európai országokhoz hasonlóan az önkéntes együttműködés legyen az internet ellenőrzésének fő eszköze.

Európai szabályozás

Az európai médiaszabályozás két alapidokumentuma az EU Televíziózás Határok Nélkül Direktívája és az Európa Tanács Határokon Átnyúló Televíziózás Konvenciója. Az utóbbit Magyarország ratifikálta és kihirdette – csak éppen nem tartotta be, mert a Konvenció alapelvei ütköznek a médiatörvény több előírásával. Emiatt Magyarország nem tudott bejutni az EU Média-2 programjába, s így a magyar audiovizuális ágazat komoly előnyöktől esett el. Ennél is súlyosabb probléma a médiatörvény és az EU Direktíva összeegyeztethetlensége; a médiatörvény módosítása nélkül az Európai Unióba sem juthatunk be.

Az EU szabályozás két alapvető célja az egységes piac megteremtése – tehát a műsorszolgáltatás szabad áramlása

–, valamint az európai produkciók előnyben részesítése a kontinens országaiban. Ezek az elvek, alapszabályként szerepelnek úgy a Direktívában, mint a Konvencióban.

Az Unió jelenleg öt további, a médiát érintő területen alakít ki olyan szabályozást, amelyhez idővel a tagállamoknak majd alkalmazkodniuk kell. Általánosságban elmondható, hogy míg infrastrukturális kérdésekben a tagállamok nemzeti felügyeleti szerveinek a brüsszeli előírásokat kell követniük, az EU-előírások nem vonatkoznak tartalmi kérdésekre. Ugyanakkor természetesen elkerülhetetlen az átjárás a kettő között, mint például olyan döntésekben, hogy legyen-e egy általános „must carry” szabály – amely azt írta elő, hogy a közszolgálati adásokat minden platformon továbbítani kell –, vagy hogy kötelező legyen-e a közszolgálatnak prominenciát biztosítani az „elektronikus műsorajánlókon”.

A Direktíva mellett leginkább a konvergencia Zöld Könyvvel kezdődött szabályozási folyamatára kell már most odafigyelnünk. Itt négy alapelv rajzolódott ki: (1) az audiovizuális tartalmak és az infrastruktúra szabályozásának szétválasztása; (2) a technológiai semlegesség elve; (3) a közérdek védelme (ide tartozik a kiskorúak és a fogyasztók védelme, valamint a nyelvi kisebbségek támogatása); és (4) a szabályozás szükségessége és arányossága.

Az uniós szabályozás alakulását nem mindig könnyű előre látni, elsősorban azért, mert a piaci szempontok gyakran ütköznek a társadalmi-kulturális érdekekkel, s a kiterjedt brüsszeli apparátus egyszer az előbbit, máskor az utóbbit részesíti előnyben. Jó példa erre Karel van Miertnek, az Unió korábbi, gazdasági versenyért felelős vezetőjének tervezete. Ebben Van Miert azt javasolta, hogy a közszolgálati adók bizonyos műsортípusok – így a drága sportesemények, valamint a filmek – sugárzásának finanszírozására ne kapjanak központi támogatást. Érvelését arra alapozta, hogy az e célra költött közpénz tisztességtelen versenyhátrányt jelent a kereskedelmi adóknak, mellesleg pazarló is, mivel ez utóbbiak közpénz felhasználása nélkül is sugároznák ezeket a műsorokat. A tervezet elfogadása persze lényegesen gyengítette volna a közszolgálati adók nézettségét, s ezért nem nyerte el az uniós kormányok támogatását.

Van Miert utódja, Mario Monti most arra ösztönzi a tagállamokat, hogy létesítsenek a közszolgálati média munkáját ellenőrző, független testületeket, abból a célból, hogy kiderítsék, vajon megérdemli-e a közszolgálat azt a különleges bánásmódot, amelyben magánszektorbeli riválisaival szemben részesül. A javaslat azon a véleményen alapul, hogy nem elég közszolgálatinak nevezni az államilag támogatott tévécsatornákat: megfelelő ellenőrzési mechanizmusokkal meg is kell bizonyosodni arról, hogy az adott médium valóban eleget tesz-e a megbízás kritériumainak.

Ez természetesen nem jelenti azt, hogy az EU közszolgálati média-ellenes volna. Ellenkezőleg, az 1997. októberi Amszterdami Protokoll hangsúlyozza, hogy a közszolgálati médiát támogatni kell, mert az „közvetlenül érinti a különböző társadalmak demokratikus, társadalmi és kulturális szükségleteit és a médiapluralizmus megőrzésének a szükségességét”. Az azóta eltelt három és fél évben ez a szempont egyre hangsúlyosabban jelent meg az uniós folyamatokban.

Szakmai szempontból most nyilvánvalóan azzal kellene lezárni a dolgozatnak ezt a részét, hogy minél hamarabb meg kellene teremteni a magyar médiatörvény és az EU Direktíva összhangját. Ez automatikusan szinkronba hozná a médiatörvényt az Európa Tanács konvenciójával is. A legutóbbi kormány-előterjesztés a médiatörvény ilyen vonatkozású módosításának kérdését szakmailag jól oldja meg, de további mérlegelést kíván a tekintetben, hogy a reklámszabályok és a kiskorúak védelmének terén szigorúbb, mint amit az EU feltétlen megkövetel. Az már politikai megítélés kérdése, hogy ez kívánatos-e vagy sem.

Természetesen az is politikai mérlegelés kérdése, hogy a közszolgálati média egyoldalú kuratóriumok által szentesített megszállása lehetővé teszi-e az ellenzéki pártoknak a törvénymódosítás megszavazását.

Az új médiapolitika vázlat: problémák és megoldások

Miután feltérképeztük azt az erőteret, amelyben a médiapolitikának működni kell, következő feladatunk, hogy megvizsgáljuk egy új és jobb médiatérkép kialakításának lehetőségeit és elemezzük a különböző alternatívákat. Az új médiapolitika tervezését a közszolgálati médiával kell kezdeni. Részben azért, mert a kereskedelmi oldalon a csak évek múlva lejáró szerződések eleve kevesebb mozgásteret biztosítanak, részben pedig azért, mert az igazi baj a közszolgálati oldalon van. Itt viszont óriási hiba lenne gondolkodásunkat olyan kérdésekre leszűkíteni, mint például az, hogy mi legyen kuratóriumokkal, s hogyan lehet feloldani az alapítványi és részvénytársasági forma közötti ellentétet. Az igazi kérdések szerintem a következők:

- (1) A rohamos technológiai fejlődés mennyi időre teszi lehetővé a médiapolitika kialakítását? Hány évre szólhat a következő médiatörvény?
- (2) Ahogy egyre több audiovizuális tartalom jelenik meg egyre változatosabb fórumokon, van-e még létjogosultsága a közszolgálati csatornák közpénzen való fenntartásának?
- (3) Ha még mindig szükség van közszolgálati rádió- és televíziócsatornákra, a jelenlegieket kell-e megtartani és megreformálni, vagy szerencsésebb volna új intézményeket felállítani? Bármely változat valósuljon is meg a kettő közül, mi a kereskedelmi szféra kívánatos fejlődési iránya, s hogyan lehet azt elérni?
- (4) Milyen felügyeleti rendszer lenne a legalkalmasabb a média függetlenségének és működőképességének biztosítására?
Hány évre tervezhetünk médiapolitikát?

Véleményem szerint a most kialakítandó médiapolitika szavatossági ideje nem lehet több öt-hét évnél. Azért ennyi, mert a technológiai szempontból már most lehetséges és jövendőlt robbanás gazdasági (fizetőképes kereslet) és társadalmi (a különböző korosztályok új médiumok iránti eltérő érdeklődése) okokból feltehetően csak később fog bekövetkezni. Bölcsebbnek tűnik tehát eleve egy előre meghatározott időtartamra tervezni. A kereskedelmi rádiók és televíziók engedélye határozott időre szól; a közszolgálati intézmények formáját is elég lenne néhány évre előre

megszabni, s azt egy BBC Charter and Agreement típusú, érvényességi dátummal ellátott alapító dokumentumban és Egyezményben rögzíteni. (Ebből az Egyezmény lenne az igazán fontos rész.) Ez a hozzáállás lényegesen megkönnyítené a racionális médiapolitika kidolgozását, mert azt még csak el lehet dönteni, hogy mi lenne a legcélravezetőbb szerkezet a következő öt évben, de csak egy nagyon bátor (vagy botor) ember tervezne e téren az örökkévalóságunknak.

Szükség van-e egyáltalán közszolgálati médiára?

A közszolgálati tartalmak – magas színvonalú, kiegyensúlyozott tájékoztatás és kreatív kultúra közvetítése – nemcsak közpénzből, hanem közpénzen fenntartott intézmények útján való előteremtése még ott is támadások célpontja lett, ahol amúgy magas szinten művelik a tájékoztatásnak ezt a formáját. A BBC esetében már régóta elismerik, hogy ha a nézettség-hallgatottság a közönségpiac egyharmada alá esik, akkor az előfizetői díj elveszti létjogosultságát. Ettől egyelőre azonban nem kell tartani, pillanatnyilag bőven meghaladja a negyven százalékot. Eddig annak a bírálóknak a cáfolata sem jelentett túl nagy problémát, amely szerint politikai okokból kell az előfizetői díjat magas nézettségi mutatókkal igazolni még azoknak a reklámot nem sugárzó közszolgálati adóknak az esetében is, amelyek kínálatának tekintélyes része a kereskedelmi csatornák által amúgy is közvetített műsorokból áll. Másképpen szólva ésszerűbb lenne a kívánatosnak ítélt műsorok – bárhol sugározzák is őket – közvetlen finanszírozása. A szokásos válasz erre az, hogy míg a kereskedelmi adók célja a nyereségtermelés, a BBC-é az információk közvetítése, a tanítás és szórakoztatás. A BBC profi módon vegyíti egymással a különböző részeket, úgy, hogy még legigénytelenebb fogyasztó is megeszi azt, amit kap.

Most viszont a tekintélyes lap, a The Economist 2001. augusztus 18-i számában a BBC privatizálását javasolja azon az alapon, hogy Angliában a távvezérlők és különösen a kereskedelmi forgalomban lévő, személyre programozott műsorkeresők és videók átformálják a nézői szokásokat. Az emberek nem egy bizonyos csatornát néznek, hanem valamely műsorfolyam valamely szegmensét, függetlenül attól, hogy az földfelszíni, kábeles vagy éppen digitális műholdas csatornáról jön. Amikor a néző nem egy bizonyos csatorna ajánlatát, hanem a saját preferenciái alapján kiválasztott műsorstruktúrát nézi, a közszolgálati csatornák melletti egyik fő érv elveszti erejét.

Ráadásul, amint azt a The Economist megállapítja, a digitális technológia mára megváltoztatta a televíziós műsorkészítés gazdasági paramétereit: független műsorkészítők nyereségesen, de magas színvonalon képesek viszonylag kis piaci szegmensek igényeit kielégíteni. A lap Sir Jeremy Isaacs példáját hozza fel. Ez az úr, aki egykor a Channel 4 igazgatója, később a Covent Garden operaház intendánsa volt, jelenleg egy angol rétegcsatorna, az Artsworld vezetőjeként vitathatatlanul magas kultúrát sugároz – igaz, csak előfizetők részére.

A fent elmondottakat fontos hangsúlyozni, mert részei annak a keretnek, amelyben a magyar közszolgálati média hosszabb távú jövőjéről is gondolkodni kell. Ugyanakkor természetesen a hazai helyzet teljesen más, s így az érvek is mások. Magyarországon a személyre programozott műsorkeresők elterjedése még várat magára. Azt sem nehéz megjósolni, hogy a lakosság jelentős része még évekkel a digitális csatornák megjelenése után is csak azt fogja (tudni) nézni, ami földfelszíni sugárzással jut el az otthonába. Ez pedig jelenleg az m1, a tv2 és az RTL Klub.

Ezen jó lenne változtatni, s feltehetőleg gyorsabb fejlődést eredményezne a műholdas sugárzás és helyi kábelezés kombinációja, valamint az állami támogatás. Azonban még optimális esetben is számítani kell arra, hogy a technológiai fejlődés legfrissebb vívmányai csak jóval később jutnak el az átlagfogyasztóhoz – a lemaradt rétegekről nem is beszélve –, mint ahogy a jómódú elit életformájának részévé válnak. Mi több, pont ezek az emberek azok, akik az egyéb kulturális javakhoz – színház, koncert, kiállítások, jó könyvek, folyóiratok – is sokkal kevésbé jutnak hozzá. Amellett, hogy minden lehető meg kell tenni az olyan, valóban fontos eszköz, mint például a számítógép elérhetőségének kiterjesztése érdekében, azt is biztosítani kell, hogy bárki, akinek televíziója van, részesülhessen jó minőségű, kiegyensúlyozott hírszolgáltatásban, komoly tényfeltáró műsorokban, eredeti tévéjátékokban és színvonalas szórakoztatásban. Ennek Magyarországon van egy további aspektusa is: a kulturális globalizáció elsősorban kulturális amerikanizálódást jelent. Egy kis nyelvi kulturális közösségben, ha az meg akarja őrizni az identitását, elengedhetetlen, hogy legyen olyan televíziócsatorna is, amely feladatának tekinti a magyar kultúra kreatív művelését (és nem pusztán ápolását). Még akkor is, ha az átlagos tévénéző, vevőként a szappanoperákat és akciófilmeket kedveli, állampolgárként pedig azt szeretné, ha egy kulturális értelemben vett szélesebb választék is a rendelkezésére állna.

Felvethető persze, hogy a közszolgálati tartalmak széles körben való elérhetősége valóban fontos cél, de ehhez nem kell közszolgálati csatornákat közpénzen fenntartani. Elég egy erre a célra felállított testület, amely a rendelkezésére álló közpénzből pályázatok útján finanszírozza a kívánatosnak ítélt műsorok elkészítését és a kereskedelmi adókon való sugárzását. Ezt több okból nem tartom kielégítő megoldásnak. Egyrészt még ha fel is tételezzük, hogy a testület egyenként kitűnő pályázatokat részesítene támogatásban, ezek összességükben csak akkor képviselnének koherens és kiegyensúlyozott választékot, ha a testület a csatorna-igazgató szerepét is átvinné. Másrészt a közszolgálati média egyik központi eleme a színvonalas tájékoztatás. Kívánatos-e, hogy egy külső testület befolyásolhassa a magáncsatornák hír- és közéleti műsorait? Végül, amint már a globalizációval kapcsolatban is említettük, a kereskedelmi adók nyelve és stílusa egészen más, mint a közszolgálati adóké. Ki akar igényes tévéjátékot két dél-amerikai szappanopera között? A közszolgálati híradót a kereskedelmi híradó előtt vagy után sugározzák? A kereskedelmi és közszolgálati követelményeket csak ott lehet valamelyest összhangba hozni, ahol a reklámtorta olyan nagy, hogy – ha a médiahatóság ezt írja elő – még így is megéri kereskedelmi csatornát üzemeltetni. Nálunk nem ez a helyzet.

Még egy érvet szeretnék felhozni a közszolgálati csatornák működtetése mellett. Mint tudjuk, az EU szabályok nem teszik lehetővé, hogy a törvény általános preferenciát biztosítson a hazai iparnak. Ez viszont nem gátja annak, hogy a közszolgálati médiában elvárjuk az eredetileg magyar nyelven készült műsorok magas arányát. Ez, gondolom, nem elhanyagolható tényező. Közszolgálati média Magyarországon

Jelen dolgozatnak nem feladata a közszolgálati média utolsó tíz évének részletes elemzése, de a mai helyzet okaival mégis foglalkozni kell, mert ezek behatárolják a lehetséges megoldásokat.

Azzal kell kezdeni, hogy sem a Magyar Rádió, sem az MTV nem volt soha közszolgálati intézmény. A Kádár-korszakban pártállami propaganda-eszközök voltak, bár el kell ismernünk, hogy magas színvonalú kulturális kínálatukkal nemzetközi mércével mérve is megállták a helyüket. A rendszerváltás éveiben a szólásszabadság maximális kihasználásával a rádió munkatársai komoly tekintélyt vívtak ki. Valószínűleg az éppen kivívott újságírói szabadság élménye lehetett az, ami a rádiós és televíziós újságírókat szkeptikussá tette az úgynevezett BBC etikai kódexszel szemben. A dokumentumot Hankiss Elemér és Gombár Csaba – akiknek hősieles harca a rádió és a televízió integritásáért mintául szolgálhatott volna utódaiknak – magyar változatban kiadták munkatársaik számára, de nem ragaszkodtak a betartásához. Talán a belső ellenállás vagy a média törvényre való hosszadalmas várakozás volt az oka, de lehet, hogy egyszerűen ők sem látták tisztán: nem elég kiadni egy szabálygyűjteményt, azt be is kell vezetni, a munkatársaknak meg kell tanítani a használatát, biztosítani kell a szabályok működését és betartásuk ellenőrzését, s szankciókat kell bevezetni azok ellen, akik nem hajlandóak betartani azokat. A kódex alapelve, hogy a függetlenség csak a pártatlanság fenntartásával védhető meg, amelynek biztosítására szakmai szabályokat kell kidolgozni és alkalmazni. Igaz, még ha mindez meg is történik, a Csúcs- és a Náhlik-korszak feltehetően elkerülhetetlen volt –, de utána legalább vissza lehetett volna térni az egyszer már bevezetett elvekhez és eszközökhöz. Ehelyett kialakultak a jobb-, a baloldali és a liberális szerkesztőségek; a televízióban a „Pálffy-Híradót” a „Bánó-Egyenleg”, a rádióban a „Vasárnapi Újságot” a „168 Óra” ellensúlyozta. Kiépült a klientúra-rendszer, amelyben az egyes szereplők a pártokkal és nem az intézményekkel azonosultak, és politikai kapcsolataik révén juthattak fontos pozíciókhoz.

A kilencvenes évek elején a televíziónál mindez a szabad rablás lehetőségével társult. Mint annyi más rémséget, ezt is a jó szándék szülte. A televízió akkori vezetői a túlméretezett bürokratikus belső apparátus által gyártott műsorok külső versenyeztetésének feltételeit akarták megteremteni. A BBC-nél az egyes műsorokat és sorozatokat megpályáztatják a belső szerkesztőségek és a külső gyártók között. Ez egy jól átlátható és ellenőrizhető megrendelési rendszert teremt: az kapja a szerződést, aki valamely megszabott műsortípusra a legkedvezőbb áron a legnívósabb produkciót kínálja. A verseny a belső és a külső gyártókat egyaránt gazdaságosságra készíti. Csakhogy Magyarországon, érthető módon, hiányzott a külső kapacitás. Ezt helyrehozandó, az MTV lehetővé tette, hogy külső vállalkozók – akik különben gyakran belső tévések voltak – sok esetben belső eszközöket használva készítsenek külső műsorokat. Ezzel sem lett volna baj, ha lett volna valamilyen kontrollja a kialakult árnak. Az MTV-nél azonban a produkciók árát sohasem lehetett pontosan megállapítani, mivel az intézmény fenntartásának költségét, az összköltség körülbelül kétharmadát sohasem bontották le az egyes produkciókra. A belső költségekkel kapcsolatos összehasonlítás hiányában – s mert a pályázati rendszert sem vezették be – a műsorok ára a belső szerkesztők és a külső műsorkészítők közötti alku során dőlt el. Egy ennyire átláthatatlan rendszer tökéletes talaja a korrupciónak, s mert a legnagyobb szerződések a klientúra alapján szerveződtek, a pártbefolyás és a korrupció óhatatlanul együtt jártak. Mára mindkettő keresztül-kasul átszővi az MTV-t, s még ha igaz is, hogy ezek együttesen kevesebb pénzbe kerülnek, mint a túlméretezett intézményi struktúra működtetése, kedvezőtlen morális hatásuk mégis vitathatatlan. Ezért az MTV ma már akkor sem lenne képes igazi közszolgálati adóként működni, ha szanálnák, és biztosítanák a racionális működés éves fedezetét.

Hány és milyen közszolgálati adó legyen?

Kérdés az is, hogy a jelenlegi közszolgálati adókat kell-e megtartani, esetleg megreformálni, vagy radikálisabb lépésekre van-e szükség.

Véleményem szerint a Magyar Rádió alapvető reformra szorul, de megreformálható, tehát mint intézmény megtartandó. Az MTV-t megreformálni viszont olyan volna, mint egy kórház intenzív osztályáról kihozni egy beteget, hogy felkészítsük a közeljövőben megtartandó ökolívó bajnokságra. Közszolgálati televízióra szükség van, de ezt a funkciót az MTV képtelen jelenlegi formájában betölteni. Először is szükség volna egy olyan ügyvezető elnökre vagy csődbiztosra, aki a jelenlegi intézményt mondjuk hat hónap alatt felszámolná. Ezalatt másvalaki a nulláról felépíthetne egy új intézményt, felhasználva hozzá mindazt az emberi erőforrást és tárgyi értéket, ami a régi intézményből megmenthető.

A Duna Televízió alapvetően rokonszenves, jó filmkínálattal rendelkező televízió. Sok szempontból olyan, mint a régi időkben egy jó közszolgálati adó kettes csatornája volt. Közben azonban a világ és a média megváltozott, az „eszi, nem eszi, nem kap mást” típusú televíziózás már nem megy, mert a néző nem „eszi”. Ha azt akarjuk, hogy a határon túli magyarság magyarul (is) nézzen televíziót, akkor a televíziós műsortípusoknak ugyanazt a széles kínálatát kell biztosítani számukra, amit a hazai nézők is megkapnak. Azt kell elérni, hogy a tv2-höz és az RTL Klub-hoz hasonlóan a környező országokban az új közszolgálati tévét is fogni lehessen műholdon keresztül. Az ugyanis, aki Erdélyben a „Baywatch-ot” akarja nézni, inkább megnézi azt a román televíziót, mint hogy a Duna kínálatát válassza. Különböző is, rossz szolgálatot teszünk a határon túli magyaroknak azzal, hogy külön adót tartunk fenn számukra, mert ezzel kulturális rezervátumba kényszerítjük őket. Folytatjuk a pártállami idők „kisebbségi kultúra ápolási” politikáját. Ha a nézők magyar nyelven is válogathatnak a közszolgálati és a kereskedelmi adók műsorai között, nem lehet vitás, hogy ezt a nézettségi mutatók is tükrözni fogják. Arról persze gondoskodni kell, hogy a közszolgálati televízió érdemben foglalkozzon azokkal a kérdésekkel, amelyek különösen fontosak a határon túli magyarság számára.

A fentiekől függetlenül: két közszolgálati televíziós intézmény fenntartása egy olyan kis országban, mint Magyarország, körülbelül olyan, mint Budapest és Debrecen között különböző sínpárokon két független vasút működtetése volna. Elkerülendő a pazarlást (két adminisztráció, két hírszolgálat, két közvetítő stáb az egyes eseményeken stb.), a jövőben jobb lenne csak egy közpénzből finanszírozott televíziót fenntartani. Hangsúlyozni kell: ideális esetben nem a jelenlegi MTV olvasztaná magába a Dunát, hanem egy teljesen új intézmény épülne ki,

és az új közszolgálati adó vezetője ugyanúgy meríthetne a Duna, mint az MTV állományából.

Egy adó persze nem feltétlenül jelent egy csatornát. Sőt, amikor a tendencia a tematikus csatornák előretörése, nyilvánvaló, hogy minél több csatornája van egy adónak, annál jobban képes kiszolgálni a közönség igényeit. Egy gazdagabb és már digitalizált országban erős érveket lehetne felhozni legalább fél tucat közszolgálati csatorna mellett. Magyarországon a jelen körülmények között is szükség van két csatornára. Különösen azért, mert – mint fent már szó volt róla – még jó ideig lesznek olyanok, akik úgy az elérhető csatornákat illetően, mint a kulturális hozzáférés terén hátrányos helyzetben vannak. Fontos, hogy legyen egy olyan, mindenki számára elérhető csatorna, amely nem kereskedelmi (nem szappan-akció-sorozatos) alternatívát kínál a lakosság széles rétegeinek. Ehhez a közszolgálati híres, rövid megfogalmazásának a sorrendjét meg kell fordítani: szórakoztatni, informálni és tanítani kell, ebben a sorrendben, de mindegyiket magas szakmai szinten, színesen, közérthetően és főleg hazai gyártmányú műsorokkal. Emellett a rétegműsorok, a kisebbségek és a „vájtfülűek” számára fenn kell tartani egy második csatornát. Fontos, hogy mind a két csatorna műholdon is jelen legyen azért, hogy a határon túli magyarság mindkettőt nézhesse. Azt is fontolóra kell venni, hogyan lehetne mindkét közszolgálati csatornát földfelszíni sugárzással is elérhetővé tenni.

A következő kérdés természetesen az, hogy mi legyen az új közszolgálati média struktúrája, finanszírozási módja és felügyeleti rendszere. Itt két lehetőséget szeretnék részletesen kifejteni.

Bárhogyan képzeljük is el az új közszolgálati média működését, abból kell kiindulni – és ez véleményem szerint a televízióra és a rádióra egyaránt vonatkozik –, hogy szükség van a társadalmi igények pontos és részletes megfogalmazására.

A vendég nem azt mondja a pincérnek, hogy hozzon egy jó ebédet, hanem (az árak ismeretében) pontosan a kívánt menüsört rendeli meg. A mostani médiatörvény a kulturális elvárások terén úgy fogalmaz, hogy a műsorszolgáltató fordítson különös figyelmet „az egyetemes és a nemzeti kulturális örökség értékeinek ápolására, a kulturális sokszínűség érvényesülésére”. A televízió elnökeire és beosztottjaira bízva a megrendelés értelmezését, ezért ennek teljesítését is csak szubjektíven lehet megítélni és ellenőrizni. Mivel az 1996-os médiatörvény tiltja a kurátoroknak, hogy a műsorstruktúrába beleszóljanak – ez az elnökök kizárólagos kompetenciájába tartozik – ők még elméletben sem közvetíthetik a társadalom igényeit.

Angliában ezt a feladatot egy többrétű mechanizmus segítségével oldják meg. A fenti példánál maradva, a BBC Chartához fűződő – a kormány és a BBC közötti – Egyezményben többek között az áll, hogy a közmédia „ösztönözze, támogassa és tükrözze az angol kulturális élet sokszínűségét a dráma, a vígjáték, a zene, a vizuális és az előadói műfajok terén”. A következő médiatörvény készítőinek a figyelmébe ajánlom a megfogalmazás néhány sajátosságát. Az 1996-os törvény a kultúra „ápolását” tűzi ki célul; mennyivel jobb az „ösztönözze, támogassa és tükrözze” fordulat mint követelmény. Az „egyetemes és a nemzeti kulturális örökség” múltba néző semmitmondásánál sokkal jobb „az angol kulturális élet” megfogalmazás, amely az élő kultúra sokszínűségének bemutatására utal.

A szöveg azonban önmagában még nem elég: legalább ennyire lényeges a társadalmi elvárások pontos meghatározása és teljesítésük tételes elszámoltatása. Ez egy jól felépített kiértékelési és ellenőrzési rendszer fenntartásával valósítható meg.

A legfontosabb az éves programme review, amely során a BBC vezetése és a kormányzótanács közösen értékeli az előző év műsorait, és megállapodnak a következő év műsorstruktúrájában. Ehhez rendelkezésükre áll egy több hónapos munka során elkészített, minden műsorrészlegre kiterjedő előterjesztés, valamint egy olyan táblázat, amely 80 műsортípus és altípus alsó és felső költséghatárát tartalmazza. Ennek segítségével a kormányzótanács tagjai – egy vidéki kastélyszálló nyugodt körülményei között – körülbelül egy hetet töltenek azzal, hogy egyenként foglalkozzanak a vezetés által javasolt éves műsorstruktúra részleteivel. Ily módon úgy tudnak módosításokat elrendelni és az egyes műsортípusok arányain változtatni, hogy mindig összevetik a kívánatos célokat az ezekhez szükséges költségekkel, illetve a teljes évi költségvetéssel. Az így kialakított éves műsортerv tükrözi a társadalmi megrendelést. (Ez a módszer mellelleg azt is biztosítja, hogy pontosan annyi műsor készüljön, amennyire műsorszínhely van, s nem – amint az az MTV-nél szokásos – másfélszer annyi.)

Mi az, ami ebből nálunk is megvalósítható? Először is az, hogy a közszolgálati intézmények meghatározott időre – öt-hét évre – kapják alapító dokumentumukat, már csak azért is kívánatos volna, mert ennél hosszabb időre nem lehet megjósolni a média helyzetének alakulását. Ugyancsak természetes követelmény az, hogy egy ilyen dokumentum rögzítse az intézményekkel kapcsolatos elvárásokat. Ezt, bár nagyon alacsony szakmai szinten, az 1996-os médiatörvény is megteszi. De éppen azért, mert a benne olvasható megfogalmazás általában semmitmondó, nem képes egy elfogadható társadalmi megrendelés feladatát betölteni. Logikusabbnak tűnik az alapvető elvárásokat az intézmények alapító dokumentumaiban, mint a médiatörvényben rögzíteni.

Nem tekintem a jelen dolgozat céljának a közszolgálati médiumok feladatait előíró társadalmi megrendelés szövegének részletes megfogalmazását. Ha elkészül majd egyszer, nyilvánvalóan tartalmaznia kell egy átfogó és pártatlan hírszolgálatot és közéleti műsorokat, amelyek helyi és országos szinten egyaránt biztosítják a nézők pontos és alapos tájékoztatását. A kulturális követelményeket illetően a megrendelés majdani megszövegezőinek figyelmébe ajánlom a BBC Egyezmény fentebb idézett megfogalmazását. A dokumentumnak tartalmaznia kell gyermekműsorokat és a legszélesebb rétegeket megcélzó oktatási-, vallási- és sportműsorokat. A megrendelés részévé kell tenni az olyan társadalmi csoportok életének dokumentációs és fikciós bemutatását is, mint a parasztság és munkásság, amelyek mára kiestek az elektronikus média látóköréből. Oda kell figyelni a roma szerepmodellek kialakítására is. A jövőben a magyar közszolgálati televízióknak meg kell találnia a módját annak, hogy szociográfiai jellegű műsorok, szappanoperák és tévéjátékok egyaránt tükrözzék az országban élő, perifériára szorult emberek életét úgy, hogy a nézők szembesüljenek a hétköznapi élet tipikus konfliktusaival és ezek

lehetséges kezelési módjaival. Ugyancsak fontosnak tartom, hogy legyen olyan hírműsor vagy kulturális műsor, amelynek cigány a műsorvezetője vagy a vezető riportere; a közszolgálati média társadalmi felelősségének ki kell terjednie arra is, hogy szakmai lehetőséget nyújtson tehetséges roma fiataloknak. Ezt is az elvárások részévé kell tenni.

A társadalmi megrendelés persze nem állhat csak a fenti, az intézmény működési engedélyének a teljes időtartamára vonatkozó követelményekből. Ezeket kell kiegészíteni sokkal részletesebb, a következő évre szóló műsorpolitikai elvárásokkal. Mint láttuk, a BBC-nél ez a kormányzótanács feladata. Úgy gondolom azonban, hogy a kormányzótanács intézményét sajnos – azért sajnos, mert ez komoly problémákat vet fel számunkra – nem lehet a magyar viszonyok között adoptálni. Ennek két alapvető oka van: egyrészt a tagok kiválasztása és kinevezése. Angliában van egy lista az úgynevezett „the great and the good”-ról, a nagyszerű és jó emberekről, akiket fel lehet kérni egy Royal Commissionben vagy a BBC kormányzótanácsában való részvételre. A listára általában valamelyik szakmai vagy civil szervezet javaslatára kerül fel valaki, s a kormány e lista alapján választja ki, hogy kit terjeszt fel kinevezésre a királynőnek. A másik ok a működésben rejlik: a kormányzótanácsnak egyszerre kell a társadalom érdekeit képviselnie a BBC vezetésével szemben, s a BBC mint intézmény érdekeit a politikával szemben. Ez még nekik sem sikerül mindig. Időnként azért támadják őket, mert az elnökük történetesen jóban van a miniszterelnökkel, máskor azért, mert sokak megítélése szerint túlzottan is idomulnak az intézményhez, mintegy BBC-emberekké válnak.

Nálunk más megoldást kell találni. A lényeg az, hogy szükség van egy olyan bizottságra, amely évente kiértékeli a vezetés által előterjesztett műsorstruktúrát, és a döntés anyagi következményeinek ismeretében meghatározza, hogy miből kell több, miből kevesebb. Félreértések elkerülése végett: itt nem arról van szó, hogy több legyen XY műsorából és kevesebb valaki máséból. Műsортípusokról és témákról kell dönteni. Tehát a bizottság eldönti, hogy több tévéjátékot szeretne – ha a költségvonzatok ismeretében ezt bele tudja illeszteni az éves költségvetésbe –, de arról már nem dönt, hogy ki írja a forgatókönyvet és ki rendezze az egyes epizódokat. A bizottság azt is mondhatja, hogy több figyelmet kell fordítani például a közel-keleti események elemző bemutatására, de a tudósító személyére már nem tehet javaslatot.

A pártatlanság garanciái

A fentiekben az Egyezmény műsorpolitikai részéről volt szó. Ugyanilyen fontos azonban az Egyezmény részeként a pártatlanságot garantáló mechanizmusok pontos meghatározása, mert ezek nélkül az új intézmények függetlensége nem lehet tartós.

Az angol kormány és a BBC közötti Egyezmény előírja, hogy a BBC köteles minden egyes műsoron belül – habár egy műsorsorozat ilyen értelemben egy műsorként értelmezhető – a társadalmilag vitatott kérdéseket pontosan és pártatlanul kezelni. Megszabja, hogy a BBC-nek időről időre szerkesztési irányelveket kell készítenie, amelyekben lefekteti, hogy különböző esetekben és különböző körülmények között hogyan lehet a pontosságot és a pártatlanságot megvalósítani. Az Egyezmény kilenc passzusban részletezi, hogy az irányelveknek mire kell kiterjedniük, végül megállapítja, hogy a pártatlanság nem jelent abszolút semlegességet minden kérdésben, például az alapvető demokratikus elveket illetően.

Ez nagyon fontos téma, ami alapos elemzésre szorul, ezért most elnézést kell kérnem azoktól, akik már eddig is bosszúsán olvasták a BBC működésére tett számtalan utalást. Kénytelen vagyok próbára tenni a türelmüket annak részletezésével, hogy mi teszi lehetővé a BBC munkatársai számára a pártatlanságába vetett hit megőrzését. Megelőzendő az ismert ellenvetést, hogy az angol példa nem releváns Magyarországon, kérdezem: mi az, ami az angol közszolgálat alapelveiből, az univerzális hozzáférésekből, a politikai és üzleti befolyástól való függetlenségből, a pártatlanság elvéből, az élő kultúra bemutatásából, s a mindehhez elengedhetetlen technikák és mechanizmusok működtetéséből és állandó továbbfejlesztéséből nálunk, legalábbis célként megfogalmazva, nem releváns? Vagy ha ezek nem relevánsak, akkor mik volnának az alternatívák?

Az természetesen igaz, hogy a BBC az angol nyelv, egy hanyatló birodalom, a relatív gazdagság és egy liberális politikai kultúra egyedi és lemásolhatatlan terméke. Mindezek azonban csak mellékes körülmények. A BBC legfőbb értéke az évtizedeken át internalizált közszolgálati ethosz, ami gondosan kimunkált technikák és mechanizmusok következménye. A pártatlanság például nem egyszerűen jó akarat vagy belső utasítás kérdése. A BBC műsorai azért pártatlanok, mert a szerkesztési irányelvek, a munkatársak képzése, valamint az ellenőrzési rendszerek olyan szerkesztőségeket alakítanak ki, amelyekben a pártatlanság a professzionális működés természetes része. Ebből kell kiindulnunk ahhoz, hogy létrehozhassuk a magyar közszolgálati média demokratikus és hatékony működését biztosító mechanizmusokat.

Az irányelvek vaskos kötetre rúgó tanácsgyűjteményt tartalmaznak arról, hogy a gyakorlatban hogyan kell érvényt szerezni a BBC szakmai értékeinek. Ez az értékek áttekintésével kezdődik. Az első közöttük a pártatlanságé, amely megköveteli, hogy minden műsor nyitott szellemű és „fair” legyen, tisztelje az igazságot, valamint hogy minden irányzat kellő súllyal jelenjen meg. De nem az értékek deklarálása a fontos ebben a dokumentumban, hanem megvalósításuk szakmai szempontjainak – ha úgy tetszik, trükkjeinek – részletes és pontos elemzése. 1996-os médiatörvényünk egyszerűen pártatlanságot ír elő alapvető követelményként, és az ORTT Panaszbizottsága mind a mai napig rendszeresen vitatkozik arról, hogyan is kell ezt értelmezni; döntései pedig azon múlnak, hogy éppen ki vesz részt egy-egy eljáró tanács munkájában. A BBC irányelvei adekvát (due) pártatlanságról beszélnek. Itt az adekvát szó azt jelenti, hogy az adott témához és a műsортípushoz szükséges megfelelő pártatlanság. A hírműsorokban a követelmény az, hogy a társadalmilag vitatott kérdésekben az ellentétes nézetek megfelelő súllyal jelenjenek meg mindaddig, amíg a vitatott kérdés el nem dől. (Például egy törvénykezési aktus keretében addig, amíg a Parlament nem hoz döntést.) Az már szerkesztői mérlegelés kérdése, hogy a különböző nézeteket egy műsorszámon belül szükséges-e megjeleníteni vagy sem. A szerkesztőnek azonban gondoskodnia kell arról, hogy a vitatott kérdés lezárásáig a lényeges nézetek és szempontok hiánytalanul megjelenjenek. Egy-egy műsor adott

esetben lehet teljesen egyoldalú, akár személyes álláspontot is megjeleníthet, de ilyenkor jelezni kell, hogy más álláspontok is léteznek az adott kérdéssel kapcsolatban, és azt is, hogy ezeket mikor fogja bemutatni a televízió.

A hírműsorok a vitatott kérdéseket kontextusba ágyazottan tárgyalják, úgy, hogy a nézők-hallgatók kialakíthassák önálló nézeteiket. A tudósító kifejtheti szakmai véleményét, mi több, ez fontos része a közönség szolgálatának; a véleménynek mindig jól informáltságot kell tükröznie és „fairnek” kell lennie. Alapvető szabály az is, hogy a közönség számára soha nem derülhet ki a tudósító személyes politikai meggyőződése.

Interjúban pedig azokat a kérdéseket kell feltennie, amelyeket a jól informált néző vagy hallgató is feltenne; vitás kérdésekben a távollévő fél szempontjait is meg kell jelenítenie. Bármely vitatott nézetet, amelyet egy interjúalany kifejt, kemény vizsgálatnak kell alávetni. Egyazon tónust kell használni azokkal szemben, akik hatalmon vannak, és azokkal, akik hatalomra törnek; azokkal szemben, akik egy nézetet kifejtenek, és azokkal szemben is, akik támadják azt.

Ha egy interjúalany megkerüli a kérdést, ezt nyilvánvalóvá kell tenni – ha kell, a kérdést megismételve és elmagyarázva azt is, hogy az előző válasz miért nem foglalkozott vele érdemben. Az interjúalanyok, különösen a politikusok, időnként megpróbálják megfélemlíteni a műsorkészítőt, aki teljes joggal reagálhat keményen az ilyen kísérletekre, és mindig számíthat a BBC támogatására.

A kódex ugyanakkor nagy óvatosságot, körültekintést követel meg a különféle kisebbségekkel kapcsolatos témákban. A kisebbségek helyzetüknél fogva könnyen sebezhetőek, a szavak is fájni tudnak. Egy ártatlannak tűnő vicc, ha felsőbbrendűségi érzést vagy előítéletet sugall, máris túlságosan messze ment.

Ezek nemcsak bölcs intelmek, de a gyakorlatban is megvalósulnak. Az a félórás interjú, amelyben Jeremy Paxman az akkor hivatalban levő belügyminiszternek tizennégyszer tette fel más és más formában ugyanazt a kérdést azért, hogy elfogadható válaszra kényszerítse, legendává vált, és a BBC újságíró kurzusain a tananyag szerves része lett. Ugyanez történt Brian Redhead frappáns válaszával. Egy interjú során egy kormánypárti képviselő megvádolta, hogy azért szorongatja a kérdéseivel, mert az ellenzékhez húz. Erre a riporter azt mondta: „Most tartsunk egy perc szünetet, ami alatt elgondolkodhat, hogy miként kérjen bocsánatot azért, mert tudni véli, hogy én mit teszek a választófülke magányában”.

Egy szabály csak akkor ér valamit, ha be is tartják – azaz, ha be is tartatják. A BBC-ben a szerkesztői függetlenség annyit jelent, hogy az újságírók és szerkesztők mindaddig önállóan hozhatják meg döntéseiket, amíg azok összhangban vannak az irányelvekkel. Ennyit és nem többet: a szerkesztői függetlenség nem jogosít fel senkit arra, hogy a BBC szerkesztési elveivel ellentétes műsort készítsen. Ha egy újságíró vagy szerkesztő egy adott kérdésben nem biztos abban, hogy mi a helyes eljárás, kötelessége tanácsot kérni a főnökeitől. Ekkor a felelősség már azé, aki a döntést végül meghozza.

Az ellenőrzés különböző szinteken történik. A felelős szerkesztők hetente más-más műsortípusra ügyelnek, többen megnézik ugyanazokat a műsorokat, és egy héten egyszer összejönnek megbeszélni őket. A kérdés ilyenkor mindig az, hogy azok megfeleltek-e a legjobb szakmai gyakorlat követelményeinek. Minden rendszeresen megjelenő műsort évente egyszer-kétszer felvesznek és kiosztanak az egyéb műsorokért felelős szerkesztők között, majd egy több órás tanácskozás során szerkesztőtársaikkal a legapróbb részletekig végigelemeznek. Tapasztalatból mondom: nem elhanyagolható tényező, ha az ember sohasem tudhatja, hogy az a műsor, amelyet éppen készít, nem lesz-e ilyen utólagos elemzés tárgya. Félreértések elkerülése végett: nem elég pontosnak és pártatlannak lenni. Az a műsor, amely felületesen kezeli a témáját és megkerüli a nehéz kérdéseket, ugyancsak kemény kritikát kap. A pártatlanságot ki lehet váltani a belső pluralizmussal – ez esetben a „16 Óra” és a „Beszéljük meg” című műsorok ellensúlyozzák a „Vasárnapi Újságot”. Vagy beszélhetünk a különböző adók pluralizmusáról: azt is megtehetjük, hogy a mindenkorai kormánypártok uralják a tévé egyes csatornáját, az ellenzék pedig a kettést – legfeljebb a jelenlegi felállásban az MSZP és az SZDSZ osztozkodni kényszerül a MIÉP-pel. Azt el tudom fogadni, hogyha valaki azt mondja, inkább választja az utóbbi két lehetőség egyikét, mint a pártatlanság állandó betartásával járó kényelmetlenségeket. Ám elfogadhatatlannak találom a pártatlansági követelmény elméleti elfogadását gyakorlati megvalósítás nélkül.

Milyen intézményi struktúrára van szükség?

A közszolgálat hazai felügyeletének legnehezebb problémája a politikához való viszony. Ami a fejlett politikai kultúrával bíró országokban aránylag könnyen megvalósítható, tehát hogy végső soron államilag kinevezett alkalmazottak (BBC kormányzótanács stb.) felügyelik a közmédia pártatlanságát és védik függetlenségét, az nálunk eddig megoldhatatlannak bizonyult. A nem állami, de politikai alapon kinevezettek többségükben pártkatonák, s amikor nem, akkor is érvényesül Gresham törvénye: ha egy párt pártkatonát küld, aki azért van a kuratóriumban, hogy a pártja érdekeit képviselje, támogatóinak a karrierjét előmozdítsa, akkor a többi kurátor már csak védekezésből sem maradhat ki a játékból. A társadalmi szervezetek küldöttei ugyancsak pártalapon szerveződnek, és az ő esetükben még a párt általi delegáció adta elméleti egyensúlyt sem lehet biztosítani. Tekintve, hogy a szakma mára teljesen átpolitikálódott, nyilvánvalóan nem jelent megoldást az újságírókra bízni az intézmények függetlenségét s pártatlanságát.

Gyakran felmerül a gondolat: ne kurátorok legyenek a felügyelők, hanem igazgatótanács tagok, jogászok, gazdasági és médiaszakemberek, akiket saját szakmai szervezeteik javasolnak. Ennek valóban lennének előnyei. Elsősorban az, hogy a kuratóriumokkal ellentétben teljes beleszólási joggal ellenőrizhetnék a vezérigazgató munkáját, és nem arról folyna a vita, hogy engedélyezni kell-e három, egyenként százmilliós szerződést, amikor azért van belőlük három, mert a törvény szerint egy háromszáz milliós szerződést már engedélyeztetni kell. Amikor a tévé kuratórium elnökségében ültem, gyakran éreztem: ilyen lehet sötétben, bokszesztyűvel a kézen operálni. Ez az áldatlan helyzet a fent vázolt feltételek érvényesülése mellett biztosan megszűnne. Ugyanakkor az igazgatósági tagok beleszólási joga sem túlságosan megnyugtató. Dönthetnek műsorpolitikáról, kinevezésekről,

leváltásokról és szerkesztői gyakorlatról, méghozzá anélkül a távolság nélkül, amely a BBC kormányzótanácsa és a menedzsment között fennáll. Attól tartok, hogy függetlenül attól, melyik szakmai szerv javasol, delegál és nevez ki valakit igazgatótanácsi tagnak, az illető előbb-utóbb szívességet fog tenni valamelyik politikusnak. Mondjuk, támogat egy szerkesztői kinevezést vagy egy külső szállítót. S itt jön be Gresham logikája: ha egy tag így tesz, éppen az egyensúly megőrzése miatt kell a többinek is követnie őt. Ráadásul, s talán ez ennek a megoldásnak a legfőbb fogyatékosága, az igazgatóság esetében elmosódnának a legitim és illegitim befolyásolás közötti határok.

Tegyünk egy gondolatkísérletet. Mi lenne, ha egy pályázat keretében egy külön erre a célra megalakuló, kereskedelmi alapon működő cég kapna közszolgálati műsor készítésére megbízást?

A pusztán szerződéses viszonynak megvan az az előnye, hogy egyáltalán nem kell kinevezni sem kurátort, sem igazgatótanácsi tagot. A szerződésben pontosan rögzítik a felek, hogy mire és mennyiért vállalkozik a cég, és csak azt kell ellenőrizni, hogy a kész műsorok megfelelnek-e a szerződésben vállaltaknak. Természetesen szükség van olyan emberekre, akik mindezt eldöntik. Így azonban legalább a felügyelet nem épül be a műsorszolgáltató saját szervezetébe, és nem magát a műsorkészítési folyamatot ellenőrzi, csak a végeredményt. A felügyeletnek nem kell véleményt mondania arról, hogy hány embert foglalkoztasson a műsorszolgáltató, milyen legyen a belső gyártású és a kint vásárolt műsorok közötti arány, és nem kell (sőt, nem is szabad!) állandó tárgyalásban állnia a műsorszolgáltató elnök-vezérigazgatójával – annak beosztottjairól nem is beszélve. Így tehát kisebb a beavatkozási felület és világosabbak a szerepek.

Ugyancsak fontos szempont, hogy könnyebb méretre szabott szervezetet működtetni, mint egy olyat, amely a hátán hordozza az MTV egész múltját-jelenét. Különösen könnyebb egy olyan szerződés alapján, amely kijelöli a megoldandó feladatot és a rendelkezésre álló összeget. A feladat ettől kezdve merőben szakmai, a vezetés pedig megszabadul a célok és források bizonytalansága jelentette nehézségtől. A szerződés tartalmazhatja a célok alulteljesítéséért kiróható büntetést és a kiváló munkáért adható jutalmat. A vállalkozót a teljes periódusra kiterjedő, öt-hét évig tartó munkában lehet érdekeltté tenni. Egy kereskedelmi alapon működő cégben a vezetőket más kapcsolat fűzi alkalmazottaikhoz, mint a közalkalmazotti tradícióval és politikai kapcsolatokkal terhelt köztévében. Végül azok, akik az ötletet azért találják abszurdnak, mert szerintük nem lehet közszolgálati műsorokat kereskedelmi alapon csinálni, gondolják végig: a világon többé-kevésbé mindenütt a közszolgálati műsorok számottevő részét (a BBC-nél körülbelül 25 százalékát) kívülről, a piaci szektortól rendelik meg. Tudom, a válasz erre az: igaz, de ez a kulturális-szórakoztató műsorokra vonatkozik és nem a hírekre, a közéleti műsorokra. Nos, a Channel-4, amely Angliában a kereskedelmi és a közszolgálati televíziózást ötvözi, egyáltalán nem készít saját műsorokat. Kizárólag mint kiadó működik, s – különben kitűnő – híradóját az ITN (Independent Television News, azaz Független Televíziós Hírszolgálat) szervezettől rendeli meg.

Itt egy pillanatra eljátszhatunk a gondolattal: a fenti ötlet egy variációjaként felállíthatnánk egy új közszolgálati intézményt, elnök-vezérigazgatóval, titkársággal, gazdasági igazgatóval, két csatorna-igazgatóval, s alattuk megrendelő szerkesztőkkel. Kellene még egy stúdió bemondókkal és egy PR szekció. A többit a piacról lehetne beszerezni. De vajon képes lenne-e a magyarországi piac rövid időn belül kialakítani azt a gyártóbázist, amely magas színvonalon tudná előállítani az általam elképzelt két közszolgálati televíziós csatorna műsorkínálatát? (Természetesen ebben az összefüggésben csak a televízióról beszélünk, a rádióról már elmondtuk, hogy mint intézmény, megreformálandó, de fenntartandó.) Ez a kérdés alapos vizsgálatot igényel, és ha a válasz az, hogy egyelőre nem, akkor a piaci megoldás minden fentebb részletezett előnye dacára is a közvetlen felügyeleti megoldások közül kell a legjobbat, vagy legalábbis a legkevésbé rosszat megtalálni.

Javaslatok a média struktúrájára, finanszírozására és felügyeletére

Kíséreljük meg tehát összeállítani az ellátandó feladatok listáját. A közszolgálatlal kezdve:

- el kell dönteni, hogy milyen közszolgálati adók legyenek, hány csatornán, milyen frekvenciákon stb.;
- a fenti döntésekkel párhuzamosan s azok részeként meg kell fogalmazni a hosszú távú társadalmi elvárásokat, valamint a közszolgálat finanszírozásának módját, s kiszámítani (1) a felállításához és (2) az éves működtetéséhez (a) szükséges és (b) rendelkezésre álló összeget. Ha a célok és a rendelkezésre álló pénz nincsenek összhangban, mindaddig módosítani kell az egyiket vagy a másikat, amíg összeegyeztethetőkké nem válnak;
- miután az elvárások és a finanszírozás módja és mértéke ismertté vált, pályázatot kell hirdetni a két intézmény vezetésére, kiválasztani a vezetőket, és velük együtt megfogalmazni az Egyezményt, amelyet
- egy politikai felhatalmazással rendelkező testület fogad el. Ez Angliában a kormány, de Magyarországon, különösen az egyoldalú kuratóriumok után, nem lehet a média felügyelete kormányfeladat;
- ezután, és a későbbiekben évente, meg kell határozni a következő évre vonatkozó műsorpolitikai prioritásokat;
- végül az intézményeket felügyelni kell (1) a műsorpolitikai elvárások teljesítését illetően, ami természetesen magában foglalja a műsorok pártatlanságát is, és (2) a gazdálkodás és a szervezeti struktúra kialakítása tekintetében, aminek persze a pártatlanság biztosítását szolgáló mechanizmusok is részét alkotják.

Hogyan lehetne mindezt megvalósítani? Először is egyetlen közszolgálati televízióra van szükség, amely nem az MTV és nem a Duna Televízió, hanem egy – mindkettő humán és tárgyi erőforrásait szükség szerint felhasználó – új intézmény. Az, hogy a Magyar Rádió esetében hány csatorna és milyen műsorstruktúra volna optimális, hosszú, a jelen dolgozat keretein túlmutató kifejtést igényelne. Az új közszolgálati televízióknak két csatornán kellene működni – az okokat már korábban részleteztem. Fontos lenne, hogy mind a két csatorna földfelszíni sugárzással (a társadalom jelentős része) és műholdon (a határon túli magyarok) egyaránt elérhető legyen.

A közmédia finanszírozása

A közszolgálati média finanszírozásának jelen rendszere nemcsak gyakorlati, hanem elméleti-elvi szempontból is megbukott. A három legfontosabb cél közül – hogy kiszámítható legyen, elégséges legyen, és ne adjon lehetőséget a külső beavatkozásra – egyiket sem valósítja meg. Az előfizetési díj vagy „készülék üzemben tartási díj” jó módszer a közszolgálat finanszírozására, ha az ebből befolyó pénz elég az intézmények célszerű és racionális működtetéséhez. Ez esetben a bevétel a beszedési ráta kisebb-nagyobb változásaitól eltekintve kiszámítható és nem ad lehetőséget külső beavatkozásra – különösen akkor, ha – mint Angliában – több évre előre meghatározott.

Ha viszont az üzemben tartási díj önmagában elégtelen, és ezért – mint nálunk – a több lábon álló finanszírozási rendszernek csak az egyik összetevőjét képezi, a működés akkor megbízható, ha a rendszer többi eleme stabil és kiszámítható bevételt produkál, és a díjjal együtt az összbevétel elég a közszolgálati intézmények működtetéséhez. Ha ez nem valósul meg, például azért, mert a reklámbevétel túlságosan széles határok között mozog és nem tervezhető pontosan, akkor az érintett intézmény kénytelen költségvetési pénzt kéregetni. Ez esetben az üzemben tartási díj sem a műsorpolitika pénzügyi tervezhetőségét, sem az intézmény függetlenségét nem képes biztosítani, és csupán egy meglehetősen alacsony hatékonyságú és népszerűtlen adóként működik. Ráadásul a mai magyarországi helyzetben igazságtalan is: azoknak is fizetniük kell, akik sem az m2-t, sem a Duna Televíziót nem tudják fogni, s persze azoknak is, akik egyik „közszolgálati” adót sem nézik, márpedig ők jelentik a népesség nagy többségét. Az üzemben tartási díjat tehát el kell törölni.

Nehezebb kérdés, hogy mi legyen a másik fő bevételi forrás, a reklám- és szponzorációs bevétel sorsa. A reklámbevétel előnye egyrészt az, hogy folyamatosan emlékezteti a szerkesztőket műsoraik népszerűségére, másrészt az, hogy kiegészíti a szűkre szabott állami dotációt. Ugyanakkor a hátránya az, hogy kommersz prioritás-rendszert produkál, másrészt pedig éppen a kiszámíthatatlansága miatt nem teszi lehetővé, hogy az éves műsorszámterv a rendelkezésre álló összeg ismeretében szülessen meg. (Ráadásul a reklámból elérhető bevétel gondolata a pénzügyet még inkább a bőkezűség ellen hangolja.) Mindent összevetve, úgy gondolom, jobb lenne, ha a közszolgálati média (legalábbis a televízió) nem sugározna reklámot. Előnyös volna továbbá, ha meg lehetne állapodni a két nagy kereskedelmi televízióval valamilyen quid pro quo-ról, esetleg egy olyan csomag keretében, amely – tiszta profilokat teremtve – a közszolgálati kötelezettségeket is levenné a vállukról. Ebben az esetben természetesen a közmédia finanszírozása a költségvetés felelősségévé válna. Nem hiszem, hogy ez a közszolgálati médiát kiszolgáltatná az államnak, feltéve, hogy az itt javasoltak szerint a társadalmi megrendelés ismeretében előre felméri a racionális működés anyagi feltételeit, s ha ennek biztosítását (a média-infláció rátájával évente emelve) a költségvetés több évre előre biztosítja.

Mindenesetre kevesebb beavatkozási területet látok az így megvalósuló állami kötelezettségvállalásban, mint a több lábon álló modell esetében, amelyben a díjbevétel a fizetési hajlandóság, a reklámbevétel a nézettségi mutatók és a kereskedelmi tevékenység, míg a közvetlen költségvetési támogatás (például az ÁPV Rt. vagy a leépítések finanszírozása útján) a politikai számítások függvényében változik. Ráadásul az általam javasolt módon a hallgatottság-nézettség fontossága nemcsak a reklám révén tudatosítható a szerkesztőkben. A műsorpolitika és a műsorstruktúra kialakításánál helyes megszabni, hogy az egyes műsортípusoknál mi a célközönség. Azt, hogy a műsor valóban elérte-e a megfelelő nézőket, folyamatosan ellenőrizni kell, és a műsorok kiértékelésekor számításba kell venni. Előnyös, ha egy közszolgálati csatorna nincs olyan nyomás alatt, amely arra ösztönzi, hogy – főleg főműsoridőben – mindig a legnagyobb közönséget vonzó műsортípust sugározza. A reklámbevétel kényszere azonban pontosan ezt a helyzetet eredményezi. Ráadásul az MTV jelenlegi éves reklámbevétele a kétmilliárd forintot sem éri el: így a reklámokból befolyó összeg nem járul olyan mértékben hozzá a költségek finanszírozásához, hogy a reklám fenntartása megérné a vele együtt járó hátrányokat. A reklámsugárzásra vonatkozó döntés majd csak az átalakulási és működtetési költségek és az ezek fedezésére a pénzügyi tárcából kicsikarható legnagyobb összeg ismeretében hozható meg. Ez egy olyan egyenlet azonban, amelynek jelenleg egyik oldalát sem ismerjük. Mivel a finanszírozási szükséglet egyes változatainak felmérése komoly előtanulmányokat igényel, ezeket már jóval a majdani rendezés előtt el kell kezdeni.

Végül érdemes néhány szót szólni arról, hogy miért nem a Channel 4 modell adaptációjában gondolkodunk. Mint ismeretes, a Channel 4 kitűnő televíziós csatorna, amely kevesebb mint ezer alkalmazottat foglalkoztat. Főleg közszolgálati műsorokat sugároz és megél a reklámbevételekből. A válasz igen egyszerű: egyrészt a Channel 4 rétegműsoraival elsősorban az angol intellektuális középosztályt célozza, másrészt, de ettől nem függetlenül, annak dacára képes a működési költségeit fedező reklámbevételt elérni, hogy a nézettsége sohasem haladta meg jelentősebben a tíz százalékot. Ez nem jelenthet megoldást a magyar közmédia számára.

A felügyeleti rendszer kérdései

A fentiekben azzal foglalkoztunk, hogy milyen közszolgálati adókra lenne szükség, és ezeket hogyan kellene finanszírozni. Most ahhoz a ponthoz értünk, ahol szembe kell néznünk a felügyeleti rendszer problematikájával. A jelenlegi struktúra diszfunkcionális; ez nem szorul különösebb bizonyításra. Sem a frekvenciaelosztásban, sem a közmédiák felügyeletében nem jeleskedett. A megoldást nem a reform, hanem csakis egy jobb rendszer kidolgozása jelenthetné. A szabályozás és a felügyelet

- ne legyen fékje az új technológiák magyarországi bevezetésének, s az ehhez szükséges tőkekoncentrációnak, vagyis ne legyen sem alul-, sem túlszabályozott, s ne tartalmazzon diszfunkcionális összehangolatlanosságokat;
- biztosítsa, hogy ott, ahol kívánatos – tehát a műsorprioritások (társadalmi megrendelés) és a kiegyensúlyozott és civilizált (tehát úgy a rasszizmust, mint az erőszak és a pornográfia legdurvább formáit kiszűrő és az enyhébbeket korlátok közé szorító) működés biztosításában – a szabályozás és az ellenőrzés hatékonyan működjön,
- anélkül, hogy a rendszer teret engedne a külső – állami, pártpolitikai vagy üzleti – beavatkozásnak.

Az alábbi javaslatok azt feltételezik, hogy a most kialakítandó médiapolitika csak öt-hét éves távlatra készül, s hogy az új eszközök tömeges hazai térhódítása legfeljebb ennek a periódusnak a végére várható. Elgondolásom szerint a

jelenlegi felügyeleti rendszert - az ORTT-t, az ahhoz tartozó Panaszbizottságot, valamint az egyes közszolgálati intézmények élén álló kuratóriumokat - három új testület váltaná fel:

(1) A frekvenciákat - a jövőben a digitális frekvenciákat is - elosztó testület, amelynek felügyeleti tevékenysége a frekvenciaelosztáson túl kizárólag azok szerződés szerinti felhasználásának az ellenőrzéséből állna. Ide tartozna a sugárzási idő, a hirdetési időkorlátozások és a frekvenciadíj szabályszerű fizetésének betartatása, s általában a pusztán technikai jellegű ellenőrzés. Ennek a testületnek tartalmi kérdésekre nem terjedne ki a hatásköre.

(2) Egy, a közszolgálati média szervezeti és gazdasági felügyeletét ellátó testület, amelynek hatásköre a hatékony működés ellenőrzésén túl kiterjedne a pártatlanság biztosítását szolgáló mechanizmusok (megfelelő szabályzat, képzés, ellenőrzés és szankciók) működtetésének ellenőrzésére is. Ez a testület sem lenne feljogosítva arra, hogy tartalmi kérdésekkel foglalkozzon. Ha olyan döntés születik, hogy a közszolgálati televízió működtetését a legjobb egy kereskedelmi cégre bízni, akkor a fenti testület tevékenysége csak a rádióra korlátozódna - de még ebben az esetben sem kvázi-rádiókuratóriumként, hanem a távolból működő felügyeleti rendszer részeként működne.

(3) Egy kizárólag tartalmi felügyelettel, azaz műsorellenőrzéssel és panaszokkal foglalkozó testület, amelynek hatásköre a tartalomközvetítők teljes területére kiterjedne. Ez utóbbi testület egy szakmai és egy nézői-hallgatói tanács vagy panel segítségével működne.

A frekvenciaelosztás elkülönítésének egyik célja annak az elkerülése, hogy a hírközlés, az informatika és a szórakoztatóelektronikai eszközök technikai-gazdasági szabályozása konvergáljon a média technikai-gazdasági szabályozásával. Ugyanakkor az új rendszeren belül meg kell gátolni egy túlzottan nagy hatalommal rendelkező felügyeleti szerv létrejöttét. Mint minden megoldásnak, természetesen ennek is vannak hátrányai: könnyen kialakulhatnak diszfunkcionális összehangolatlanságok. Ezeknek a kiküszöbölése érdekében koordinálni kell a különböző szabályozási területeket.

További problémát jelenthet, hogy a már kiadott frekvenciaengedélyek tartalmi követelményeket, illetve vállalásokat is tartalmaznak. A két nagy kereskedelmi televízióval kapcsolatban érdemes lenne megvizsgálni egy olyan egyezség lehetőségét, amely megszabadítaná őket ezektől a kötelezettségektől, s ugyanakkor a közszolgálati televíziót reklámmentes övezetté tenné valamilyen quid pro quo ellenében. Ez utóbbi hozzájárulás lehetne a továbbra is szükséges Műsorszolgáltatási Alaphoz.

A kereskedelmi tévéknek a közszolgálati műsorkötelezettségtől való megszabadítását azért tartom - legalábbis megfelelő egyezség esetén - indokoltnak, mert biztos vagyok abban, hogy ez az alapvető szolgáltatásokat, így elsősorban a híradót nem befolyásolná. Ami a többi műsort illeti, azok úgyszólván olyan időszakokban, s jórészt olyan minőségben jelennek meg, hogy elvesztésük nem jelentene tragédiát. A tiszta profilok kialakulása pedig valószínűleg inkább segítene, mint ártana a közszolgálati szférának.

A kuratóriumi rendszert meg kell szüntetni. Távolságot kell teremteni a felügyelő testületek és a felügyelt intézmények között. El kell választani a szervezeti-gazdasági felügyeletet a tartalmi felügyelettől; mindkét téren pontosan meg kell határozni a feladatokat, hogy meg lehessen húzni a legitim és az illegitim beavatkozás közötti határvonalat.

A szervezeti és gazdasági felügyelet egyik feladata azt biztosítani, hogy a vezetés megtegye azokat a lépéseket, amelyek a hatékony és racionális működéshez szükségesek. Ennek a testületnek a dolga az is, hogy ellenőrizze, hogyan működnek a pártatlanság biztosítását szolgáló mechanizmusok. Tehát nem az, hogy működtesse ezeket vagy beleszóljon a működésükbe, hanem csak az, hogy ellenőrizze: a célnak megfelelően működnek-e. A különbséget talán úgy a legegyszerűbb megragadni, hogy ennek a testületnek nincs tartalom-felügyeleti jogköre. Ha azonban a tartalom felügyelettel megbízott testület megkeresi a szervezeti és gazdasági felügyeletet gyakorló szervet azzal, hogy megsértették a szabályokat, akkor ez a testület kéri fel az intézmény vezetőjét annak kivizsgálására, hogyan történhetett ez meg. Emellett az igazgatót arra is felszólíthatja a testület, hogy ismertesse, milyen lépéseket tett a hasonló esetek kiküszöbölésére. A hangsúly persze nemcsak az ellenőrzésen van. Ugyanilyen fontos az Irányelvekhez hasonló, részletes szakmai szabályzat és ennek elméleti és gyakorlati oktatása; a testületnek ugyanakkor meg kell győződnie ezek rendeltetésszerű működéséről is.

A tartalom-felügyeletnek minden fórumra ki kell terjednie - még akkor is, ha amúgy erős érveket lehet felhozni amellett, hogy az internetet például ne szabályozzuk. Nemrég beszélgettem az angol médiát (is) felügyelő minisztérium egyik magas rangú tisztségviselőjével, aki arra a kérdésemre, hogy a Fehér Könyvben miért változtattak egyes jól bevált mechanizmusokon, mosolyogva válaszolt: nem hagyhatjuk Brüsszelt figyelmen kívül. Lévén, hogy ez ránk nem lehet kevésbé igaz, nem érdemes azon vitatkozni, hogy ez szükséges-e vagy sem. Azt ellenben fontosnak tartom, hogy a konvergáló területek tartalomszabályozásánál figyelembe kell venni az azokhoz fűződő eltérő nézői-hallgatói elvárásokat. (Ez különbözik Körmendy-Ékes Judit ORTT-elnök megközelítésétől, aki azt hangsúlyozza, hogy meg kell határozni a jog által védendő értékeket, és azokat a tartalomszolgáltatás minden területén alkalmazni kell.) Az internet szabályozásánál elsősorban - de nem kizárólagosan - a tartalomszolgáltatók önszabályozására kell építeni.

A tartalomszabályozásnak és felügyeletnek hangsúlyosabban kell érvényesülnie a közszolgálat területén. A fenti testület az, amelyik az adók menedzsmentjével és a szakmai, valamint nézői-hallgatói panelekkel együttműködve kialakítja az éves műsorpolitikai elvárásokat és ellenőrzi azok teljesülését. Ugyancsak ez a testület ellenőrzi a törvényben vagy a működési engedély részét képező Egyezményben lefektetett, a tartalomra vonatkozó szabályok betartását, úgy a rendszeres monitoring, mint egy - nem a maihoz hasonló! - panasz eljárás működtetésével. Munkájának fontos részét képezné, hogy szakértőkkel gyűjtse egybe és elemeztesse az erőszak, a szexualitás stb. megjelenítésével és egyéb fontos témákkal kapcsolatos nemzetközi kutatások eredményeit. Ennek alapján adjon szakmai tréninget saját munkatársainak és útmutatást a médiának. A testület tagjai természetesen nem avatkozhatnak be a szervezeti struktúra kérdéseibe.

Minden, a fentieket érintő kritikát és ellenvetést kész vagyok nagyon komolyan venni, kivéve azt, hogy nincs

szükség külső szabályozásra és ellenőrzésre – elég kinevezni a megfelelő embert, biztosítani számára pénzt, paripát, fegyvert, s a többit bízunk rá. Ez a stratégia a politikában sem szokott beválni. Az más kérdés, hogy az igazi garanciát végül is nem a szabályozás és az ellenőrzés, hanem az ethosz jelenti. Olyan intézményeket kell kiépíteni, amelyekben az emberek büszkék a saját munkájukra és büszkék magára az intézményre is. Az ethosz azonban csak akkor alakulhat ki, ha a szabályok már internalizálódtak. Hogy ne mindig csak a BBC-re hivatkozzam, szeretném idézni Karl Huebsert, az Audi magyarországi főnökét, aki a Népszabadságban közölt interjújában a korrupcióval kapcsolatban ezt mondta: „A konszernnél alkalmazott beszerzési eljárások önmagukban garanciát jelentettek számunkra a korrupció ellen. [...] Lassan épültek fel a belső erkölcsi korlátok.” Ez a dolog lényege: a megfelelő mechanizmusok – amelyek nemcsak az ellenőrzésre, hanem például a belső kommunikáció csatornáinak megteremtésére is alkalmasak – vezetnek a helyes működéshez, azután annak internalizálásához, s végül ahhoz a bizonyos ethoszhoz.

A megvalósítás metodikája

Egy új médiatörvény nélkül hozzá sem lehet kezdeni a megvalósításhoz; ettől azonban még nagyon fontos a koncepció kidolgozása annak érdekében, hogy készen legyen, amikor egy új médiatörvény megalkotására lehetőség nyílik. Nem vagyok túlságosan pesszimista. A választások után – ha azok kimenetele a reményeim szerint alakul –, talán azok is érdekeltek lesznek egy átlátható és tisztességes rendszer megteremtésében, akik eddig nem lelkesedtek az ötletért. Ők tudják a legjobban, hogy milyen egyszerű egy kormányzatnak, ha úgy akarja, „kiegyensúlyozni” a közszolgálatot.

Az új médiatörvény megalkotásának részeként a parlament egy külön erre a célra felállított bizottsága kétharmados alapon kiválasztja és létrehozza a különböző szakmai és társadalmi szervezetek által javasoltak közül azt a szakértői csoportot, amely megfogalmazza a hosszú távú társadalmi elvárásokat, a megrendelést. Ennek a költségét ki kell számítani, a pénzügyi tárcával egyeztetni, s addig dolgozni, míg a célok és a rendelkezésre álló pénz összhangba nem kerülnek egymással. Ezután a fenti csoport meghirdeti a két intézmény vezetői posztjait, egyeztet a jelöltekkel a célok és az eszközök tekintetében, és azt a két embert, aki a legmeggyőzőbb szervezeti és műsorstruktúrát javasolja, felterjeszti. Ugyancsak elküldi a bizottságnak az Egyezmény szövegét. A parlamenti bizottság vagy elfogadja – kétharmados többséggel –, vagy visszaküldi, de nem módosíthatja a tervezetet. A jelölteket szintén támogathatja vagy elutasíthatja, de nem tehet javaslatot más személyekre. A kétharmados követelmény remélhetőleg úgy a szakértői csoport kiválasztásakor, mint később segít a kompromisszumos, tehát a politikai paletta extrémításait kiszűrő megoldások megtalálásában. Ha a bizottság elutasítja – akár többszöri felterjesztés után – a csoport jelöltjeit vagy az Egyezményt, akkor kénytelen új szakértői csoportot kinevezni. Amikor végül megvan a kétharmados többséggel elfogadott elnök, az elvárásrendszer és a megfelelő pénzügyi garancia, akkor el kell kezdeni az MTV és Duna Televízió lebontásának és az új tévé megteremtésének több hónapos munkáját, méghozzá úgy, hogy az új televízió beindulásáig biztosítani kell a régiek működését. A rádiónál természetesen az új vezető az átszervezést működés közben oldja meg.

A három felügyeleti testület tagjait – a szakmai vagy társadalmi testületek jelöltjei közül – kétharmados többséggel szintén a parlamenti bizottság választaná ki. Alternatív lehetőségként ezek a szakértői posztok is meghirdethetők; ebben az esetben a pályázatok alapján kell választani a jelöltek közül. Annak sincs akadálya, hogy valaki először a szakértői csoportban, majd később az egyik felügyeleti szervezetben tevékenykedjen.

Ami a kereskedelmi oldalt illeti: a már sugárzó adóknak jónéhány évre érvényes szerződésük van, és ez a dolgot nem foglalkozik hosszabb időtávval. Ugyanakkor megfontolandónak tartom a jelenlegi szerződések felülvizsgálatát. Természetesen feltételezem, hogy az erre a célra létrehozott testület digitális sugárzási engedélyeket is kiad majd, de ennek körülményeit nem lehet elég pontosan előre látni még. Annyit azért érdemes megjegyezni: európai elvárás – az erre vonatkozó 1994-es prágai deklarációt Magyarország is elfogadta –, hogy a közmédiának is meg kell adni a digitális sugárzás lehetőségét.

Végül egy gondolat a 400 éve vágott fű paradoxonjáról: valóban, 400 év után sűrűbb és selymesebb, de ha gondozzák, a gyeper minősége többet javul az első öt-tíz évben, mint a tizedik évtől a négyszázadikig.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

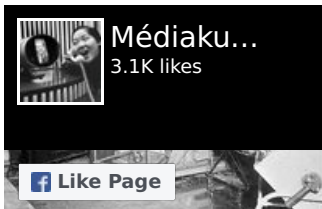
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Közszolgálat

[Alina Mungiu-Pippidi:](#)

Államiból közszolgálatit

A kelet-közép-európai televíziók sikertelen reformja

A tanulmány górcső alá veszi a közép-kelet-európai országok állami televízióinak átalakulását a demokratikus változások első tíz évében. Azt vizsgálja, sikeres volt-e az állami televíziók közszolgálativá való átalakítása a Cseh Köztársaságban, Lengyelországban, Magyarországon, Romániában és Bulgáriában. Továbbra is politikai ellenőrzés alatt állnak-e a vizsgált közszolgálati televíziók, vagy függetlenné váltak? E kérdésre a szerző az említett országokban az utóbbi tíz évben elfogadott médiatörvények vizsgálatával és háttérinterjúk alapján keres választ. A közszolgálati televíziózás alakulását a kereskedelmi televíziók megjelenésével kialakult új gazdasági környezet összefüggésében elemzi. Általános következtetése az, hogy a közszolgálati televízióknak fel kell venniük a versenyt a piacon, és ki kell elégíteniük a közönség igényeit, ha fenn akarnak maradni.

Előzmények: a szabadság és kijózanodás évtizede¹

Kelet-Közép-Európa utóbbi tíz éves, kivételes történetében rövid idő alatt zajlottak le olyan történelmi változások, amelyek normális körülmények között sok évet vennének igénybe. E változásokat szemléletesen példázza a közszolgálati televíziózás alakulása. Mindössze tíz év alatt a posztkommunista országokban a közszolgálati televízió a propaganda leghatékonyabb eszközéből (amelynek nyomait még mindig fellelhetjük a szerb televízióban) előbb a felszabadulás irányítója lett (a közönség még emlékszik az „élőben közvetített román forradalomra”), majd megállapodott a kisebb média- és politikai aktorok szerepénél. Ez a fejlődés nemcsak gyorsabb volt, mint a hasonló nyugat-európai változások, de alapjaiban különbözött is azoktól. A műsorszolgáltatás liberalizálása és a sajtószabadság Kelet-Közép-Európában instabil politikai és társadalmi körülmények között jelent meg, olyan társadalmakban, amelyek még keresték identitásukat és a régi kommunista berendezkedést felváltó új normatív rendszert. A valaha mindenható médiaszereplő, az állami televízió sorsának alakulására egyformán hatott a kommunista idők öröksége, amely fellelhető volt a törvényhozásban és a jogi kultúrában, és az átmenet, amely során infláció és pénzügyi megszorító intézkedések versengtek egymással. Hatást gyakoroltak rá a régi és a feltörekvő politikai elit közötti kíméletlen hatalmi harcok is. A végeredmény: ahelyett, hogy javult volna, súlyosabbá vált ezeknek az intézményeknek a helyzete. Tíz évvel később – bár a parlamentek elfogadták azokat a törvényeket, amelyek legalább formálisan közszolgálativá alakították az állami televíziót – már a kereskedelmi állomások a piacvezetők, miközben a közszolgálati csatornák növekvő deficittel és legitimitációs válsággal néznek szembe.

Hogy megérthessük a kelet-közép-európai média kommunizmus utáni helyzetét, tudnunk kell, hogy a médiának itt a szabadságot nem felülről adták meg, hanem a nyitás első következményeként maguk az újságírók vívták ki azt. Csak később intézményesült; néhány országban az újságírók minden mediaszabályozást elleneztek, mert attól tartottak, hogy a politikusok a jogszabályokat szabadságuk megnyirbálására használnák. Még akkor is, amikor a jogszabályokat végül megszavazták, kalózádiók folytatták az engedély nélküli műsorsugárzást (például Lengyelországban és Romániában). Néhol lassan, máshol gyorsabban privatizálták az állami médiát. Ez azonban nem sokat változtatott a média ellenőrzésén, mert egyik napról a másikra megjelentek az új, magánkézben levő újságok és rádióállomások is. Posztkommunista és antikommunista kormányok egyformán megörökölték a monopóliumhelyzetben levő televízió fölötti ellenőrzés jogát, és néhány kommunista újság szintén túlélte a váltást, de – legalábbis a kezdetekben – új újságok száza is megkezdtek működni. Ahogy Tamás Gáspár Miklós megjegyezte, a szólásszabadság heves érvényesülése talán az átmenet legfontosabb tünete (Tamás 1999).

Az új rezsimek azonban éppúgy irányítani kívánták az állami médiát, mint annak idején a kommunisták, és az állami televízió sok esetben a kormány szócsöve maradt (O'Neill 1998: 2). Mivel azonban a régió összes országa előbb tagja lett az Európa Tanácsnak, majd társult tagja az Európai Uniónak (EU), rájuk is vonatkozott a legújabb európai műsorszolgáltatási politika, főként a „Televíziózás határok nélkül” direktíva, amely néhány éven belül a televíziós piacok deregulációjához és liberalizálásához vezetett. A magántelevisziók tehát azelőtt jöttek létre, hogy a kormányok függetlenné tették volna a közszolgálati csatornákat. Ez ösztönzőleg hatott a demokratizálódásra, és megmutatta a politikusoknak, hogy az új, plurális körülmények között árnyaltabb módon kell használniuk a médiát.

A román állami televízió (TVR) például győzelemként tálalta a posztkommunista kormány 1996-os helyhatósági választásokon történt bukását, de mivel három másik magáncsatorna is közvetítette a választásokat, ezzel csak ártott szavahihetőségének.

Az átmenet általános jellemzője, hogy az emberek egykor, a kommunizmus alatt Nyugat-Európát figyelve nem erről a világról álmodtak. A nyugat-európai modell azóta vagy annyira megváltozott, hogy gyakorlatilag már nem is létezik, vagy elérhetetlen a kelet-közép-európai országok számára. Az európai szervezetekből vagy hiányzik a politikai akarat, vagy nem rendelkeznek a közszolgálati média olyan koherens modelljével, amelyet átadhatnának Közép-Kelet-Európának. A közszolgálati média megreformálására nincs olyan sikeres modelljük, mint mondjuk az igazságügy vagy a közigazgatás terén. Ezért a közszolgálati média egyfajta vákuumban maradt, és hiányoznak a reformhoz szükséges partnerek is. Ahelyett, hogy a közszolgálati média függetlenítésének ideálját szorgalmazta volna, az Európa Bizottság és az Európa Tanács arra ösztönözte a régió államait, hogy engedélyezzék a magán-televíziókat mint a közszolgálati televízió alternatíváit. Így a kelet-közép-európai közszolgálati média reformján dolgozó újságíróknak és vezetőknek a saját modelljükre kellett hagyatkozniuk. A legtöbb esetben ez a modell nagyon liberális volt, mivel az újságírókat és a vezetőket vagy külföldön képezték, vagy olyan nemzetközi közszolgálati társaságnál dolgoztak korábban, mint a BBC. Ez persze ellenérzéseket szült, mivel a reformok által veszélyeztetett csoportok ezeket az embereket „idegennek”, vagy éppen a nemzeti kultúra árulóinak tekintették.² A következtetés nyilvánvaló. A rendelkezésre álló modellek – a BBC és az amerikai média – kicsit távoliak Kelet-Közép-Európától, és nincs itt súlyuk, ellentétben Brüsszellel, amelynek megvannak az eszközei, de – az Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége (European Broadcasting Union – EBU) léte ellenére – nincs általánosan elfogadott, világos modellje.

A közszolgálati televízió egy lehetséges modellje

A televíziós piacok deregulációja Európa-szerte széleskörű vitát kavart a televízió szerepéről. A vita egyes résztvevői joggal hangsúlyozták azt, hogy a műsorszolgáltatással kapcsolatos elképzeléseknek illeszkedniük kell a társadalomról alkotott általánosabb elképzelések közé (Tracey 1993: 19). A közszolgálati televíziózás két fő filozófiai alapját, a gazdaságtani és a demokratikus felfogást gyakran úgy állítják be, mintha kölcsönösen kizárnák egymást (Atkinson & Raboy 1997). Ennek ellenére hiszem, hogy e kettő összeegyeztethető, mert egy olyan társadalomban, amely most alakul át totalitáriánusból demokratikussá és tervgazdaságból piacgazdasággá, a kétfajta megközelítés valójában kiegészíti egymást. Az állami televíziók függetlenségének vizsgálata során ezért egyszerre foglalkozom a vezetőknek és az újságíróknak a közszolgálati televízió irányításában és a műsorok szerkesztésében élvezett szabadságával, illetve az állami televízió teljesítményével abból a szempontból, hogy miként alakítja át magát a piaci versenyhez alkalmazkodni képes intézményre.

Lényeges különbség a közszolgálati és a magán-televíziók között, hogy a közszolgálati televízió esetében sokkal fontosabb a legitimitás kérdése. A köztévé csak azzal igazolhatja a közpénzekből neki juttatott támogatás jogosságát, ha nem pártos: objektívnek kell lennie, és a közérdeket kell szolgálnia. Az állami és a közszolgálati televízió a szerkesztők szabadságában különbözik. Az állami televízió az állam (pontosabban a kormány) érdekeit szolgálja, míg a közszolgálati televízió a társadalom „megbízottja”, szerepe megköveteli a kormánytól való teljes függetlenséget. Ezért részben elfogadom, hogy a közszolgálati televízióknak „küldetése” van a szóban abban az értelmében, ahogy azt a demokratikus filozófia hívei gondolják. Mégsem mondanám azt, hogy e küldetés célja az állampolgárok oktatása, illetve kulturális és nemzeti öntudattal való felvértezése. Úgy vélem, erre a feladatra más intézmények hivatottak. A televízió egyszerűen nem alkalmas a magas kultúra terjesztésére. Az a küldetése, hogy biztosítsa mindazokat az objektív, részletes és gyors információkat, amelyek nélkülözhetetlenek ahhoz, hogy a demokratikus folyamatokban részt vevő állampolgárok tisztán lássanak. Úgy tűnhet, hogy ez minimalista szerepértelmezés, pedig valójában nem az. Minden egyéb küldetés csak korlátozza a médiainstítúciókat abban, hogy szabadon keressék és határozzák meg saját identitásukat – márpedig az efféle szabadság nemcsak a médiainstítúciók, hanem minden intézmény fennmaradásának előfeltétele. Ugyanakkor közel áll hozzám a piaci filozófia néhány olyan pontja is, amely szerintem kiegészíti a közszolgálati televízió általam javasolt modelljét. A kommunizmus alatti állami műsorszolgáltatás a lényegét tekintve teljesen különbözött a demokratikus társadalmak állami műsorszolgáltatásától – még az utóbbiakban időnként tapasztalható kormányzati beavatkozásokkal együtt is. Az állami médiában tevékenykedő újságírók élvezték a kommunista pártok bizalmát: az újságíró-iskolákban átítatta őket a kommunista ideológia, vagy – mint Romániában – maguk is a pártapparátus különleges iskolájába jártak. Anyagi háttérét az állami költségvetés biztosította. Az alkalmazottaknak a teljesítményüktől függetlenül biztos állásuk volt. Emiatt az állami televíziót a közigazgatás részének tekinthetjük, hiszen államilag finanszírozzák, közszolgálati feladatot lát el, és államigazgatási funkciói vannak. Az sem véletlen, hogy ezek az intézmények hajlamosak túl sok alkalmazottat foglalkoztatni. Amint később részletesebben látni fogjuk, az alkalmazottak kifejlészenek egy, a túlméretezett államok bürokratáihoz hasonlóan önérdék vezérelte viselkedésmódot is. Az állami forrásokról az előfizetési díjra való áttérést azért nem üdvözölték ezek az intézmények, mert az utóbbi nem megbízható jövedelemforrás. A Magyar Televízió (MTV) egyik vezetője még 1999-ben is azt magyarázta nekem, hogy az MTV pénzügyi válságának egyetlen megoldása az lenne, ha visszatérnének a teljes állami finanszírozásra.

Az általam javasolt modellben a közszolgálati televízióknak nem sok választása van: olyan közintézménynek kell tekintenie magát, amely fogyasztó-orientált szolgáltatást végez, és javítania kell teljesítményén a nézettség, a bevételek, illetve a költség-haszon egyensúly terén. Más területekhez hasonlóan a kelet-közép-európai intézményeknek itt sincs más lehetőségük, mint hogy átvegyék a jelenlegi nyugati szemléletet. Egyrészt azért, mert túl szegények ahhoz, hogy hosszas keresgélés után találjanak rá azokra a gazdasági alapigazságokra, amelyekről idejekorán dönteni lehetett volna. Másrészt az EU-tagságra pályázó országokban szemlátomást nincs más lehetőségük, mint hogy – bármilyen nehézségeket is jelentsen ez – kapitalistává váljanak. Az elsődleges – és valójában egyedül lehetséges – intézményi logika megköveteli, hogy olyan intézményeket tervezzünk, amelyek egyre kevésbé függenek az államtól kapott anyagi forrásoktól, és a vezetőségük el tudja érni, hogy átvészeljék a

gazdasági megpróbáltatásokat, illetve képes biztosítani az ügyfelek elégedettségét. A menedzser-szemlélet vagy az új közigazgatási megközelítés alternatívája a kilencvenes években nem valamely másfajta elképzelés, hanem bármiféle elképzelés hiánya volt. Míg a közigazgatási intézmények esetében modellek szükségesek ahhoz, hogy kiderüljön, vajon e szervezeteket is piaci, versenyhelyzetben lévő szereplőknek kell-e tekintenünk (Doel 1979), a közszolgálati televízió esetében elegendő lenne figyelembe venni a magán-televíziók megjelenését. A gyakorlatban ez nem így történik: mind a szocialisták, mert régimódiak (vagyis a kommunista pártok örökösei), mind egyes liberális politikusok, akik a tisztességes versenyt védik, azt állítják, hogy a közszolgálati televízióknak semmilyen szempontból nem kellene tartania a versenyhelyzet jelentette veszélytől, inkább folytatnia kell megszokott műsorpolitikáját, függetlenül a nézettségi mutatóktól. Arról azonban nem beszélnek, hogy miként maradhat fenn a közszolgálati televízió, ha feladja a közönségét, és így az előfizetési díjak beszedésére szóló felhatalmazását, illetve olyan minimalistán értelmezi társadalmi szerepét, mint az amerikai közszolgálati adó, a PBS.

A jó televízió tehát versenyképes, és teljesítményének első számú mércéje a piaci részesedés. A második fontos mutató az „identitás”, amely inkább a minőséget jelzi. Minél könnyebben azonosítható egy csatorna máshol nem látható minőségi műsorokkal, annál „jobb” televízió. Az értékelés szempontjai az utóbbi esetben elitistábbak: inkább a szakmai elit, például az újságírók és a kritikusok véleménye számít, mint a közönség értékelése. A két dolog ugyanakkor sok esetben megegyezik.

Függetlenség: a közszolgálati médiát szabályozó új törvények

Az új médiumok számának robbanásszerű növekedése ellenére az állami televíziók monopolhelyzetüknek és a megfelelő lapterjesztés hiányának következtében 1989 után is a média legfontosabb szereplői maradtak. A televízió elnököt tudott „csinálni”, mint Romániában, ahol azok az emberek lettek az első kormány tagjai, akik Ceausescu menekülése után a város más stratégiai fontosságú pontjai helyett a TVR-t rohanták meg. A Bolgár Televízióban (BTV) 1991-ben lezajlott puccs nyomán született az a döntés, hogy a politikai válságokról tisztességesen kell tudósítani, ez pedig rövidesen a miniszterelnök leköszönéséhez vezetett. Nem csoda, hogy az első években mindenhol küzdelem folyt az állami tévék irányításáért, míg reformjuk csak másodlagos szempontként vagy egyáltalán nem került terítékre. A közszolgálati médiával szemben alkalmazott intézményes-formális, illetve a napi gyakorlatból kiinduló megközelítést egyaránt az jellemezte, hogy a közszolgálati média vagy a sajtószabadság elvont, importált elképzelése helyett az egyes posztkommunista országok politikai és kulturális környezete által létrehozott kontextus volt a meghatározó. O'Neill szerint „[a] kelet-európai média remek példája annak, hogyan befolyásolja a múlt intézményes berendezkedése a média átalakulásának folyamatát, kirajzolva a térségben jelenleg zajló küzdelem kontúrjait” (O'Neill 1998: 5).

A visegrádi országokban, ahol az első szabad választáson a kommunistaellenes erők jutottak hatalomra, napirendre került a televízió „demokratizálása”, és történt néhány kísérlet a közszolgálati média átvilágítására is, ám e kísérletek nem jutottak messzire (Sparks 1994; Molnár 1999). Sem az antikommunista, sem a posztkommunista politikusok nem siettek biztosítani az állami televízió függetlenségét. 1999-re valamennyi vizsgált ország elfogadta a maga médiatörvényét. Az elsők a csehek voltak 1991-ben, az utolsók a bolgárok 1998-ban.

Bár az általam megkérdezett televíziós vezetők többsége számára saját bevallása szerint a BBC a példa, a posztkommunista időkben létrejött jogi keretek aligha állhatnának távolabb a BBC-étől. Az új törvények létrehozták ugyan a közszolgálati televíziót, és így megszüntették a televízió „állami” vagy „kormányzati” ellenőrzését, de az irányítást nem a „köz” kezébe helyezték, mert a „köz” fogalmát kizárólag a politikai képviselőket keresztül értelmezik. A médiatörvények erős partitocraziát teremtettek Kelet-Európában: a parlamenti többség birtokosa irányítja a közszolgálati televíziót, még ha a tévékurátorok mandátumai néha arányosak is a parlamenti mandátumokkal. Hiába rögzítették azonban jogszabályok a közszolgálati televíziók fölötti erős politikai irányítást, a gyakorlatban csak a közszolgálati csatornák ellenőrzéséért vívott folyamatos küzdelmet látjuk. A közszolgálati médiát szabályozó törvények tehát csak lépést tartottak a valósággal, és egyértelműen politikai érdekek késleltették meghozatalukat. Sparks helyesen állapítja meg, hogy „a törvényeket nem egy új korszakra szabták, hanem már kialakult új szokások és új sémák kontextusában hozták őket” (Sparks 1998: 136). Az új jogszabályok egyetlen lényeges változást hoztak: elindították a magáncsatornákat. Egyesek azt remélték, hogy a közszolgálati televíziózásról szóló törvények elfogadása véget vet a televízió irányításáért folyó harcnak (Molnár 1999). Semmi sem eshetett volna messzebb a valóságtól.

A vezetők kinevezése

A közszolgálati televízió függetlenségének szempontjából a legfontosabb kérdés az, hogyan jelölik ki (és bocsátják el) a vezetőket, illetve hogyan határozzák meg hatáskörüket. Valamennyi vizsgált országban botrányok törtek ki a főigazgatók vagy az igazgatótanácsok elbocsátásának általános gyakorlata miatt. A kinevezések és elbocsátások a médiatörvényeket megelőzően a kormány (mint például Magyarország vagy Bulgária esetében) vagy az elnök (Lengyelország) hatáskörébe tartoztak. A törvény elfogadása óta parlamenti bizottságok látják el ezt a feladatot. A különbség nem sokat számít, egyrészt mert a parlamenti többség ugyanazokat a politikai érdekeket tükrözi, amelyeket korábban a kormány közvetlenül érvényesített, másrészt mert a politikusok egy követ fújnak, ha arról van szó, hogy meg kell védeni osztályukat a média bírálatától. Elemzők arra hívják fel a figyelmet (Kleinwachter 1998; Goban-Glasz, idézi O'Neill 1998: 37), hogy ezek a politikai csoportok jobboldali vagy baloldali elkötelezettségüktől függetlenül egyformán a politikai hatalom eszközeinek tekintik a médiát, a közszolgálati televíziót pedig egyenesen „az” eszköznek tekintik. Nem foglalkoznak sem az előfizetési díjat álló közönséggel, sem magával a televízió-társasággal. E jelenséget az elemzők többsége a kommunizmus következményének tekinti. Én viszont inkább úgy vélem, hogy a politikusok részéről ez racionális stratégia olyan időkben, amikor teljesen hiányoznak az erkölcsi normák, amikor tudják, hogy nincsenek meg a felelősségre vonás mechanizmusai. Ha ez csak a kommunizmus következmény lenne, már szertefoszlott volna. De ez a magatartás – ahogy a spanyol és görög példa is mutatja – túléli az „átmenetet”. Érvényesül az olasz *lotizzazione* modell is: a kelet-közép-európai

politikuskok hajlamosak a sajtót olyan területnek tekinteni, amelyen néha megjelenhetnek ellenzéki nézetek is, de amelybe az újságíróknak nincs beleszólásuk.* A közszolgálati televízió egyik vezetőjeként gyakran olyan véleményeket is hallottam különböző politikusoktól, hogy például egy antiszemizmusról szóló beszélgetés házigazdájának meg kell hívnia egy antiszemita vendéget is, vagy hogy egy híradónak minden párt sajtótájékoztatójáról be kell számolnia, a közönségre bízva, hogy érdekesnek találja-e azt – és így tovább. Az újságírói munka végzését azonban helyesebb az újságírókra bízni.

Ettől az általános problémától eltekintve a törvényhozók egyes országokban jobb, másokban rosszabb munkát végeztek. Magyarországon az első kinevezett kuratórium csak mandátuma rövid szakaszában látta el hivatalát, és leköszönt, amikor megváltozott a politikai többség összetétele. Az MTV-t 1999 februárja óta „csonka” kuratórium felügyeli, azaz a testület kizárólag a kormánypártok delegáltjaiból áll. Bulgáriában, ahol utolsóként fogadták el a médiatörvényt, a szocialista ellenzék nem volt hajlandó részt venni a kuratórium megszavazásában, mondván, hogy a törvény csak legalizálja a kormány közszolgálati televízió feletti uralmát. A román parlament 1994 és 1998 között képtelen volt kinevezni a kuratóriumot, illetve 1998 júniusa és októbere között a kuratórium elnökét. A cseh média esetében az 1994-ben frissen kinevezett kuratóriumot elbocsátották. Lengyelországban Lech Walesa először a kuratórium elnökét rúgta ki 1994-ben, azután a Lengyel Televízió (PTV) elnökét a teljes vezetőségi tanáccsal együtt, 1996-ban.

Papíron a lengyel és bolgár rendszer jobbnak tűnik, mivel látszólag növeli a távolságot a politikai alapon kinevezett kuratóriumok és a közszolgálati televízió vezetősége között. A gyakorlat azonban teljesen más. Lengyelországban „műsorszolgáltatási bizottság” nevezi ki a szintén politikai jellegű televízió-kuratóriumot, amely aztán pártállás szerint osztja szét az öt igazgatótestületi helyet, dacára annak, hogy ilyen értelmű törvényi rendelkezés nincs. Amikor 1999 őszén meglátogattam a lengyel közszolgálati televíziót, az igazgatótestületnek csupán egy tagja (egyben az egyik párt nem hivatalos képviselője) rendelkezett médiavezetési tapasztalatokkal; a többieknek sem vezetési, sem újságírói gyakorlatuk nem volt. És nekik kellett döntenie olyan mikro-igazgatási kérdésekben, mint a műsorterv. Az MTV egyik vezetője pedig azt magyarázta nekem 1999 tavaszán, hogy a pártérdekek nem korlátozódnak a politikai műsorokra, hanem komoly verseny folyik a különböző politikai pártok emberei között a műsorterv összeállítása, a külsősöknek adott megrendelések stb. terén is.

A román közszolgálati tévé elnökét közvetlenül a parlament nevezi ki. Emiatt alakult ki az 1998 októberi válság, amikor az egyik jelöltet a kuratórium, a másikat a parlamenti bizottság, míg a harmadikat az akaratukat végül sikerrel keresztülvivő képviselők többsége támogatta. A kuratóriumi tagok többsége arról panaszkodott, hogy olyan emberekkel kell együttműködnie (és olyan emberek munkájáért kell vállalnia a felelősséget), akik homlokegyenest más nézeteket vallanak a közszolgálati televíziózásról.

A Cseh Televízió (CT) esetében vitatott, hogy a kuratóriumnak a korábban a BBC prágai irodáját igazgató, 28 éves Jakub Puchalsky kinevezéséről hozott döntése a politikai befolyásolási kísérletekkel való szembe fordulást jelentette, vagy csak arról volt szó, hogy a kurátorok olyan embert akartak megválasztani, akinek nincs politikai támogatottsága, így könnyebben irányítható. Puchalskynak azonban fontos szerepe volt a CT megreformálásában, és amikor hírigazgatóját célba vette egy parlamenti bizottság, nem kért és nem is kapott védelmet a kuratóriumtól.

A magyarok a német modellt próbálták átvinni – vagyis a politikai képviseletet civil képviselettel vegyítették. Azonban az igazgatótestület és a tulajdonosi testület vagy kuratórium viszonya ugyancsak zavaros a magyar médiatörvényben, amely 55. § (1) pontjában kimondja, hogy „a közalapítványok kezelő szervei a kuratóriumok”. A tulajdonosi testület vagy kuratórium nem működhet vezető testületként. Ahogy a magyar és a bolgár helyzet mutatja, ezek a testületek nemcsak nehezen látják el a vezetési feladatokat (a kurátorok nem menedzserek), de néha ki sem lehet őket nevezni. Magyarországon a törvény négy helyet biztosít az ellenzéknek – ugyanennyi jár a kormánynak is –, de mivel az ellenzékben jelenleg vannak baloldali és jobboldali pártok is, az ellenzék képtelen megegyezni azon az egy helyen, amelyhez mindannyiuk egyetértése szükséges. Bulgáriában a volt kommunisták nemcsak nem voltak hajlandók részt venni a szavazáson, de szóvá is tették, hogy a Bolgár Televízióban politikai tisztogatás folyik, politikai okokból cserélnek le népszerű műsorvezetőket, és „cinikusnak” nevezték az új médiatörvény filozófiáját. Az ilyen patthelyzetek végzetesek lehetnek egy olyan vállalatnál, mint a csőd szélén álló, teljes vezetés nélkül maradt MTV. Semmi sem kevésbé hatékony, mint egy ideiglenes vezetés. A parlamenteket azonban nem érdekli az intézmények vezetésének reformja. Az átmenet során a hangsúly a műsorokon és a személyeken, nem pedig a szerkezeten és a mechanizmusokon volt, ami azt jelzi, hogy tágran értelmezik a hiányszónak vélt intézményi reformot. Az intézményi mechanizmusokat olyannyira nem értik, hogy amikor 1997 januárjában a román parlament médiabizottsága átadta az új főigazgató kinevezését, a bizottság írásban követelte, hogy egyes műsorokat gyökeresen alakítsanak át anélkül, hogy a struktúrákhoz hozzányúljanak. A romániai kivételével a többi kuratórium ellenőrző jellegű testület. Tevékenységét általában a parlamenti média- és/vagy közszolgálati televíziós bizottságok felügyelik. A felügyeleti szervek láncolata jól mutatja, milyen intenzíven foglalkoztatta a közmédia hatalma a politikusokat abban az időben, amikor a törvényeket elfogadták. Az országgyűlési képviselők akár jogkörüket is túllépik. A Cseh Köztársaságban Jan Kytka, a CT hírigazgatója azért kényszerült lemondásra, mert egyik alkalmazottja, egy beszélgetős műsor házigazdája a parlamenti bizottságban ülő baráti politikushoz fordult a bevezetett reformok elleni panaszával. (Kytka lemondása után ezt az embert nevezték ki a posztjára). Lengyelországban a kuratóriummal szemben inkább a parlamenti bizottság ösztökéli a főigazgatót, hogy folytassa a PTV reformját.

Jogi definíciók

A közszolgálati televíziók jogi definíciója létfontosságú függetlenségük és fennmaradásuk szempontjából. Mivel a kelet-közép-európai közszolgálati televíziók a kontinentális európai modellre épülnek, sugároznak reklámokat, és jogi besorolásuknak nem pusztán elméleti, hanem gyakorlati jelentősége is van. A magyar és a lengyel közszolgálati televízió immár jogi értelemben is gazdasági társaságként működik, noha Magyarországon két,

egymástól szerkezetileg független közszolgálati tévé van, a Magyar Televízió és a Duna Televízió; az MTV-t a Magyar Televízió Közalapítvány, a Dunát pedig a Hungária Közalapítvány irányítja. Lengyelországban a közszolgálati televízió most már törvényesen is gazdasági társaság, ám egyetlen részvényese az állam, amelyet a pénzügyminiszter képvisel. A magyar jogszabály a gyártóeszközöket a közalapítványoknak, és nem maguknak az intézményeknek juttatta. A bolgár törvény csak annyit mond, hogy a BTV „jogi személy”, míg a román törvény szerint a TVR „közszolgálatot” lát el. Ezek a definíciók a gyakorlatban nem sokat segítenek, mivel e társaságoknak néha közszolgálati, néha kereskedelmi szerepet kell játszaniuk, adózniuk kell, alkalmazottakat kell elbocsátaniuk, és különböző szabályok érvényesek a közszolgálati és a kereskedelmi szektorra. A tisztázatlan jogi fogalmak csak a költségeket növelik. A TVR gyakran szembesült ezzel a problémával, hiszen minden egyes alkalommal, amikor a kormány bejelentette az állami szektor fizetésemelésének indexálását és nagy végkielégítéseket nyújtott, a szakszervezetek fizetésemelést követeltek, holott a sem piaci cég, sem költségvetési intézmény TVR-nek nem járt kompenzáció az állami költségvetésből. Röviden: mindkét szektorból a legrosszabbat vette át: annyiba került, mint egy állami vállalat, miközben úgy adózott, mint egy magáncég.

A közszolgálati televíziók jogi helyzete sokszor olyan ideológiai vitákhoz vezet, amelyeknek gyakorlati következményeik is vannak. A „közszolgálat” új dolog: a „nemzeti” fogalmán gyakran azt értik, hogy az igazságot alárendelik a nemzeti érdekeknek, amelyeket a kormány vagy egyes köztisztviselők képviselnek. Az 1994-es román médiatörvény azzal a tisztességes megállapítással kezdődik, hogy a rádió- és televízió-társaságok „a nemzeti érdek szerkesztőileg független, autonóm közszolgái”. Mivel azonban tulajdonuk az államé maradt, nem a társaságé, a kormány határozza meg az előfizetési díjak mértékét, és a honatyák inkább „nemzetinek” mintsem „közszolgálatinak” tekintik őket. Így nem sokat lehetett tenni azért, hogy e társaságok tényleg „közszolgálativá” váljanak. Az 1998-as bolgár törvény a közszolgálati műsorszolgáltatást a törvény egész szövegében „nemzetinek” nevezi. Még a különben liberális lengyel törvény egyes megfogalmazásai is veszélyesen kétértelműek. A lengyel törvény 22/2. cikkelye előírja a műsorszolgáltatónak: „közvetlenül tege lehetővé az állami szervezetek, hogy a nyilvánosság elé tárják és megvilágítsák az állam politikáját”. Bonyolultsága ellenére a magyar törvény nagyobb távolságot teremt az állam és a műsorszolgáltató társaságok között, mint a román vagy a bolgár. Az új törvény elfogadása után a dolgozók még „közalkalmazottak” sem maradtak, ezzel is jelezve, hogy a közszolgálati televízió teljesen elválk a kormánytól.

Finanszírozás

Az „állami” és a „közszolgálati” média közti különbség jobban látható, ha csak a finanszírozás alapján különböztetjük meg a kettőt. A közszolgálati televíziótársaságok korábban előfizetési díjakból és állami szubvenciókból tettek szert jövedelemre. Miután a médiatörvényeket elfogadták, az állami támogatás gyakorlatilag megszűnt, habár mind Magyarországon, mind Lengyelországban továbbra is megvan rá a törvényi lehetőség. Bulgária esetében az előfizetési díj fogalma csak a közelmúltban elfogadott, 1998-as törvény óta létezik. A román televízió finanszírozásának a médiatörvény 1998-as módosítása után is része maradt az állami támogatás, de a kormány folyamatosan keresi a jogi utat ennek megszüntetésére, beismerve, hogy nem képes közszolgálati televíziót anyagilag támogatni. A kormánytól való függés bármilyen anyagi támogatás szempontjából egyébként inkább teher, mint segítség, mivel a kormányok késve fizetnek és feltételeket szabhatnak a pénzükért. Érdekességként említem meg a román törvény 1998-as módosításának történetét. A román parlamentnek másfél évébe telt, míg kijavította az 1994-es törvényt. A javítások azonban jelentéktelenek voltak, és a BBC, illetve a Freedom House szakértőinek minden javaslatát elvetették. A TVR lobbija csak néhány kisebb pont esetében járt sikerrel, bár e kérdések a TVR rövidtávú anyagi talpra állásának szempontjából életbevágóak voltak. A képviselők végül csak azokat a cikkelyeket hagyták jóvá, amelyek megoldották a TVR égető anyagi gondjait. Ahhoz már nem járultak hozzá, hogy bármiféle önállóságot adjanak az intézménynek, ami pedig a jövőben segített volna elkerülni az ilyen pénzügyi problémákat. Egyes EU-tagállamokhoz hasonlóan a román kormány is inkább hajlik arra, hogy fedezze a közszolgálati televízió veszteségeit, mint arra, hogy engedje a társaságot a saját lábára állni.

A közszolgálati televíziók nem válhatnak függetlenné az államtól anélkül, hogy át ne térjenek a közvetlen állami támogatásról az előfizetési díjakra. Ez azonban önmagában még nem elég. Az előfizetési díj, ami egy állandó összegű adó, még Európa nyugati részén sem elegendő, pedig ott gyakorlatilag minden állampolgár megrendeli az audiovizuális szolgáltatásokat, és azt is megteheti, hogy havonta kifizessen körülbelül tíz amerikai dollárt (a pontos összeg országonként változó). Kelet-Közép-Európában az előfizetési díj alacsony (miután háromszor is megemelték egy éven belül, a román díj havi egy dollárra nőtt, majd hamarosan ismét beérte az infláció). Még ilyen alacsony díjak mellett is olyan sokan megkerülik a fizetést, hogy a közmédiáknak máshonnan kell előteremteniük költségvetésüknek körülbelül a felét. A közszolgálati televíziók panaszkodnak, hogy a kormányok nem igazítják a díjat az inflációhoz, amely Kelet-Közép-Európában még mindig magas. Az 1999 márciusi válság során a román lej dollárhoz viszonyított árfolyama egyetlen hét leforgása alatt tízezerről 15 ezerre zuhant. Az előfizetési díj értéke tehát harmadával csökkent. Ilyen inga tag gazdasági körülmények között a társaságok nem maradhatnak fenn kizárólag az állami támogatás és az előfizetési díj segítségével. Bulgáriában az előfizetési díj ugyanannyi, mint egy újság ára. Egy dollár nem tűnik soknak, de mivel az átlagos havi kereset száz dollár körül mozog, a közszolgálati televízió nehezen tud előfizetési díjat emelni úgy, hogy közben ne veszítsen népszerűségéből. A reklámbevételek jelentik tehát a legbiztosabb forrást, de ezek függnek a társaság teljesítményétől, elsősorban a nézettségtől, amely viszont azon múlik, hogy a televízió vezetése mennyire szabadon versenyezhet a magáncsatornákkal. A magán médiacégek lobbija elég erős ahhoz, hogy hátráltassa a közszolgálati televízió versenytörekvéseit. Anyagi problémáinak dacára a bolgár közszolgálati televízió az új törvény mindaddig megtiltotta, hogy főműsoridőben reklámokat sugározzon, amíg a magánkézben levő hazai versenytárs meg nem kezdi működését.

Küldetés

Eddig áttekintettem a közszolgálati műsorszolgáltató társaságok jogi definícióját és finanszírozását. A következő

lényeges kérdés az, hogyan határozzák meg küldetésüket, és hogyan felügyelik annak betartását. A törvény mindenütt előírja a közszolgálati televízióknak a hazai műsorok készítését, bár a hangsúly és a kvóta országonként változik.

A lengyel törvény 15. cikkelye a legkevésbé korlátozó, mindössze 30 százalékban szabja meg a hazai műsorok arányát, míg a román 40 és a magyar 50 százalékos kvótát állít. A magyar médiatörvény ezen felül még azt is előírja, hogy a teljes adásidő 15 százalékát szenteljék hazai filmeknek, 70 százalékát pedig európai produkcióknak. A cseh és a szlovák szövetségi törvény, amelyet Csehszlovákia kettészakadása után mindkét parlament ratifikált, nem szab kvótákat, de meghatározza, hogy a műsorszolgáltatóknak „a sugárzott műsorok jelentős részét” úgy kell elkészíteniük, hogy azok „őrizték a nemzet, a nemzetiségek és az etnikai csoportok kulturális identitását”, valamint „támogassák a hazai és az európai audiovizuális alkotómunka fejlődését”. Az európai irányelveket valamennyi állam jóváhagyta már, vagy most van folyamatban ratifikálásuk. Ez azt jelenti, hogy az európai gyártású műsorok kvótái egyformán vonatkoznak a közszolgálati és a magánszektorra, bár az utóbbiban elhalasztódott bevezetésük, és Amerika a GATT alapján panaszt emelt miattuk.

Mindegyik médiatörvény tartalmaz a kulturális és nemzeti identitásra, illetve a nemzeti kisebbségeknek és a gyerekeknek szóló műsorokra vonatkozó útmutatásokat. Ezek általános érvényű előírások, amelyek nem gátolják a programigazgatókat abban, hogy koherens stílust dolgozzanak ki. Néhány előírás azonban vitatható. A lengyel törvény rögzíti, hogy érvényesíteni kell a keresztény értékeket (a 21/6. paragrafus szerint „tisztetelennek tartani a keresztény értékrendet, elfogadva az etika egyetemes alapelveit”). A román törvény megtiltja „az ország és a nemzet rágalmazását” (5. §). Az újságírók panaszai ellenére azonban nem a törvények, hanem a gyakorlat szüli a problémákat, bár a törvényekben található apróbb kétértelműségek valóban megteremtik a visszaélés lehetőségét. Ebből a szempontból egyedül a bolgár törvény lépi át azt a bizonyos határt. Eszerint a BTV-nek élőben kell közvetítenie a plenáris üléseket, és biztosítani kell a nyilvánosságot az elnöknek, a nemzetgyűlés elnökének, a miniszterelnöknek, a főügyésznek, valamint az Alkotmánybíróság és a Legfelsőbb Bíróság elnökének.

A magyar, a román és a lengyel közszolgálati televízióknak továbbá műsorokat kell sugározniuk a határaikon túl, diaszpórában élő kisebbségeknek is. Ez súlyos terhet ró a közszolgálati tévék költségvetésére. A román és a lengyel televízió esetében az állami költségvetésből külön erre a célra létesített csatornát finanszíroznak. Magyarország esetében ezt a feladatot a műholdas Duna Televízió látja el. A környező országokban élő magyar kisebbséget célzó csatorna majdnem olyan súlyos anyagi gondokkal küzd, mint az MTV, anélkül, hogy esélye lenne a megerősödéssel, mivel a reklámcégeket nem érdekli a diaszpóra. A nacionalizmus költséges dolog, és a hirdetőket az is elidegeníti a Duna Televíziótól, hogy sok műsora foglalkozik „magas kultúrával”, amely kevés nézőt vonz.

összefoglalás

A demokrácia tehát a vártnál kevesebbet nyert az új médiatörvényekkel. A törvények legfőbb érdeme a magán-televíziózás megalapozása volt, amely döntésnek tartósabb hatása lesz a társadalmak demokratizálására, mint a közszolgálati médiára vonatkozó törvények és törvényhelyek elfogadásának. Az intézményes szemlélet – amely szerint a működési keretek végül megteremtik a tartalmat – nem helytálló ebben a régióban. Ez a működési keret már papíron sem ideális: abból az időből származó kompromisszumokat tükröz, amikor a demokrácia nem annyira a fejlődés, mint inkább a forradalom következményeként született meg (Sparks 1998). E civil társadalom előtti demokráciák még nem teljesen kialakult demokráciák. Ha demokráciának vagy közérdeknek azt tekintjük, hogy a politikai pártok felosztják egymás között a nyilvános szférát, akkor a Sartori által leírt partitocraziához, a gyenge civil társadalommal bíró országokban található félkész pluralizmushoz jutunk. A kelet-közép-európai parlamentek által a közszolgálati televíziókban bevezetett új irányítási struktúrák a nyilvános szektor azon idejétmúlt felfogását tükrözik, amelyben a közzsféra még korlátlan anyagi erőforrásokkal rendelkezett. Nem tulajdonítanak jelentőséget annak, hogy a vezetés képes legyen a közszolgálati média versenyképességét megőrző gyors döntéseket hozni. Ehelyett az ellenőrzésre helyezik a hangsúlyt. Ez a kép nagyon ismerős a Kelet-Közép-Európát tanulmányozó kutatóknak. A közigazgatás egész elmélete, amely az első világháború utáni, francia inspiráció alapján létrejött alkotmányok, illetve a későbbi kommunista rezsimek öröksége, az adminisztrációt az ellenőrzés, nem a hatékony szolgáltatás eszközeinek tekinti. Ezek a struktúrák nem azért jöttek létre, hogy bizonyos feladatok elvégzéséhez segítsék a közszolgálati televíziót, hanem azért, hogy bizonyos dolgokban megakadályozzák. Egyáltalán nem veszik figyelembe a közönséget, egyedül a politikai pártokat tekintik „ügyfélnek”, ahogyan ezt a 2000-ben Csehországban kirobbant válság is mutatta. A közszolgálati televízióknak különböző, gyakran ellentétes érdekekkel bíró kormányhivatalokat kell szolgálnia, még akkor is, ha ez ellenkezik a társaság és a közönség érdekeivel. Minél több terület tartozik a politikai döntéshozók hatáskörébe (a reklámok mennyisége, műsorterv, piaci stratégia), annál nagyobb a kockázat, hogy gyengébb lesz a teljesítmény, mivel a politikai és a menedzseri szemlélet ritkán vagy soha nem esik egybe.

Ennek a szemléletnek a hibái a leginkább magyar, a román és a bolgár törvényekben figyelhetők meg, bár a törvény szövegében fellelhető különbségektől függetlenül a gyakorlat valamennyi kelet-közép-európai országban hasonlóan tűnik. A gyakorlat az intézményi kultúra kérdése, azé, hogy a politikusok mennyire képesek elmozdulni a központosítás és az ellenőrzés felől a szubszidiaritás és a korszerű számonkérési módszerek felé. A közszolgálati tévét csak részben irányítják a vezetői. A döntéshozatali folyamat egészében jelen van egyfajta „árnyékigazgatás”,³ vagyis a parlamenti beavatkozás, a kormányintézkedések vagy ezek hiánya (mint az előfizetési díjak esetében), illetve a szakszervezeti akciók keveréke. A szakszervezetek viszonylag erősek, mivel működésük ma is a kommunista időkből örökölt munkaügyi törvényeken alapul. Támogatják a végleges szerződéseket, és megnehezítik az alkalmazottak elbocsátását. Elég sok is van belőlük (a számuk ingadozik, de általában 10–15 között mozog), ami roppantul megnehezíti az egyeztetéseket, hiszen minden szakszervezet tiltakozik valami miatt. Ez nem sok mozgásteret hagy a tévék vezetőinek. Az is igaz viszont, hogy a vezetők még ezeket a korlátozott lehetőségeket is ritkán képesek megfelelően kihasználni.

Vajon átvészeli-e a közszolgálati televízió a posztkommunista átmenetet? A válasz a versenyképességén múlik. A közszolgálati televízióknak nincs más választása, versenyképessé kell válnia. Erre képes is, úgy, hogy közben

megőrzi szerepét és identitását, hacsak nem olyan széleskörűen határozzák meg ezeket, hogy elviselhetetlen teherré válnak. Kétkedem abban, hogy manapság úgy is lehetne jó televíziót működtetni, ha figyelmen kívül hagyjuk a versenyt. A közszolgálati televízióknak a nézettség nemcsak a reklámbevételek miatt fontos, hanem a befolyás és a legitimitás szempontjából is, ráadásul ez a legfontosabb visszajelzés a fogyasztóktól. A nézettségi adatok és a közvélemény-kutatások egy kalap alá tartoznak; a legkisebb rossz mutatói. Ha nem a közönségé a választás joga, akkor kié? A kormányé? Az eliteké? Az újságíróké? Hiszen olyan sok bizonyítékunk szól arról, hogy ők hajlamosak a saját érdekükben, nem a köz érdekében eljárni. Mivel nehéz számonkérési mechanizmusokat tervezni – kivéve azokat, amelyek pénzügyi alapon kötik össze a nézőt televíziójával –, a nézettség, a közvélemény-kutatás és a minőségmérések elengedhetetlenek maradnak. A legfőbb téves elképzelés a televízióval kapcsolatban az a feltevés, hogy ha a televízió valóban nagy hatású kommunikációs eszköz, akkor hatalmát arra kell fordítania, hogy több legyen, mint a népszerű kultúra közvetítőeszköze: leginkább iskolának, egyetemnek, könyvtárnak, templomnak vagy más felvilágosító eszköznek kell lennie. Jobban tennénk, ha hagynánk, hogy az iskolák, egyetemek és templomok tegyék a dolgukat anélkül, hogy versengeniük kellene a televízióval.

Megérdemli-e a közszolgálati televízió, hogy fennmaradjon? A kelet-közép-európai valóság fényében úgy látszik, közszolgálati televízióra még mindig szükség van. A sajtó demokratizálása nem mindig biztosít zöld utat a demokráciának olyan kultúrákban, amelyek még nem demokratikusak. Ehelyett gyakran a gyűlöletbeszédet és a partikuláris érdekek nyílt megjelenését szolgálja. Jól meg kell nézni, kik az új magán-televíziók tulajdonosai, mielőtt megtennék őket az elektronikusan kommunikált üzenetek egyedüli letéteményeseinek. Itt is a helyi politikai kultúra diktál. A magánszektorban, ahol a kiadók politikai érdekei szuverének, teljesen védtelenek az újságírók (Goban-Glasz 1998: 32), és arról sem alakult ki széleskörű konszenzus a kiadók között, hogy a független újságírás olyan minőségi norma-e, amely nélkülözhetetlen a termékük számára. Az általános nézet inkább az, hogy a közszolgálati média elfogult a kormány javára, ezért a magántulajdonban lévő médiumoknak szponzorai, politikai pártok vagy érdekcsoportok javára kell elfogulniuk lenniük.

Ha a politikusoknak és a média alkalmazottainak sikerül teljesen romba dönteniük a közszolgálati televíziót, illetve krónikusan legyengíteni, megfosztani minden befolyásától, akkor ezzel nem a közönség fog nyerni. A győztes az a maroknyi üzletember lesz, aki a kereskedelmi televíziókat birtokolja, és Berlusconihoz vagy Zeleznyhez hasonlóan politikai ambíciókat dédelget. Az, hogy ez ne történjen meg, az egyes országok civil társadalmán múlik. A cseh értelmiség már hangot adott annak, hogy elégedetlen a NOVA televízióval (jóllehet a csatorna rendíthetetlenül népszerű a nézők körében). A többi országban a civil csoportok nem léptek fel egységesen a közszolgálati média ügyében. Gyakran vádolják a köztévét azzal, hogy a kormányokhoz húz, de nem beszélnek azokról az intézményi mechanizmusokról, amelyek védelmezhetnék a televíziót, és nem indítanak kampányt azért, hogy legalább részben felszabadítsák a politikai pártok befolyása alól. Ha pedig ők nem tudják megteremteni vagy pótolni a hiányzó kapcsolatot a közszolgálati média és a közönség között, akkor más sem lesz képes rá.

Fordította: Tumpek András

Irodalom

- Atkinson, David & Raboy, Marc, eds. (1997) *Public Service Broadcasting: The Challenges of the 21st Century*. UNESCO.
- Doel, H van den (1979) *Democracy and Welfare Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kleinwachter, Werner (1998) "From the Mountains of Vision to the Valleys of Reality : New Legal Frameworks for Broadcasting in Eastern and Central Europe". *Canadian Journal of Communications*.
- Molnár Péter (1999) "Transforming Hungarian Broadcasting". *Media Studies Journal* 13 (3): 90–97.
- O'Neill, Patrik (1998) *Post-Communism and the Media in Eastern Europe*. London: Frank Cass.
- Sartori, Giovanni (1994) *Comparative Constitutional Engineering*. New York: New York University Press.
- Sparks, Colin and Ann Reading (1994) "Understanding the Media Change in East Central Europe". *Media, Culture and Society* 16: 243–70.
- Sparks, Colin with Ann Reading (1998) *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London: Sage.
- Tamás Gáspár Miklós (1999) "Victory Defeated", *Journal of Democracy*. 1/1999. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Tracey, M. (1993) "Public Service Broadcasting Throughout the World", EBU konferencia, Brüsszel.

Lábjegyzetek

1

Elemzésem alapjául az új médiatörvények és azok az interjúk szolgálnak, amelyeket 1999 őszén készítettem a közszolgálati és magán-televíziók igazgatóival, politikusokkal és médiaelemzőkkel Lengyelországban, a Cseh Köztársaságban, Magyarországon és Romániában. Felhasználtam saját tapasztalataimat is, amelyeket a Román Televízió reformokkal megbízott igazgatójaként két éven át végzett munkám során szereztem, illetve a nyugati kollégáktól abban az időben kapott felbecsülhetetlen értékű tanácsokat is.

2

1997-ben a román parlament előtt kellett megvédenem azt a lépésemet, hogy a híradó megüresedett főszerkesztői posztjára olyasvalakit kerestem, aki valamelyik tekintélyes nemzetközi médiacég volt alkalmazottja vagy ilyen médiumnál tanulta a szakmát. Ezt a feltételt azért is meg kellett fogalmaznom, mert Romániában nem volt semmilyen televíziós újságíróképzés.

3

A fogalom, akárcsak a lotizzazione, olasz eredetű. Pasquarelli, a RAI főigazgatója jelentette ki eloször a nyilvánosság előtt, hogy a legfontosabb döntéseket nem a RAI vezetése hozza meg, mert lehetőségeiket drasztikusan korlátozzák a parlamenti bizottságok, a kormány és a szakszervezetek döntései, így nagyon szűk

marad a mozgásterük.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>



2016 nyár

> [régembi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

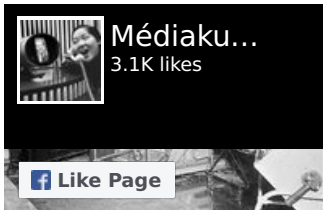
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Közszolgálat

[Cinzia Padovani](#) - [Michael Tracey](#) - [Lustyik Katalin](#):

A közszolgálati média helyzete

Nemzetközi kitekintés

Hogyan érvényesülhet a közszolgálati filozófia a digitális kor zsúfolt, globális, és mindinkább kereskedelmi alapokon működő médiapiacán? Mely területeken, elsősorban kik számára, és milyen érvek alapján élvezhet legitimitást a közszolgálati média? A brit, ausztrál, kanadai és olasz közmédia mai helyzetét vizsgáló tanulmány ezekre a kérdésekre keres választ.

Ellentmondások között

A közszolgálati média ma a világ legtöbb pontján komoly ideológiai, politikai és technológiai problémákkal szembesül. A legfontosabb kérdés talán az, hogy milyen szerepet vállalhat azokban a társadalmakban, amelyekben a szabad piaci értékek dominálnak, és mindinkább előtérbe kerül a privát szféra, miközben a közösségi szféra a háttérbe szorul. Hagyományosan a közszolgálati média intézményrendszere elengedhetetlen feltétele volt a demokratikus társadalmak működésének. Ezért ma sokakban – talán nem alaptalanul – felvetődik a kérdés: milyen demokrácia lesz akkor, ha a közszolgálati média intézményrendszerének helyét a kereskedelmi alapon működő globális kommunikációs rendszer veszi át? A közszolgálati média jövőjét vizsgáló kutatásokra ezért ma talán még nagyobb szükség van, mint korábban bármikor.

A közszolgálati médiával szemben támasztott különböző elvárások ma arra az ellentmondásra épülnek, hogy közszolgálati feladatainak teljesítésével párhuzamosan agresszív szerepet kényszerül vállalni a kereskedelmi médiumokkal folytatott piaci versenyben is (McKinsey-jelentés 1999). E tanulmány ezt az ellentmondást vizsgálja néhány műsorszolgáltató esetét elemezve. Az éves beszámolók, sajtóanyagok és újságcikkek vizsgálatával arra a kérdésre keresünk választ, hogy a közszolgálati média létrejöttét indokoló filozófiai megfontolások mennyire relevánsak a 21. század elején. Hogyan változik a közszolgálati média értelmezése a különböző országok audiovizuális rendszerében, és hogyan próbálkoznak megbirkózni a nemzeti közszolgálati médiumok azzal a feloldhatatlannak tűnő ellentmondással, amely a kereskedelmi célok és elvárások, valamint a közszolgálati média értékei között feszül? Tanulmányunkban négy fontos intézményt vizsgálunk meg, két lényeges szempont – a digitalizálódás és a finanszírozás – alapján. Kutatásunk szempontjából a közszolgálati műsorszolgáltatók három különböző típusát különböztettük meg. Az elsőbe azok az intézmények tartoznak, amelyek egyediségüket fontosabbnak tartják a piaci, kereskedelmi sikernél. Ebbe a csoportba tartozik az ausztrál ABC (Australian Broadcasting Corporation) és a kanadai CBC (Canadian Broadcasting Corporation).

A második típust azok a műsorszolgáltatók alkotják, amelyek – mint például az olaszországi RAI (Radio Audizioni Italiane) – egyediségük hangsúlyozása helyett piaci sikerek elérésére koncentrálnak. A harmadik típusba azok az intézmények tartoznak, amelyek egyediségük megtartása mellett jelentős nézőközönséggel is rendelkeznek, azaz egyensúlyba hozzák a piaci és a közszolgálati értékeket – legalábbis egy bizonyos szinten, ahogy azt később látni fogjuk. Ezt a típust képviseli a brit BBC (British Broadcasting Corporation).

Bízhatunk-e a kedvező tendenciákban?

Bob Collings, az Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége (European Broadcasting Union – EBU) Televíziós Bizottságának elnöke szerint „legnagyobb örömünkre a közszolgálati média nincs vészhelyzetben, bár megvannak a maga problémái” (EBU 2000). Nemcsak a korábbi válsághelyzet ért véget, de Európa-szerte mind több színdarabfeldolgozást, dokumentumfilmet és rajzfilmet gyártanak, és a közszolgálati média fontos szerepet játszik a legújabb kommunikációs technológiák széleskörű elterjesztésében és megismertetésében is.

Kanadában is hasonló kedvező tendenciák figyelhetők meg. A CBS programjai igen népszerűek a nézők körében: a tíz legnézettebb angol nyelvű szórakoztató sorozat közül a 2000–2001-es évadban a négy legnézettebbet ez a csatorna sugározta. A CBS éves jelentéséből az is kiderül, hogy a finanszírozási nehézségek ellenére az adott időszakban 750 órával nőtt a gyermekműsorok hossza, és ennek köszönhetően a 2–11 éves korcsoportból több gyermek nézi – a kereskedelmi csatornák helyett – a közszolgálati csatornák műsorait, mint korábban.

Az efféle kedvező tendenciák mellett azonban az is kiderül, hogy sokak szerint a CBS hírműsorai mindinkább veszítenek igényességükből. A The Ottawa Citizen című helyi lap 2001. augusztus 15-i száma szerint a hírműsorok színvonala igen alacsony, és feltűnően megnőtt az ismételt műsorok száma. A cikk szerzője úgy véli, „lehet, hogy a világ lelassul júliusban és augusztusban, de azért valami mégiscsak történik [...] Különös, hogy egy hírműsor egy tavaly májusban bemutatott dokumentumfilmet sugározzon újra [...] vagy az, hogy a rádió keresőgombját tekergetve az ember a CBS 1 rádió hírműsoránál állapodik meg, és olyan interjúkat halljon, amelyek múlt novemberben történt eseményekkel foglalkoznak!”.

Joggal tehetjük fel a kérdést, hogy a CBS hogyan valósíthatta meg az éves jelentésében szereplő kedvező eredményeket, miközben a politikai hatalom mind ellenségesebb magatartást tanúsított az intézménnyel szemben, és a finanszírozás is egyre nehezkesebbé vált. A sikerek ára valószínűleg a leépítés volt: csökkentették a saját gyártású műsorok mennyiségét, összevonták a hírszerkesztő részlegeket, munkatársakat bocsátottak el, ismételték a korábbi műsorokat, és nagyobb figyelmet fordítottak a meglévő politikai és szakmai kapcsolatok ápolására.

Ugyanakkor a közszolgálati média helyzetével foglalkozó, már említett McKinsey-jelentés (1999) is azt látszik igazolni, hogy vannak kedvező tendenciák. S bár az EBU adatainak elemzése is azt tükrözi, hogy a legtöbb közszolgálati médium esetében 1994 és 1997 között lassult a nézők elvándorlása, a helyzet mégsem olyan rózsás, amilyennek első látásra tűnik. Például az olasz RAI esetében a főműsoridő nézettsége 3,04 százalékkal nőtt 2001 januárja és júniusa között, míg kereskedelmi konkurenséé, a Mediaseté 3,26 százalékkal csökkent. A RAIUNO főműsoridejének nézettsége is stabilan tartja magát 1998 óta, az átlagos óránkénti nézőszám pedig növekedett. Mindezekből az adatokból azonban keveset tudunk meg arról, hogy milyen típusú programok a legnézettebbek a közszolgálati csatornákon: lehet, hogy éppen az amerikai filmek, ismétlések, vagy az amerikai minta alapján helyben gyártott műsorok a legnézettebbek? Vagy azért nézettebbek a RAI műsorai, mert az olaszok ma több időt töltenek a televízió előtt, mint korábban, és más csatornán még unalmasabb műsorok vannak?

A nyilvánvalóan kedvező tendenciák ellenére Ausztráliában sem egyszerű eldönteni, hogy milyen a közszolgálati média valódi helyzete. Bár az elmúlt évben az ABC még azzal büszkélkedett, hogy nézettsége növekszik, 2001 első nyolc hónapjában ez a folyamat megfordult – dacára annak, hogy a vezetőség olyan népszerű programok műsorra tűzését határozta el, amelyeknek vonzaniuk kellett volna a nézőket.

Valamelyest hasonló tendenciák figyelhetők meg a BBC-nél is, ahol a BBC1 nézettsége fokozatosan csökken annak a megfigyelők által csak „brutális hajszának” nevezett küzdelemnek az eredményeként, amelyet a BBC az ITV (Independent Television) kereskedelmi csatornával kénytelen folytatni.

Digitalizáció és közszolgálatosság

Ahhoz, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók biztosan megállják helyüket a globális médiapiacón és megvethessék lábukat a digitális szférában, „ambiciózusnak, fantáziadúsnak, elszántnak kell lenniük” (EBU Yearbook 2000), és új kommunikációs technológiák igénybevételével új szolgáltatásokat kell nyújtaniuk. Úgy látszik, a közszolgálati médiumok vezetői a világon szinte mindenhol elkötelezték magukat a digitális technológia átvétele mellett. A finn közszolgálati műsorszolgáltató, az YLE (Ylleisraio Oy) például azt a célt tűzte maga elé, hogy a nemzeti digitális kommunikáció elsődleges tartalomszolgáltatójává váljon. A közszolgálati média Európaszerte élvezi a digitális kommunikációban való részvételhez szükséges politikai támogatást. Albert Scharf, az EBU volt elnöke szerint „a digitális technológiának köszönhetően megnőtt a csatornák száma, így egyre nagyobb szükség lesz olyan műsorszolgáltatókra, amelyek mindenkinek igényes és megbízható információt és műsorokat nyújtanak. A mennyiségi növekedés ugyanis nem feltétlenül jár együtt minőségi növekedéssel. Az EBU és tagjainak szerepe – Európa valamennyi állampolgárának szolgálatában – úgy nő, ahogy a médiapiac zsúfoltabbá válik” (Tracey 2001). Az EBU szerint „olyan életerős közszolgálati médiára van szükség, amely képes széles társadalmi rétegekre épülő digitális környezetet létrehozni, és e digitális környezetben kreatív és színvonalas audiovizuális termékeket készíteni” (EBU 2000).

A többi európai közszolgálati médiumhoz hasonlóan a BBC is nagyon fontosnak tartja a digitális terjeszkedést, és az eddigi sikerek között könyveli el, hogy jelenleg a BBC Online számít Európa egyik legnépszerűbb honlapjának. Colin Browne, a BBC egyik volt vezetője szerint „mindez azt mutatja, hogy közszolgálati értékekre a digitális korban is szükség van” (EBU Yearbook 2000). A közszolgálati média digitalizálódásban játszott szerepe azonban sokak szerint komoly veszélyeket is rejt magában, és e kérdésről több országban heves vita alakult ki. Nagy-Britanniában a BBC terveit egyfelől azok támadják, akik szerint az intézménynek elsősorban a klasszikus közszolgálati feladatoknak és elvárásoknak kellene eleget tennie. A BBC 2000 júniusában – röviddel azután, hogy a kormány megemelte az előfizetői díjakat – elvesztette „A nap meccse” futbalsorozat közvetítési jogát, amelyet az ITV kapott meg, holott ez volt a köztévé egyik legnépszerűbb sportsorozata. A kritikusok szerint ahelyett, hogy a BBC az adófizetők pénzét a News 24 nevű műholdas hírcsatornába pumpálta, amelyet „egyébként sem néz senki”, a futbalsorozat megtartására kellett volna figyelmét és anyagi forrásait fordítania (Kauffman 2000).

Kanadában inkább fordított a helyzet. Ugyan ott is napvilágot láttak a sajtóban a CBC digitális terjeszkedését bíráló cikkek, de a nézők körében nagy népszerűségnek örvendenek a társaság új digitális szolgáltatásai is. A CBC által végzett közvélemény-kutatások szerint a CBC honlapját is nagyon megbízhatónak minősítették a felhasználók: az angol anyanyelvűek 21 százaléka támaszkodik az ott szerzett információkra, a francia anyanyelvűek körében pedig a Radio Canada bizonyult a legmegbízhatóbb információforrásnak (CBC Annual report 2000–2001). Az ausztrál ABC is a digitalizálódás híve. S bár a kormány tavaly csak 50 százalékos támogatást nyújtott az ABC digitalizációs átállásának folyamatban lévő, második szakaszához, az ausztrál közmédiium folytatta a rádió- és televízió-stúdiók digitalizálását, 2001. január 1-én pedig megkezdte a digitális műsorszórását. A közszolgálati médiumok azon törekvése, hogy az új digitális környezetben megtalálják helyüket, a fentebb említett kedvező tendenciák ellenére is gyakran nehezkesebbé vagy sikertelenné bizonyul. Ezért a világ számos

pontján sokan bírálják a közmédiumokat. Ausztráliában például azzal vádolták meg Jonathan Shiert, az ABC vezérigazgatóját, hogy túl sok energiát fektet a digitalizálásba, és ezzel aláássa a hagyományos közszolgálati televíziózást és rádiózást. Kritika az intézményen belül is megfogalmazódott: az ABC honlapjának kereskedelmi alapokra való helyezése rosszallást váltott ki a dolgozók körében, akik attól tartottak, hogy a hagyományos szerkesztői elvek a kereskedelmi partnerek hatására megváltoznak majd. Az ABC Kids gyermekeknek szóló csatorna létrehozásának terveit is bírálatok érik, mivel csak azoknak a fiataloknak lesz elérhető, akik dekóderrel rendelkeznek, hiszen a szolgáltatás digitális lesz. A közszolgálatosság alapvető vonásának tekintett általános hozzáférésről tehát ebben az esetben nem beszélhetünk.

A gyermekműsorok

A közszolgálati média egyik alapproblémája ma az, hogy egyfelől eleget kell tennie az olyan hagyományos elvárásoknak, mint a tájékoztatás, a véleményformálás, a kultúra és a különféle kisebbségi csoportok kommunikációs szükségleteinek kielégítése, másfelől meg kell felelnie azoknak az új követelményeknek, amelyek értelmében a digitális kommunikáció úttörőjének kell lennie, és persze állnia kell a kereskedelmi médiával folytatott versenyt is.

A tervezett digitális közszolgálati gyermekcsatornák kapcsán kialakult heves viták a közszolgálatosság által felvetett valamennyi dilemmát tükrözik. Az ausztrál ABC Kids csatorna bizonytalan helyzete nem egyedülálló. A BBC esetében még keményebb vitákra került sor, amikor a társaság tavaly januárban bejelentette, hogy új, kifejezetten gyerekeknek szóló szolgáltatások beindítását tervezi. A BBC új digitális szolgáltatásairól szóló tervezetét 2001 őszen fogadta el a kormány. Ennek értelmében a BBC öt digitális rádióállomás és három televíziós csatorna beindítását kezdheti meg a közeljövőben. A tervezett televíziós csatornák közül kettő a nappali órákban a legfiatalabb korosztálynak (elsősorban 1-13 év közöttieknek) szól majd, a BBC3 az iskolás kort még be nem töltött gyerekeket célozza meg, míg a BBC4 a 6-13 éves korosztályt. A BBC digitális terjeszkedését bírálók leginkább a gyermekcsatornák létrehozásával nem értettek egyet, mondván, hogy Nagy-Britanniában már nem kevesebb, mint 14 (!) kereskedelmi gyermekcsatorna üzemel, és ezek a gyermekek legmesszemenőbb igényeit is képesek maximálisan kielégíteni. A meglévő csatornák között található a Nickelodeon UK, a Cartoon Network és a Disney Channel, amely október elején három új csatornát indított (a Disney Channel+1, a 24 órás rajzfilmeket sugárzó Toon Disney, és az iskolás kort még nem betöltött gyerekek és gondozóik számára készülő Playhouse Disney csatornát). Paul Robinson, a Disney TV UK egyik vezetője szerint a BBC-nek azoknak kellene új szolgáltatásokat nyújtania, akiket éppen a digitális piac képes a legkevésbé kiszolgálni, ezek pedig nem a gyerekek, hanem például az 55 év feletti korosztály. Robinson azzal a BBC vezetése által hangoztatott érveléssel sem ért egyet, amely szerint azért is szükség van a tervezett digitális közszolgálati gyermekcsatornákra, mert azok nem hordoznak majd reklámokat: a 14 létező gyermekcsatorna közül ugyanis legalább négy reklámmentes, mivel előfizetői díjából tartja fenn magát (Robinson 2000).

A BBC ígérete szerint az új, gyermekeknek és felnőtteknek szóló csatornák is igényes, kreatív és sokszínű műsorokat kínálnak majd. E műsorok 80 százaléka belföldi gyártású lesz, támogatva ezzel a helyi független műsorgyártókat, amelyek képviselői – nem véletlenül – a BBC digitális terjeszkedése mellett voksoltak. Arról azonban keveset lehet tudni, hogy a 80 százalékos kvótát mennyiben töltik majd be ismételt műsorok, és a főműsoridőben milyen típusú és származású programok kerülnek majd adásba (Dyke 2000; BBC 2001). A digitalizálódást és a gyermekcsatornák létrehozását övező viták rámutatnak a közszolgálatosság huszonegyedik századi dilemmáira: hogyan érvényesülhet a közszolgálatosság filozófiája a digitális kor zsúfolt, globális, és mindinkább kereskedelmi alapokon működő médiapiacán? Mely területeken, elsősorban kik számára, és milyen érvek alapján élvezhet legitimitást a közszolgálati média?

Finanszírozás, avagy közszolgálatosság pénz nélkül

A kanadai kormány a CBC-nek szánt anyagi támogatást az utóbbi öt esztendőben folyamatosan csökkentette, és – amint az a CBC 1999–2000-es jelentéséből kitűnik – már a társaság működése is veszélybe került. Egyfelől azért, mert az új televíziós csatornák megjelenésével intenzívebbé vált a nézőkért és reklámbevételekért folytatott verseny. Másfelől azért, mert a társaság folyamatos pénzügyi nehézségekkel küzd, így a jövőben aligha lesz képes eleget tenni az elvárásoknak, azaz minőségi műsorokat készíteni és megőrizni versenyképességét a kanadai televíziós piacon. A szakemberek a társaság új vezetőitől sem remélhetnek sokat, hiszen éppen az új elnök asszony, Carole Taylor volt az, aki korábban úgy vélte: a kormányzatnak csökkentenie kell a közszférának juttatott támogatásokat.

Amióta Robert Rabinovich került az elnöki székbe, a társaság elsődleges céljai között szerepel a szolgáltatások és műsorok minőségének javítása, valamint az intézmény nagyságának csökkentése – ez utóbbi 14 egyórás regionális hírműsor megszüntetését jelentette volna 2000-ben. Bár a tervezett leépítés végül megghiúsult, Rabinovich folytatta a helyi hírműsorok számának és a dolgozók létszámának csökkentését. A drasztikus megoldások, amelyekről a CBC már 1999–2000-es jelentésében is említést tett, a dolgozói morál romlásához vezettek. Az országos sajtó, a helyi szakszervezetek és politikusok is hevesen bírálták a társaság döntéseit. A CBC vezetése a leépítések egy részét azzal indokolta, hogy a társaság kiadásainak javát a dolgozói bérek teszik ki, ezért a termelékenység fenntartása és fokozása érdekében a dolgozói létszámot azokon a területeken kell csökkentenie, amelyeken a változások nem vezetnek majd az adásba kerülő műsorok minőségének romlásához. Mindennek fényében érdemes megjegyezni, hogy amíg a rádió és a televízió működésére fordított anyagi támogatás folyamatosan csökkent az 1995–2000 közötti időszakban, addig a társaság adminisztrációs költségei folyamatosan nőttek. A sajtó figyelmét mindez nem kerülte el. A The Ottawa Citizen című lap 2000. szeptember 15-i számában található cikk rámutat arra, hogy „a CBC háromszáz munkatársat bocsátott el az ország egész területén, ám közöttük egyetlen vezető sem volt, ami a társaság esetében egyáltalán nem meglepő az utóbbi években”. Az ilyen sajtóvélemények is jelzik azt a széleskörű bizalom- és tisztelethiányt, amely az intézményt és vezetőit övezi.

Válságos a helyzet az ausztrál közszolgálati médiában is. A munkatársak körében keserű közhangulat uralkodott el, a növekvő kommercializálódással összhangban folyamatosan változnak a szerkesztési irányelvek, szorosabbak a szálak a mindenkori kormányzat és az intézmény vezetői között, erősödött a politikai befolyásoltság, sok embert elbocsátottak, és egyre több igénytelen műsorral találkoznak a kiábrándult nézők. Annak ellenére, hogy az ABC új anyagi erőforrást kapott helyi programjainak támogatására, az intézménynek juttatott közpénzek folyamatosan csökkentek az elmúlt években. A *The Sydney Morning Herald* 1999. január 20-i számában megjelent írás szerint az ABC-nél 1997 óta fokozatosan csökkent a belső gyártású műsorok száma, és helyettük olcsóbb külföldi programokat és ismétléseket tűznek műsorra. Az ausztrál kormány által csökkentett támogatás ellensúlyozásaként az ABC megnövelte boltjai forgalmát és kulturális központjainak szolgáltatási körét. A társaság növekvő kommercializálódása, amelyet a jelenlegi vezérigazgató, Jonathan Shier erőteljesen támogat, nemrégiben közfelháborodást váltott ki, ami szintén csökkentette az ABC népszerűségét az ausztrálok körében. Shier, aki egy kereskedelmi csatornától került az ABC-hez, az intézmény szerkezetének teljes átalakítására törekszik, célja a nézettség növelése és a még intenzívebb kommercializálás. Mindezen próbálkozások ellenére 2001 tavaszán az ABC egyetlen műsora sem jutott be a húsz legnézettebb adás közé, és a csatorna nézettsége is csökkent az év első hónapjaiban. Shier heves támadások érik, és sokan az ABC ellen elkövetett „bűncselekmények” sorozatával vádolják, amelyek között elbocsátások, az ausztrál műsorgyártás hanyatlása, a műsorok és a szerkesztési irányelvek terén megnövekedett politikai befolyásoltság, népszerű veterán közszolgálati személyiségek „kirúgása”, valamint az osztályvezetők felmondása szerepelnek. 2000 júniusában például Shier nem járult hozzá egy olyan politikai botrányhoz foglalkozó műsor sugárzásához, amelyben saját pártja, a Liberális Párt egyik tagja volt érintett.

Sokan a belső műsorgyártás tönkretételével vádolják Shiert, mondván, hogy miatta mondott fel a műsorkészítők és technikai munkatársak jelentős része, és azóta kérdéses, hogy az ABC képes lesz-e még színvonalas és igényes drámai műsorok készítésére. Sok független műsorgyártó cég is felmondta az intézménnyel kötött szerződését, pedig ezekre az ABC vezetőinek elképzelései szerint – és különösen a felmondások tükrében – egyre nagyobb szükség lett volna a helyi műsorok gyártása során. A független producerek és az ABC közötti kapcsolat Shier vezetése alatt annyira elmérgesedett, hogy a közelmúltban az Ausztrália legnézettebb műsorait gyártó cég, a Cox Knight Production visszavette sorozatait a közszolgálati televíziótól, majd átadta őket a Channel Ten nevű kereskedelmi csatornának.

A közszolgálatiág értelmezése a 21. században

A hír- és közéleti műsorok számának növekedése, az igényesség és a sokszínűség iránti elkötelezettség úgy a hír-, mint a fikciós műsorok terén (BBC 2000–2001 Annual Report), a gyermekeknek szóló műsorok számának gyarapodása (például a CBC-n), az új gyerekcsatornák létrehozása (a BBC és az ABC esetében), és a digitális kommunikációban elért eredmények mind arra mutatnak, hogy a közszolgálati média jövője biztató. De bármennyire kedvező képet kapunk is a közszolgálati médiumok éves jelentéseiből, a sajtónyilatkozatokból és a műsorszórók szövetsége vezetőinek megnyilvánulásából, a helyzet közelebbről nézve már nem tűnik rózsásnak. Az általunk felvázolt ellentétes elvárások és a közszolgálatiág értelmezése körül kialakult heves viták mellett, amelyek a világ számos országában időről időre szinte megbénítják a közszolgálati intézményeket, az elmúlt tíz évben olyan globális szinten jelentkező tendenciákat is megfigyelhettünk, amelyek talán még komolyabb és még mélyebben gyökerező problémákról tanúskodnak.

Az utóbbi időben megváltozott a közszolgálatiág fogalmával kapcsolatos viták jellege. Ma már nem a közszolgálati műsorszolgáltatók definiálják önmagukat – ezt mások teszik meg helyettük. A közszolgálatiág fogalmát egyre inkább a globális kommunikáció nyelve határozza meg, amelyben elsődleges szerep jut a technológiának és a piaci erőknek (Tracey 2001). A már említett McKinsey-jelentésben is az olvasható, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatónak legalább annyira, de ha lehetséges „még költségkímélőbbnek kell lennie, mint kereskedelmi riválisainak”, és „speciális szolgáltatásait széleskörű kampányok által kell megismertetnie és elfogadtatnia a közönséggel” (1999: 36). A közszolgálati médiumok nemhogy nem diktálják a változások menetét és sebességét, de kénytelenek fennhangon hirdetni a piaci versenybe vetett hitüket, dicsérni az új technológiákat és a nézők választási szabadságának eszméjét. A RAI éves jelentéséből egyenesen az tűnik ki, mennyire súlyos terheket ró a közszolgálati feladatok ellátása a társaságra, különösen ma, egyfelől a piaci versengés, másfelől a politika és média közötti bonyolult összefonódások növekedésével. A jelentés olvasásakor az az érzése támad az embernek, hogy a közszolgálatiág eszméje – főleg a vezetőség számára – valamilyen ókori kövületnek tűnik, amelytől a legszívesebben megszabadulnának.

összefoglalásként elmondható, hogy a vizsgált országokban és a világ legtöbb részén a közszolgálatiág a legjobb esetben is csak „nemes missziós feladat”, a legrosszabb esetben pedig formális kötelesség, amelyet azért kell elvégezni, hogy az intézmény közpénzekhez és állami támogatáshoz jusson. Greg Dyke, a BBC vezetője azt hangsúlyozta egy beszédében: „folytonosan emlékeztetnünk kell magunkat arra, hogy elsődleges célunk a közösség szolgálata – ez az, amiről még maga a közszolgálati média is megfélemlít néha” (Dyke 2000). Ma a leginkább a támogatás folyamatos biztosítása, a versenyképesség megtartása és a nézettségi mutatók javítása látszik foglalkoztatni a műsorszolgáltatókat. A diskurzus magját nem a közszolgálatiág hagyományos eszméi képezik, hanem a piaci értékek és a legújabb technológiákba vetett hit.

Szerepkeresés

A McKinsey-jelentésből az is kitűnik, hogy a közszolgálati média jelenléte egy adott médiapiacra kedvező hatást gyakorolhat a kereskedelmi versenytársakra, azaz „egy igényes nemzeti audiovizuális piac csak egy egészségesen működő közszolgálati médium meglétével válhat teljessé”. 2000-ben a BBC által készített „Büszkeség és balítélet” című műsor például az ITV-t a „Moll Flanders”, a Channel 4-t a „The Camomile Lawn” elkészítésére ösztönözte, ezért a közszolgálati média léte nemcsak saját nézői számára fontos, hanem azok számára is az lehet, akik soha nem nézik a közszolgálati csatornákat. David Cox (2001) szerint „a közszolgálati műsorszolgáltatás jelentősége

nagyobb, mint ami a nézők számából következik”. Mások szerint a kábelcsatornák választékának növekedésével és a műsorok minőségének javulásával a közszolgálati médiumok többé nem mondhatják el magukról, hogy egyedül ők sugároznak igényes műsorokat. A Channel 4 új digitális csatornája, az E4 az „Elnök emberei” (The West Wing) című sorozattal, a History Channel vagy az Artsworld mind igen színvonalas digitális kereskedelmi szolgáltatóknak minősülnek.

A példákban azonban azt a következtetést sem vonhatjuk le, hogy a piac önmagában képes megteremteni az igényes televíziózást, mivel a csatornák zöme főként amerikai tömegfilmeket, teleregényeket és reklámműsorokat tűz műsorára. Az igényes és színvonalas műsorok előállításához olyan környezetet kell biztosítani, amelyben az alkotói szabadság a piac befolyásoló hatásától védetten érvényesülhet. A közszolgálati média által közvetített értékekre ezért is van olyan nagy szükség ma, a digitális kor küszöbén. A közmédia viszont csak abban az esetben maradhat életerős, és csak akkor gyakorolhat befolyást a piacra, ha képes klasszikus szolgáltatásainak megtartására. A tendencia viszont sajnos az, hogy legtöbbjük új szolgáltatásokat vállal, miközben gyakran megfélemledik a hagyományos közszolgálati műsorokról, amelyek vagy teljesen eltűnnek, vagy átkerülnek az alacsonyabb nézettségű rétegcsatornákra (mint például a RAITRE esetében). Ennek az a veszélye, hogy a közszolgálati műsorok végül rétegműsorokká minősülnek, és nehezen viselt teherre válnak, mint például a RAI esetében, ahelyett, hogy az intézmény egészében a közszolgáltatáság értékei érvényesülnének.

A legtöbb közszolgálati médium számára azonban a folyamatos és megbízható anyagi támogatás hiánya jelenti az egyik legfontosabb és legsürgetőbb problémát, amely sokszor működési struktúrájának megváltoztatására is rákényszeríti az intézményt. Annak ellenére, hogy Nagy-Britanniában és Olaszországban is sikerült megemelni a televízió-előfizetési díjakat, a jövőben egyre nehezebb lesz a közszolgálati intézményeknek állami támogatást kapniuk. Alternatív finanszírozási forrásként felmerülhet az a lehetőség is, hogy reklámzókat és szponzorokat toborozzanak, egyéb kereskedelmi erőforrásokat mozgósítsanak, adományokat gyűjtsenek, vagy önálló kereskedelmi tevékenységet folytassanak. A RAI például a közszolgálati műsorszolgáltatók azon csoportjába tartozik, amelyek működési költségeik jelentős hányadát (ez esetben 44 százalékát) reklámbevételekből kénytelenek fedezni – ez pedig különféle nehézségekkel járhat. Nem feltétlenül az a legnagyobb probléma, ha egy közszolgálati médium reklámokat sugároz, hanem az az elkerülhetetlennek tűnő folyamat, amely révén a rendszer irányítása a reklámozó és szponzoráló cégek viszonylagos befolyása alá kerülhet (Tracey 2000). Azoknál a közszolgálati médiumoknál, amelyek reklámbevételekből egészítik ki bevételeiket, általánosságban megfigyelhető, hogy a műsorok kevésbé egyediek, így kevésbé képesek ösztönző hatást gyakorolni a kommunikációs rendszer egészére. Egyes feltételezések szerint a jövőben a reklámok eltűnnek a legtöbb közszolgálati médium műsorából, és helyettük az új szolgáltatásokból és a társaság kereskedelmi tevékenységeiből befolyó pénzekből finanszírozzák majd hagyományos szolgáltatásaikat.

A reklámok szerepének vizsgálata mellett a jövőben sok más fontos kérdést is érdemes lesz körbejárni. Milyenek a munkatársak, a szerkesztők és kreatív szakemberek munkakörülményei ma a közszolgálati médiában? Hogyan befolyásolja a nézettség növelésének hajszolása a szerkesztői alapelveket, a kreatív szabadságot, valamint a nézőknek, hallgatóknak kínált szolgáltatások és műsorok színvonalát és jellegét?

A közszolgálati és kereskedelmi dichotómia a digitális kor küszöbén állva még jobban kiéleződni látszik, hiszen valamennyi műsorszolgáltatónak meg kell találnia a maga helyét és szerepét az egyre zsúfoltabbá és komplexebbé váló globális mediarendszerben. Renato Parascandolo, a RAI Oktatási Műsorok részlegének vezetője szerint a közszolgálati médiának „bürokratikus képzelőerővel” kell rendelkeznie ahhoz, hogy sikeres jövőt biztosítson magának (Parascandolo 1998). Meg kell azonban jegyeznünk, hogy nekünk már maga a „bürokratikus képzelőerő” fogalma is ellentmondásosnak tűnik.

Irodalom

- Achtner, Wolfgang (2001) Cinzia Padovani által készített interjú. Róma: július 12.
- Armstrong, Mark (2001) Response to the death struggle view of the ABC. The Network Insight, An RMIT Research Group, június.
- Baynes, Kenneth (1994) Communicative Ethics, the Public Sphere and Communication Media. *Critical Studies in Mass Communication*. Vol. 11, 315–326.
- Branca-Rosoff, Sonia (1997) Claim Letters Addressed to the Television License Fee Bureau. *Television Viewers and Their View of Public Service (Les Lettres de réclamation adressées au service de la redevance. Les Telespectateurs et la représentation du service public de l’audiovisuel.)* Langage & Société, Vol. 81, szept., 69–86.
- Briggs, Asa (1961) *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. London: Oxford.
- Briggs, Asa (1985) *The BBC: the First Fifty Years*. London: Oxford.
- Bustamante, Enrique et al. (1989) TV and Public Service in Spain: A Difficult Encounter. *Media Culture & Society*, Vol. 11, N. 1, 67–87.
- Cappello, Gianna. (2001) *Il Concetto di Servizio Pubblico Radiotelevisivo. L’Evoluzione del Dibattito Su Missione, Impresa e Programmazione*. Rome: Rai Eri.
- Cox, David (2001) *Civilisation voice’s fades*. Kézirat, február.
- Cristante, Stefano and Marco Binotto (2000) *Media e potere. Il lato oscuro della forza*. Rome: Luca Sossella Editore.
- Day, James (1995) *The Vanishing Vision*. Berkeley: University of California.
- Dahlberg, Lincoln (1998) *Cyberspace and the Public Sphere. Exploring the Democratic Potential of the Net*. *Convergence* Vol. 4, N.1, 70–84.
- Dahlgren, Peter (1999) „Public Service Media Old and New: Vitalizing a Civic Culture?” *In Canadian Journal of Communication*, Vol. 24, [szám nélkül]
- Duke, Daryl (2000) *Men Without Answers, Nation Without Hope: The Electronic Media and the Decline of English*

Canada, lecture presented at the annual Spry Memorial Lecture. Montreal, Canada, October.

<http://www.fas.umontreal.ca/COM/spry/spry-dd-lec.html>

Grainger, Gareth (1999) Broadcasting Co-regulation and the Public Good, lecture at the annual Spry Memorial Lecture, Montreal. <http://www.fas.umontreal.ca/COM/spry/spry-gg-lec.html>

Hutchison, David (1999) Remoulding Public Service Broadcasting: the British Experience. Canadian Journal of Communication, Vol. 24.

McChesney, Robert (1999) Graham Spry and the Future of Public Broadcasting. Canadian Journal of Communication, Vol. 24, [szám nélkül], 25-47.

Padovani, Cinzia & Andrew Calabrese (1996) Berlusconi, RAI and the Modernisation of Italian Feudalism. Javnost—The Public, Vol. III, No. 2, 109-120.

Parascandolo, Renato (1998) Cinzia Padovani által készített interjú. Január 15.

Parascandolo, Renato (2000) La televisione oltre la televisione. La tv pubblica nell'era della multimedialita. Róma: Editori Riuniti.

Rowland, Willard Jr., & Michael Tracey (1995) A Consideration of the Condition and Future of Public Service Broadcasting. Report to the Hosa-Bunka Foundation, szeptember 8.

Statham, Paul (1996) Television News and the Public Sphere in Italy. Conflicts at the Media/Politics Interface. European Journal of Communication, Vol. 11, N. 4, 511-556.

Tracey, Michael. (2000) The Future of Public Broadcasting. New Stateman, London, England, július.

Tracey, Michael. (2001) Still a Corpse on Leave: some thoughts on the condition of public service broadcasting. Paper presented at the conference Rethinking Public Service Media in a Transitional Age sponsored by the Center for Media, Culture and History, New York, január.

További irodalom

ABC Annual Reports 1995-2000.

BBC Annual Reports 1995-2001.

CBA Annual Reports 1995-2001.

EBU (2000) European Affairs - Key Messages for 2000. http://www.ebu.ch/brux_messages.html

EBU Yearbook 2000. Communicating the value of Public Service Broadcasting in the 21st century.

McKinsey Report. www.bbc.uk

RAI Annual Reports 1995-2001.

RAI (2001) Il Bilancio 2000. La situazione economica e finanziaria. Rome, 27 giugno. <http://www.rai.it>

„BBC faces resistance to proposed digital services” (2001) Marketing Week, január 18.

Birt, John (1998) Public Policy in the Digital Age. EU Meeting at Birmingham, április 6.

http://europa.eu.int/eac/speeches/birt_en.html

Dyke, Greg (2000) Dyke on the BBC's Challenge in Digital Age. The Guardian, augusztus 26.

Kauffman, Gerald (2000) You're throwing money at all the wrong targets, Mr. Dyke. Daily Mail, június 16.

Robinson, Paul (2000) The BBC Needs to Realise Children's TV isn't Kids Play. Marketing, október 5.

Australian, The (Australia) Via ABIX, Australasian Business Intelligence. Year 2001.

Courier-Mai, The (Australia) Via ABIX, Australasian Business Intelligence. Year 2001.

Economis, The (London, UK) 1996-2001.

Evening Post, The (Wellington, Australia) Year 2001.

Guardian, The (London, UK) 1996-2001.

National Post, The (Toronto, Canada) Year 2001.

Ottawa Citizen, The (Ottawa, Canada) Year 2001.

Repubblica, La (Rome, Italy) 1996-2001.

Sole 24 Ore, Il (Milan, Italy) 1996-2001.

Stampa, La (Turin, Italy) 1996-2001.

Times, The (London, UK) 1996-2001.

Unita', L' (Rome, Italy) július 2001.

Vancouver Sun (Vancouver, Canada) Year 2001.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés

<>



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

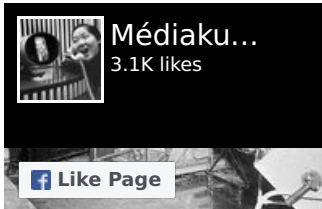
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Közszolgálat

[Bajomi-Lázár Péter:](#)

BBC vagy RAI? A közszolgálati média jövője

A közszolgálati média jövője

A magyarországi közszolgálati televíziók alacsony nézettsége és finanszírozási nehézségei felvetik a kérdést, hogyan kellene ezeket az intézményeket megreformálni. A Sajtószabadság Központ és a Független Médiaközpont nyilvános beszélgetést rendezett, amelyen a vitavezető Bajomi-Lázár Péter arról faggatatta a meghívott szakembereket, ők hogyan alakítanák át a közmédiát. A 2001. október 30-án tartott beszélgetésen részt vett Gyórfy Miklós, a Kodolányi János Főiskola Kommunikáció Tanszékének vezetője, Pekár István, a Duna Televízió elnöke és Tímár János, az Országos Rádió és Televízió testület SZDSZ által jelölt tagja. A vitához hozzászólt Zöldi László sajtókutató, Soós Tibor médiajogász, Szente Péter, a BBC nyugalmazott munkatársa, Bayer Judit médiajogász, Marsovszky Magdaléna kultúrakutató és Kováts Ildikó médiakutató.

Bajomi-Lázár Péter: Köszöntöm vendégeinket. Mai beszélgetésünknek azért adtuk a „BBC vagy RAI? A közszolgálati média jövője” címet, mert úgy láttuk, Nyugat-Európában a közszolgálati média hétköznapi gyakorlatának két alternatívája látszik kikristályosodni: az egyik a politikai kérdésekben pártatlan és kereskedelmi hirdetések nem sugárzó angol BBC-é, a másik a politikai erők között felosztott és kommersz műsorokat sugárzó olasz RAI-é. Nem kérdés, hogy melyik modell áll közelebb a közszolgálati ideáljához, és az sem, hogy a magyar köztvély melyik modell felé halad.

A köztvély válságáról Nyugat-Európában azóta beszélnek, amióta megjelentek a kereskedelmi televíziók, és elcsábították a köztvély nézőit, megingatták az előfizetési díj legitimitását. E válsággal foglalkozó kutatók a közmédiá jövőjének három elméleti forgatókönyvét szokták felvázolni. Az egyik szerint a kereskedelmi tévék közönségsikere azt jelzi, hogy közszolgálati médiára nincs szükség, ezért ezeket az intézményeket be kell zárni. Egy másik álláspont hívei úgy érvelnek, hogy éppen a kereskedelmi médiumok sikere miatt kell még nagyobb támogatást nyújtani a hagyományokat ápoló és alternatív értékeket felmutató közmédiának. A harmadik felfogás szerint közszolgálati médiára nincs szükség, de közszolgálati műsorokra szükség van. Ezek gyártását valamilyen műsorszolgáltatói alap finanszírozná, ugyanakkor meg lehetne takarítani az infrastruktúrájukra fordított kiadásokat. Szóval: mi a teendő a közszolgálati médiával?

Gyórfy Miklós: Péter három lehetséges forgatókönyvet vázolt föl. Én egy negyediket szeretnék hozzátenni. Sem arra nem látok esélyt, hogy megszűnjön a közszolgálati televízió, sem arra, hogy valamelyik kereskedelmi televízió vegye át a közszolgálati műsorokat. És arra sem látok lehetőséget, hogy a köztelevíziózás BBC-szerű útja valósuljon meg Magyarországon. Ezért mondtam a negyediket: elképzelhetőnek tartom, hogy egy magán közszolgálati televízió jöjjön létre.

Ma a köztvély az adófizetők pénzéből működik, de van egy közbenső, újraosztó szervezet, az állam. Akárhogy is nézzük, az elmúlt tizenegy évben ez a mindenkori magyar kormány volt. Nagyjából egyformán működött ez az Antall-kormány, a Boros-kormány, a Horn-kormány és az Orbán-kormány idején. Hangsúlyozom: nagyjából, mert az egyik elegánsabban, finomabban, kevésbé arcátlanul, de tulajdonképpen ugyanolyan intenzitással és vehemenciával próbálta a befolyást megszerezni, mint a másik. Ki kell venni az állam kezéből, ki kell venni a mindenkori kormány kezéből a köztvélyt, és semmiképpen nem szabad a kereskedők kezébe adni. A megoldás talán az volna – ez a negyedik forgatókönyv –, ha volnának olyan pénzes csoportok Magyarországon, amelyek részvénytársaságot hoznának létre, és a banki kamatokból működtetnének egy ilyen televíziót.

Tímár János: Én a saját véleményemet fogom most elmondani, az alapján, amit az elmúlt tíz évben és ezen belül az ORTT-s tevékenységem során tapasztaltam. Nekem nincs e pillanatban forgatókönyvem arról, hogy mi történjen. Az 1996-ban elfogadott médiatörvény az adott pillanatban a társadalom, a politika reakciója volt a kialakult helyzetre, arra, hogyan lehet egy monolit média helyén egy olyan mediapiacot fölépíteni, ahol több kereskedelmi és közszolgálati szereplő működik. Körülbelül most van az, amikor először érdemes feldolgozni a médiatörvény eddigi tapasztalatait. És meg kell vizsgálni azt, hogy mi az, ami ebből működőképes, és mi az, ami nem.

A törvény olyan rendszert próbált felépíteni, amelyben a közmédiá egyben piaci szereplő, a kereskedelmi média pedig közszolgálati szereplő is. Teljesen egyértelműen fogalmazott a törvény, amikor azt mondta, hogy aki a kereskedelmi szférában részt vesz, az reklámozhat, ilyen módon a reklámpiaci verseny részesévé válik.

Ugyanakkor a pályázó országos kereskedelmi televízióknak is közszolgálati műsorokat kellett vállalniuk. Az első kérdés az, hogy ez ma mennyire, hogyan működik. Valóban szereplő-e a kereskedelmi piacon a közszolgálati televízió? Most már tudjuk, hogy lényegében nem az: hihetetlenül lecsökkentek a Magyar Televízió reklámbevételei a korábbi időszakhoz képest. Nagyon fontos lenne azt megnézni, hogy mi az, amiért a Magyar Televízió nem tud a reklámpiaci verseny részesévé válni. Túlságosan könnyen mondják azt, hogy ez egyszerű kérdés: a közmédia ne reklámozzon. Persze lehet ezt mondani, de akkor gondoskodnunk kell a megfelelő ellensúlyokról is. A másik, ugyanehhez kapcsolódó kérdés: sokszor elhangzik az az észrevétel, hogy nagyon pontatlan megfogalmazások vannak a törvényben arról, mi a közszolgálat. Hogy milyen egyszerű lenne, ha ezt megfogalmazná a törvény, és akkor mindenki tudná, hogy mihez igazítsa a saját imidzsét. Ez az, amin nem kellene változtatni a médiatörvényben, ezt nem kell pontosabban definiálni. Azzal viszont szembe kell nézni, hogy a kereskedelmi televíziók megjelenésével alapvetően változott meg a közszolgálatról alkotott elképzelésünk. Miklós azt mondta, jó lenne kivenni a mindenkori kormány kezéből a köztétét. Kétséges, hogy a kormány valaha is megtenné-e ezt. 1992-ben Szilágyi Sándor írt a Magyar Narancsban egy cikket a közszolgálati médiáról. Azt írta le, hogy a közszolgálati médiát azért szeretik a politikusok, mert ingyen lehet benne szerepelni. Ez az elem ebben a rendszerben sem szűnt meg. Ezért kevésbé érzem reálisnak, hogy a politika kivonuljon. A kérdés inkább az, hogy melyek azok a mechanizmusok, amelyek mentén ezt a helyzetet kezelni lehet. És egy zárógondolat, visszakapcsolódva a kialakult rendszer kérdéséhez. Tartható-e az a rendszer, hogy egy profitorientált kereskedelmi televízió, amely egy ekkora piacon akar megélni, 40 százalékban közszolgálati műsort kelljen sugározni? Az egyik könyvben az a definíció áll, hogy közszolgálati tévé az, amelyiknek nincs nézettsége. Ezeket a kérdéseket kellene előbb átgondolni, és ezután lehet megfogalmazni a lehetséges forgatókönyveket.

Pekár István: Ha a közszolgálati médiumok kerülnek szóba, akkor általában elhangzik, hogy válságtünetek mutatkoznak a környezetükben, és ezek részben a médiatörvényre vezethetők vissza. A rendszerváltozás után minden területen elkezdtek összeollózni Európa különböző államainak törvénykönyveiből azokat a részeket, amelyet a legjobbaknak tartottak. Így volt ez a médiatörvény is. A médiatörvényt nagyon sokan teljes egészében rossznak tartják. Én úgy gondolom, nem teljes egészében rossz, de valóban nagyon sok rossz eleme van. Ezek közé tartozik például az, hogy a közszolgálati televíziókat fél-piaci környezetbe helyezte. Reklámozási lehetőségük van, ugyanakkor korlátozza is ezt a reklámozási lehetőséget. Például a filmeket nem szakíthatják meg reklámmal. Amikor a kereskedelmi televíziók megalakultak, a Magyar Televízió hatalmas, 35 milliárdos költségvetéssel rendelkezett, roppant, megrendíthetetlen birodalommal bírt. És úgy gondolta, hogy a kereskedelmi televíziózás eszközeivel veszi fel a versenyt a kereskedelmi televíziókkal. Néhány hónapig, talán még évekig úgy látszott, hogy ez a rendszer működik. Aztán egyszer csak megjelentek a reklámkorlátozásból fakadó problémák, a Magyar Televízió pedig képtelen volt a költségeit visszafogni. És eljött az a pillanat, amikor nem tudott önállóan megélni. Bizonyos ingatlanjait eladta, hogy azokból fedezze a köztartozásait. Ez a spirál mindjobban bepörgött, és az MTV egyre kiszolgáltatottabbá vált. A Duna Televíziót ez – hála Istennek – elkerülte, és részben ez is a médiatörvénynek köszönhető.

Nekünk az a gondunk, hogy jelentősen kevesebb pénzből próbálunk fenntartani egy olyan csatornát, amelyik naponta 18–20 órányi műsort sugároz – ugyanannyit, mint a kereskedelmi csatornák vagy a Magyar Televízió első csatornája. Hétmilliárdos költségvetésünk van, ebben benne vannak természetesen a sugárzási díjak is. A kereskedelmi televíziók 16–18 milliárd forintból gazdálkodnak, a Magyar Televízió pedig 22 milliárdból. Tehát mondhatni, hogy közel harmadannyi pénzből kell fenntartanunk ezt a csatornát, miközben európai színvonalú műsort csinálunk. Gondot jelent nekünk az is, hogy amikor minket a Magyarok Világszövetsége ajánlásával 1992-ben létrehoztak, akkor az alapító okiratainkban úgy fogalmazták meg a mi feladatkörünket, hogy a Duna Televízió műsorát elsősorban a határon túl élő magyarok számára készíti. Ez magában rejtje azokat a pluszköltségeket, amiket egy Magyarországon sugárzó televízióknak nem kell felvállalnia. A határon túli forgatás többbe kerül, mint az itthoni. A hírműsorainkhoz is sokkal alaposabb háttérműsor-rendszert kell létrehozni, hiszen egy Norvégiában vagy akár csak Erdélyben élő ember nem érti azokat a társadalmi, gazdasági, politikai folyamatokat, amelyek Magyarországon vannak, miközben a híradók csak negyven-ötven másodpercben foglalkoznak egy-egy témával. Ehhez nekünk különböző heti és havi magazinműsorok kellene, amelyek megvilágítják a hátteret is. Ráadásul a hétmilliárd forintos költségvetés 1996 óta alig változott. Ennek az összegnek az alapját ugyanis a médiatörvény úgy határozta meg, hogy a Duna Televízió a készülék üzemben tartási díjak 24 százalékából gazdálkodik, ehhez jön a készülékhasználati díjat nem fizető nyugdíjasok után járó állami támogatás, valamint a költségvetés kifizeti az Antenna Hungáriának járó sugárzási díjat.

Gyórfy Miklós: Mennyi jut nektek évente ebből a készülékhasználati díjból?

Pekár István: 3,5 milliárd. De körülbelül 68 százalékosra becsülik azoknak az arányát, akik befizetik a díjat. Abban az esetben, ha 95 százalékban szednék be a díjat, akkor a Duna Televízió 1,8 milliárd forinttal kapna többet. Nagyon fontosnak tartom,

hogy inkább műsorokat szüntessünk meg, mintsem hogy az eladósodási spirálba kerüljünk, és elveszítsük a függetlenségünket. Egyébként mindig felhozzák velünk szemben, hogy a Duna a magyarországi lakosságnak mindössze 15 százalékához szól, azokhoz, akik a kulturális csatornákat nézik. Az emberek 85 százaléka az akció-krimiket és az álvételkedőket kedveli, marad nekünk tehát ez a 15 százalék, a színházba, koncertre járók, kulturális eseményeket látogatók, a könyvolvasók köre. Amikor tehát azt mondják, hogy a Dunának körülbelül kettő-öt százalékos a közönségrészesedése, akkor ez a 15 százalékhoz viszonyítva is tisztességes arány. Természetesen nem elégedhetünk meg ezzel, de azért – úgy gondolom – nem kell állandóan erről beszélni, amikor a Dunáról van szó. A határon túli nézők között most készítettünk egy felmérést. Megállapították, hogy az erdélyi magyarság körében még ma is a Duna a legnézettebb televízió, beleértve a többi magyar nyelvű csatornát, illetve a román csatornákat is. Az is kiderült, hogy például a hírműsoraink nézettsége 70 százalékos a román statisztikai adatok szerint 1,6 milliós magyarság körében. Jártam a közelmúltban Izraelben, ahol hasonló szeretettel fogadtak, mint ahogy

Erdélyben. A körülbelül negyedmilliós izraeli magyar nyelvű zsidóság körében bizonyosan van 70-80 ezer ember, aki napi rendszerességgel nézi a Dunát, főként az idősebb korosztály. Nyugat-Európában is valószínűleg kétszáz ezer főre tehető azoknak a magyaroknak a száma, akik több-kevesebb rendszerességgel nézik a Dunát. Amikor a közszolgáltatás szóba kerül, általában az objektív, tárgyilagos szolgáltatás jut mindenkinek az eszébe. De a közszolgáltatás ennél sokkal szélesebb. Például a Duna szerepe a határon túli magyar oktatásban rendkívül erős. Bizonyítható tény: az, hogy például Erdélyben szépen beszélnek magyarul a gyerekek, a fiatalok, részben a Dunának köszönhető. Van három nyelvművelő műsorunk, három magyar irodalommal és ugyanennyi magyar történelemmel foglalkozó műsorunk is. Ugyancsak fontosnak tartom a magyarság egyetemes kulturális értékeinek bemutatását, amihez hozzátartoznak a művészetek, a tudomány, a néprajz. Szóba került az imént, hogy csak közszolgálati műsorok legyenek, és ne legyen közszolgálati televízió. Ha csak műsorok vannak, azok soha nem állnak össze egységes egészzé. Közszolgálati televízióra igenis szükség van. A köztvének nem szabad megszűnnie, hanem új tartalommal kell megtelnie.

Bajomi-Lázár Péter: Abban tehát valamennyien egyetértetek, hogy szükség van önálló közszolgálati csatornákra. Kérdés azonban, hogy hány közszolgálati csatornára van szükség Magyarországon. Most három csatorna van, és mindhárom anyagi nehézségekkel küzd. Nyilvánvaló, hogy a magyar reklámpiac csak korlátozott számban tud televíziócsatornákat eltartani. A kérdésfelvetést az is indokolja, hogy valamennyien egybekötöttétek a politikai függetlenség és a finanszírozás kérdését, mondván, hogy elég pénz nélkül a tévék rászorulnak a kormány támogatására. Tehát: hány közszolgálati csatornára van szükség Magyarországon?

Gyórfy Miklós: A köztelevízióknak valóban részt kell venniük a reklámokért folyó versenyben. De ebből a kalapból vegyük ki a Duna Televíziót, mert a határon túl élő magyaroknak szükségük van egy csatornára. Bizonyos értékek megőrzésében abszolút a Duna Televízió az első, ez rendben van. Még ha néha kicsit unalmas is... De ez a kisebbik probléma. Ott van a Magyar Televízió, amiről semmi jót nem lehet elmondani. A kérdésedre, hogy hány kell: egy, plusz a Duna. Ha valaki azt mondja, hogy csináljunk a hátról egyet, és azt lőjük föl műholdra, hogy Norvégiától Erdélyig mindenhol nyugodtan lehessen nézni, akkor én azt mondom, hogy ennek a valószínűsége – vagyis hogy itthon is sokan, és ott is legalább ennyien nézzék – a nullához közelít. Itt is, ott is kevesebben néznék. Akkor jön a következő lépés, hogy legyen kettő: maradjon meg a Duna és legyen egy közcsatorna. De hessegessék el a politikai pártokat a környékéről. A politikusok azt tanulták, hogy a közszolgálati televízió az a hely, ahol ingyen lehet beszélni. Az a hely, ahol azt mondanak, amit akarnak, és még csak össze sem kell szedniük magukat. Attól sem kell tartaniuk, hogy kellemetlen alakok mindenféle kérdéseket tesznek fel. Azt kellene megérteniük, hogy ennek nincs semmi hozadéka. Az emberek nem nézik meg, és ha mégis, akkor meglesz a véleményük róluk.

Tímár János: Ugyanazt mondom, mint az előbb, hogy végig kell gondolni. A Duna Televízió 3,5 milliárdot kap. Ugye a függetlenség alapelve mindenhol az, hogy nem költségvetésből, hanem máshonnan finanszírozzák. A Magyar Televízió esetében 3,5 milliárd az égvilágon semmit nem segítene, semmit nem oldana meg. Kérdés, hogy mennyi pénzre van szükség. A magyar előfizetőktől képtelenség mondjuk 25-30 milliárd forintot beszédni. Azt sem lehet komolyan gondolni, hogy a költségvetés adjon pénzt, de a politikusok menjenek innen a fenébe. Az, hogy a költségvetés egyszer csak ki fogja mondani: minden pénzem a tiétek, engem abszolút nem érdekel, hogyan fogjátok fölhasználni, ez a mai politikai rendszerben nem reális.

Bajomi-Lázár Péter: Nem lehetne az előfizetési díjat progresszívvé tenni? Fizessenek többet a gazdagok.

Tímár János: Logikus lenne, ha azt mondaná a politika, a törvény, hogy akkor ez legyen rendes adó. De nem vállalja föl, hogy azért, hogy te szép televízió műsort nézhessél, adót vet ki rád. A politika most nem meri az előfizetést adóként kezelni.

Gyórfy Miklós: Érdekli az a köztelevíziót, hogy honnan van az a pénz? Mit számít az, hogy a Magyar Televízió megkapja a beszédett pénzek 40 százalékát? Javított a függetlenségén akár egy százalékot is?

Tímár János: Ha így teszed fel a kérdést, akkor az én válaszom az, hogy nem javított rajta. De ebből nem következik az, hogy nem is érdekes, honnan vannak forrásai a köztelevízióknak.

Pekár István: Véleményem szerint két televízió kellene Magyarországon, a hozzánk hasonló európai országokat figyelembe véve. Sok honfitársunk él a határon túl, őket is megilleti egy televíziós csatorna. És nem lehet feltenni az országos közszolgálati csatornát műholdra. A külföldön élő magyaroknak szükségük van háttérműsorokra, viszont a hazai politikai csetepaték nem érdeklik őket, azt sem tudják, hogy kikről van szó.

Azt mondtátok, hogy a médiatörvény rossz. Én is azt mondom, hogy nagyon is az, de ha nem lenne, akkor még rosszabb lenne a helyzet. És úgy gondolom, a kuratóriumokra is szükség van, az ORT-re is szükség van. A Dunának 31 tagú a kuratóriuma, a mi esetünkben nyolc határon túli kurátor is van. A mandátumuk egy évre szól. Általában tavasszal történik a váltás, még a régi kuratórium megszavazza a következő év üzleti tervét, majd az új kuratórium megszavazza az előző évről szóló beszámolót. A gond tehát az, hogy egy évig vannak a társadalmi kurátorok, úgy, hogy nem is ismerik meg az intézményt.

Zöldi László: Péter a bevezetőben úgy fogalmazott, hogy ő három forgatókönyvet ismer. A harmadik az volt, hogy közszolgálati adókra nincs szükség, szükség van viszont közszolgálati műsorokra. Magam sem tudom, hogy ezen az állásponton vagyok-e, de valahányszor meghívják az ilyen összejövetelekre, és elkezdnek arról

beszélgetni, hogy hány közszolgálati rádióra, televízióra volna szükség, akkor én fölteszem a kezem és megkérdezem: „Miért is van szükség közszolgálati rádióra és televízióra?” Ez csak egy ijesztgető kérdés, de érdekes következménye szokott lenni a szünetben. Azok a barátaim és kollégáim, akik a közszolgálati rádióban és televízióban dolgoznak, odajönnek hozzám, és megkérdezik tőlem, hogy miért akarom az egzisztenciájukat tönkretenni. Magyarországon van most néhány ezer szakember, akinek az érdekét az szolgálja, hogy legyen

közszolgálati rádió és legyen közszolgálati televízió. Én ezt emberileg megértem, és nagyon szomorú volnék, ha akaratlanul is hozzájárulnék ahhoz, hogy tönkremenjen az egzisztenciájuk.

De van egy más élményem is. Mint helyi sajtóval foglalkozó szakértőt megkeresnek médiapolitikusok, hogy mondjam el a véleményem bizonyos kérdésekről. Elmondom, de a beszélgetés végén őket is azzal szoktam bosszantani, hogy megkérdezem tőlük: „Mit akartok a közszolgálati médiumokkal? Miért akartok egy vagy több közszolgálati rádiót, televíziót?” Ilyenkor furcsán néznek rám. Amit nem is csodálok, elvégre az érdekük az, hogy legyen közszolgálati rádió, legyen közszolgálati televízió; legyen gyakorlóterep, ahol ingyen mondhatják a magukét. Én ezt mind megértem. Egyet nem értek meg: itt vagyunk ezen a szakmai fórumon, s még csak véletlenül sem játszunk el azzal a gondolattal, hogy mi volna akkor, ha nem volna Magyarországon közszolgálati rádió és közszolgálati televízió? Hiszen itt túlnyomórészt olyanok ülnek, akik gondolhatják ugyan, hogy legyen ilyesmi, de nem egzisztenciális érdekük a közszolgálati rádió és televízió. Ezzel természetesen nem azt akarom mondani, hogy ne legyen közmédia. Csak óva inteném magunkat attól, hogy axiómaként kezeljük azt, hogy legyen. Vajon mi történik akkor, ha közmédia nincs, csak közszolgálati típusú műsorok vannak a különböző adókon? Nekem rokonszenves az a gondolat, amit Gyórfy Miklós úgy fogalmazott meg, hogy ő el tudja képzelni a negyedik forgatókönyvet: legyen magántőkés tulajdonában egy közszolgálati műsorokat is sugárzó médium. Tímár János pedig föltette a kérdést: miért gondolja bárki is ebben a teremben, hogy a politikusok hajlandók volnának lemondani a játszóeszközökről, a közszolgálati rádióról és a televízióról. Csakhogy a politikusok egyszer már lemondtak valamiről. Szeretném emlékeztetni a társaságot arra, hogy 1989 legvégén a politikai elit elfogadta az elektronikus moratóriumot. Ennek az volt a lényege, hogy addig nem lehet új kereskedelmi rádiókat és televíziókat létrehozni, ameddig – néhány hét múlva, legkésőbb fél év múlva, rögtön a választások után, mondták naív módon a magyar politikusok 1989 végén – meg nem születik a médiatörvény. Mindannyian tudjuk, hogy ez a félév hét-nyolc évig tartott.

Ajánlok egy gondolati játékot: mi történik akkor, ha a nyomtatott sajtóban van közszolgálati jellegű műsor? Elnézést kérek a szándékos képzavarért. Az elektronikus moratóriumnak ugyanis az volt a következménye, hogy a politika nem figyelt oda a nyomtatott sajtóra, különösen a vidéken levő újságokra, amelyeket szép csöndesen privatizáltak a külföldi befektetők, elsősorban a németek, angolok és franciák. A folyamat eredménye: a vidéki Magyarországon ma megjelenik 22-23 olyan napilap, amely körülbelül 600-700 ezer példányban lát napvilágot, és körülbelül hárommillió ember olvassa. Erre a médium-hálózatra nem vonatkozik a médiatörvény, ez magánvállalkozásként működik és tulajdonképpen megvalósította a közszolgálati bizonyos kritériumait. Mert ha a közszolgálati egyik kritériuma az oktatás, a másik a kultúra, a harmadik a kisebbségi kérdéssel való foglalkozás, akkor a nyomtatott sajtó rendszeresen foglalkozik ezekkel a témakörökkel, noha tulajdonosa nyereségre törekszik. És van még két közszolgálati szempont, amelyet a külföldi befektetők révén az angolszász sajtóhagyományokból vettünk át. Az egyik az automatikus válaszadás joga, a másik az egyenlő távolságtartás elve. Tényleg csak nagyon röviden jellemzem mindkettőt. Az első azt jelenti, hogy ha az országos vagy a helyi végrehajtó hatalom többségi alapon hoz egy döntést, ezt természetesen bemutatja a médium. De az is természetes, már-már automatizmus, hogy utána bemutatja a kisebbségben maradt érveit is. A másik pedig azt jelenti, hogy az adott médium igyekszik egyenlő távolságot tartania a politikai csoportosulásoktól. Ezt az öt közszolgálati kritériumot a nyomtatott sajtó többé-kevésbé megvalósította a legutóbbi 11 évben, anélkül, hogy vonatkozott volna rá a médiatörvény. Anélkül, hogy a politikusok rajta tartották volna a szemüket és a kezüket. Természetesen vannak ellentmondásai is a külföldi tulajdonban lévő sajtónak, de ezek nem a közszolgálati funkcióhoz kapcsolódnak. A politikai elit pedig garázdálkodik a közmédiának nevezett Magyar Televízióban, Magyar Rádióban, kicsit még a Duna Televízióban is, mert a jelenlegi körülmények között megengedheti magának. Ennek a gyakorlatnak érdekes kontrasztja a nyomtatott sajtó, különösen a vidéki újságok gyakorlata, ahol a politikai beavatkozásnak alig van nyoma. Ahhoz ugyanis, hogy a magyar politikusok beavatkozzanak, Bregenzzel és Passauval, Essennel és Gütersloh-val, Londonnal és Nizzával kellene egyezkedniük. Ami nem is olyan könnyű. Igaz, hogy az ebből a szempontból szerencsésebb nyomtatott sajtóra nem is vonatkozik a médiatörvény.

Soós Tibor: Ezt a gondolatmenetet folytatva reagálnék a médiumok közötti átjárhatóság kérdésére. A sajtószabadság szempontjából egyáltalán nem tartom szerencsésnek azt a helyzetet, hogy Magyarországon az elektronikus médiát a jogilag lényegében kontrollálhatatlan Panaszbizottságnál is be lehet panaszolni, a nyomtatott sajtónak pedig megmaradtak az 1986-os sajtótörvényben szabályozott különböző bírósági eljárások, amelyek ugyanakkor megvannak az elektronikus médiánál is. Az elektronikus újságírásban dolgozó tehát kétszeres figyelem – nyugodtan mondhatni: ellenőrzés – alatt áll.

Ülünk itt néhányan a teremben, akik valamikor tanítottuk és képviseltük azt az ideát, hogy a társadalmi demokrácia csak a hatalmi ágak egyensúlyára és a parlament ellenőrző tevékenységére épülhet, ami azt jelenti, némileg leegyszerűsítve, hogy a parlament megválasztja a maga kormányát. Ma pontosan tudjuk, hogy a gyakorlati működés úgy zajlik, hogy a kormányoknak van parlamentjük. Ez nem magyar sajátosság. A 20. század második fele óta jól megfigyelhető, hogy a kormány a maga parlamenti többségével keresztülviszi az akaratát, és ténylegesen nem a parlament ellenőrzi a kormányt. Magyarországon jogilag az a helyzet, hogy a médiatörvény szerint a kormánynak nincs köze a Magyar Televízióhoz, azt az Országgyűlés ellenőrzi, attól kap mindent. A gyakorlati helyzet pedig az, hogy ami 1989 óta történik, az a mindenkor kormány akaratát tükrözi. Emiatt lehet reális a beszélgetés címe, azaz mindig oda jutunk vissza, hogy a gazdasági függetlenség alkotói függetlenséget és szellemi értéket eredményez-e. Az ember erre a kérdésre azzal tudja elkenni a választ, hogy a televíziózás komolyabb dolog annál, hogy a televíziósokra lehetne bízni. Elnézést, a jelenlévők mindig kivételek. Az a probléma, hogy a közszolgálati televíziós függetlenség évtizedeken át azt jelentette: a közszolgálati televíziósokat nem érdeklik a költségek, mert nem az ő feladatuk, hogy előteremtsek azokat, akik pedig „adják”, azok általában politikai ellenszolgáltatást, befolyást igényelnek cserébe.

Felmerült a médiatörvény megalkotásának időszakában az gondolat, hogy a kereskedelmi műsorszolgáltatókat tegyük valahogyan érdekeltté abban, hogy bizonyos közszolgálati funkciókat ellássanak, és hogy ez nem is áll távol tőlük. Ezek a vállalások egyelőre nyögvenyelősen ugyan, de a televíziós műsorszolgáltatók esetében teljesülnek. A médiumok között legyen átjárhatóság, az tehát, hogy az a fajta arisztokratikus elkülönültség, ami most a televíziók és a rádiózás között van, mindenképpen feloldandó. Hasonlóképpen higgadtan kellene kezelni azt az ájulásszerű

izgalmat és felfokozott érdeklődést is, ahogyan ma az internet – s az általa biztosítható tartalomszolgáltatás – szerepe egyrészt a sajtószabadság megvalósításában ad reményeket, másrészt észre kell venni azon hatalmi reflexek újjászületését is, amelyek a tiltások és

korlátozások hatósági eszközeinek igénylésében már tetten érhetőek. A közszolgálatiáság szerintem a néző, a hallgató számára elsősorban műsorszámokban jelentkezik, s ma mégis alapvetően a műsorszolgáltatók besorolásában keresik a közszereplők a kérdés megoldását.

Szente Péter: Három dolgot szeretnék mondani. A sajtótermékektől nem várjuk el, hogy politikailag kiegyensúlyozottak legyenek. Ha az elektronikus médiában is meg akarjuk valósítani azt a szisztémát, ami a sajtóban van, akkor egyrészt el kell fogadnunk azt is, hogy feltehetőleg a legkülönbözőbb politikai irányzatok sajátítanak ki a lapokat – különben ugyanazt az ORTT Panaszbizottságot és hasonló mechanizmusokat kellene alkalmaznunk, és akkor már nagyon eltávolodtunk a sajtótól. Másrészt föl kell tételoznünk, hogy kialakul a minőségi újságírásnak megfelelő elektronikus médium, amiről egyáltalán nem vagyok meggyőződve. Angliában a minőségi sajtótermékek, például a Times ára többszöröse a Mirror árának. Ez akkor az elektronikus médiában is így lesz? Szerintem a közszolgálatot nem hozhatjuk ebbe a helyzetbe.

Elhangzott egy másik, nagyon érdekes javaslat is: mi lenne, ha egy közmédiium privát pénzből jönne létre? Én biztos másik országban élek, mint te, Miklós, és én el nem tudom képzelni, hogy te nálam sokkal naivabb lennél. De nekem úgy tűnik, hogy abban a pillanatban, amikor Magyarországon megjelenik a kereskedelmi pénz, az valamelyik párthoz kötődve jelenik meg, és nem olyan patrícius-pénz lesz, ami minden politikától irtózik, és nem kapcsolódik pártokhoz. Meg tudnád nevezni azokat a kereskedelmi csoportokat, amelyek ebbe pénzt raknának, és függetlenek az egyik vagy a másik párttól?

A harmadik dolog, amit mondani szeretnék: itt mindenki egyetért abban, hogy minden lehetséges, csak a BBC-modell nem az, ezért jobb, ha el is felejtjük a BBC-t. Ezzel nekem egyetlen problémám van, az, ami a mai találkozóznak a fő címe is, hogy tudniillik BBC vagy RAI? Akkor melyik modell legyen? A RAI-ról tudjuk, hogy csupán névleg közszolgálat, ha az ember bekapcsolja, még a magyar kereskedelmi televíziókkal összehasonlítva is a bornírtság elképesztő szintjét üti meg. Lényegében szépségversenyt mutatnak reggeltől estig. Ezt én nem nevezném közszolgálatnak. Abban a pillanatban viszont, amikor elsoroljuk, hogy mi mindent értünk közszolgálaton, akkor pontosan azokat a dolgokat mondjuk, amelyek a BBC definícióját is alkotják: pártatlan és objektív politikai tájékoztatás, a művészetek, a tudományok és a kultúra műsorra tűzése. Azt mondjátok, ezek nem relevánsak Magyarországon, mert nem megvalósíthatók. De azért felejtjük el őket, mert nem tudjuk megcsinálni, vagy azért, mert nincs rájuk szükség, vagy pedig azért, mert tudunk jobb megoldást?

Gyórfy Miklós: A politikai kiegyensúlyozottság nagyon fontos elv, és hozzátartozik a közszolgálat mítoszához, ez teljesen rendjén van. De próbáljuk meg belátni, hogy ez itt nem megy. Itt ez így is, úgy is el fog sorvadni, teljesen jelentéktelenné válik. Nem tudni, hogy mikor látja be a politikai elit, hogy ez olyan játékszer, ami folyton felsérti a kezét, piszkos lesz tőle, nem sok öröme van benne, és még sok pénzbe is kerül...

Szente Péter: Miklós, ha ez így van, akkor jó, rendben van. De akkor miért nem lehet gondolkodni egyáltalán? Még egy másik variáció van, amelyik azt mondja, hogy nem kell angolokat idehozni, az angol közönséget pláne nem lehet idehozni (mellékesen: a BBC nézettsége és hallgatottsága egyébként 40 százalék fölött van, úgyhogy ott nincs probléma a közönséggel, sőt a Lengyel Televízió, a közszolgálati televízió is több mint 50 százalékos a nézettsége). De miért nem lehet elképzelni egy olyat – legalább annyi politikai realitással, mint a te patrícius, privát ötleted –, hogy legyen egy olyan megállapodás, amelyben azt mondjuk: jó, rendben van, nem fogjuk a BBC-modellrel száz százalékgig megvalósítani, de vannak olyan technikák, amelyeket érdemes komolyan venni, és amelyeket eddig soha senki Magyarországon még nem próbált ki. Hát miért nem állítunk föl egy olyan modellt, amelynek racionális alapja van, és arról szól, hogyan lehetne a közmédiát úgy felügyelni, hogy az ne politikai felügyelet legyen, de mégiscsak valamilyen felügyelet? Szerintem ezek technikai kérdések, amelyek megoldhatóak, ha megvan hozzá a politikai akarat. Ha igazad van, és a játék tényleg nem működik, akkor előbb-utóbb megteremtődhet egy olyan helyzet, amikor a politikusok azt mondják, hogy mégiscsak kellene egy normális köztvé – ha másért nem, azért, mert Európában megkövetelik. Az Európai Unióban nem lehet azt mondani, hogy nálunk nincs közszolgálati média. Most ismét bele kell tenni a jelenlegi MTV-be néhány milliárdot. Miért nem kezdjük inkább előlről, és csinálunk egy olyat, amelyik működőképes?

Gyórfy Miklós: Nincs közünk ehhez a dologhoz. Tudod jól, egy ember megmondja, hogy nem szavaznak még egyszer a kuratóriumokról, egy olyan ügyben, ami kihúzhatná a méregfogát ennek a dolognak. Csak azt kéne mondania, hogy szavazzunk még egyszer. És nem...

Bajomi-Lázár Péter: Azt hiszem, annyit azért tehetünk, hogy igyekszünk különböző fórumokon napirenden tartani a kérdést.

Bayer Judit: Az ORTT egyik tagja úgy fogalmazott, hogy aki megszerzi a médiát, az elveszíti a választásokat. A politikusok mégis újra és újra vehemens kísérleteket tettek arra, hogy megszerezzék és szócsóként használják a médiát. Nálunk a közszolgálati televízióknak nincs olyan szerkesztői önállósága, hogy nemet mondhatna egy felülről jövő parancsnak. Itt tehát főként a politikai akarat hiányzik. Az itt folyó vita is két kérdés körül forog. Arról, hogy mi a közszolgálatiáság, tartalmilag mitől közszolgálati egy televízió. És arról, hogy hogyan működtethető a televízió, ki felügyelje és hogyan pénzeljék. Ezt a két kérdést érdemes lenne külön tárgyalni.

Gyórfy Miklós: Ahhoz, hogy egy politikus szócsónek, ingyenfórumnak tekintse a közmédiát, két fél szükséges. A másik az, aki ezekben az intézményekben elvállalja ezt a szerepet. Ilyen mindig akad. És persze kell egy olyan közvélemény, civil világ, amely ezt zokszó nélkül, egy hang, pissenés nélkül eltűri. Ebben az országban él vagy három és félmillió olyan választó, akinek fogalma nincs arról, hogy mi volt az a Tocsik-ügy, hogy ki az a Kaya Ibrahim, hogy mi az a Dunaferr. Ez itt a probléma. Aszerint szavaz, hogy milyen nyakkendője

van, vagy megsimogatta-e a kisgyerekeket, és azt mondta-e nekik, hogy helyes kis gyerekek vagytok. Más nem érdekli az embereket. Mindenkinek van távirányítója, addig kapcsolgat, amíg nem talál olyan műsort, ahol nem kell gondolkodni.

Bajomi-Lázár Péter: Az emberek nemcsak a Tocsik-ügyről nem tudnak, de a csonka kuratóriumokról sem: a Sajtószabadság Központ felmérése szerint közel 80 százalékuk még nem hallott róluk.

Marsovszky Magdaléna: Három dologra szeretnék kitérni. Egyrészt Pekár úr említette a Duna Televízióval kapcsolatban, hogy sok tanakodás folyik arról, ki milyen műsort néz a külföldi magyarok közül. Én most nemcsak a magyarságról beszélek, mert ugye nemcsak a magyarokról van szó, hanem azokról is, akik Magyarország iránt érdeklődnek. Merem állítani, hogy nemcsak arra kíváncsiak, amit a Duna TV nekik összeállít, hanem a „véres” valóságra is. Véleményem szerint ha készülné felmérés arról, hogy mit szeretnének nézni a külföldiek, abból kiderülne, hogy biztos

nagyon jó a magyar nyelv ápolása, de ugyanolyan érdekesek a parlamenti viták, meg az, hogy ténylegesen mi folyik Magyarországon. Szerintem tehát nem nagyon kell különbséget tenni a Magyarországon élők meg a külföldiek között.

Másrészt pedig: nagyon sokszor hallok Magyarországon, hogy ha mondjuk valaki szponzorál valamit, akkor annak nem lehet ellentmondani. Ez nem igaz, ez csak az úgynevezett agresszív szponzorálás esetén van így. A szponzorálás normális formája az, hogy a szponzor visszavonul, a háttérben marad. Esetleg a képernyő sarkában jelzi, hogy ő egyáltalán részt vesz a szponzorálásban. Ugyanígy látom én a közszolgálati média finanszírozását is. Kutya kötelessége, hogy kritizálja a kormányt, és felfedje a hibákat.

Amiért tulajdonképpen jelentkeztem: 2002. január 18-án és 19-én médiakonferenciát szervezek Budapesten, amelyen előad majd az ARTE kulturális tévécsatorna egyik munkatársa is. Ugye az ARTE kultúrpolitikai-közszolgálati elkötelezettsége általánosan elismert, és ez a munkatárs kifejezetten azzal a szándékkal jön, hogy egy esetleges együttműködésről beszéljen. Ha tehát lennének ezzel kapcsolatos javaslatok, azokat várja a konferencián.

Pekár István: Egyetértek, valóban szükség van a „véres” valóság bemutatására. De ezt ki kell egészíteniük a háttérműsoroknak.

Kováts Ildikó: Nemrégben az ORTT csináltatott egy felmérést, közvéleménykutatást, amelynek az egyik kérdése az volt, hogy az emberek mit értenek közszolgáltatáson. Bár a kérdéseket nem én fogalmaztam meg, úgy adódott, hogy én dolgoztam fel őket. Remélem, nem sértem a megbízó érdekeit, ha néhány általános eredményt itt elmondok. Az emberek valójában nem tudják, hogy mi az a közszolgáltatás, túlnyomó többségük tautologikus válaszokat adott, olyanokat, hogy hát, amelyik a közt szolgálja, vagy a régi tévé. Ugyanakkor a releváns választ adók talán 80 százaléka az informálás feladatát hangsúlyozta, azt, hogy a média objektívan tájékoztassa az embereket. Alig néhányan említették a nemzeti kultúrát, a tradíciók őrzésének feladatát. Ezen túl pedig néhányan nem tartalmi kritériumot határoztak meg a közszolgáltatásról: állami televízió, nem reklámokból él, meg hogy nem kereskedelmi jellegű. A közszolgálati műsorszórás fogalma tehát nem a hétköznapi emberek, a köznép kategóriája.

És most áttérnék a közszolgáltatás egy másik megközelítésére. Az Európai Unióban is sokat foglalkoznak a kérdéssel. Az egyik probléma az, hogy a technikai konvergencia miatt egyre nehezebb elválasztani egymástól az egyes információs piacokat. Nehéz azt mondani, hogy ez audivizionális szolgáltatás, az pedig nem az. A különböző szolgáltatásokra pedig különböző szabályok vonatkoznak. Az egyik dokumentumban, amelyik megragadta a figyelmemet, az állt, hogy a közszolgálat kérdését ketté kellene választani. A közszolgálatnak van egy terjesztési aspektusa: a közszolgálat fogalmának része, hogy kiket kell, hogy elérjen a műsor. Például, hogy egy adott területen mindenkihez el kell juttatni az információt, műsort. Vagy hogy speciális csoportokhoz, célközönséghez kell eljuttatni. Ha a hatékonyságot is figyelembe vesszük, tudnunk kell, hogy a különböző társadalmi csoportokat különböző eszközökkel lehet leghatékonyabban elérni. Nem biztos, hogy ugyanazzal az eszközzel, sőt inkább az a bizonyos, hogy különbözőekkel. Lesznek olyan csoportok, amelyeket az interneten keresztül lehet legjobban megközelíteni, lesznek, akiket a tévén, rádión, vagy éppen a kisbírón keresztül. Ha az információ tartalmát ideiglenesen zárójelbe tesszük, vagy adottnak vesszük, akkor piackonform módon pályázatot írhatunk ki arra, hogy melyik szolgáltató vagy szolgáltatócsoport milyen feltételekkel hajlandó a közszolgálati információkat eljuttatni a célcsoportokhoz. Természetesen azt is meg kell határozni, hogy a társadalom mivel hajlandó támogatni a nem nyereséges terjesztést.

A közszolgáltatás másik aspektusa a nagy- vagy célközönségekhez eljuttatni kívánt információ kérdése. Ehhez viszont pontosan kell tudni azt, hogy milyen információkat tartunk közszolgálatinak. Sőt, újabb kérdés merül fel: kik azok az ágensek, akik tevékenysége alapvetően közszolgáltatásnak minősül, és joggal tartanak igényt arra, hogy a velük, tevékenységükkel kapcsolatos információk mint közszolgálati információk jelenjenek meg? És ezzel visszajutottunk az eredeti problémához, hogy meg kell-e pontosabban határozni a közszolgáltatás tartalmát. Attól tartok, ma már a társadalom pluralizálódása következtében nem lesz konszenzus abban a kérdésben, hogy mi minősül közszolgálatnak. Ráadásul a társadalom, mely megismerte az információk hatalmát, és sokkal többet tud az információ, a nyilvánosság és az érdekérvényesítés kapcsolatáról – a public relations-re gondolok itt – nem bízza az újságírókra a közszolgáltatás meghatározását. A közszolgálatból a „köz” az, ami problematikus. Melyik az a „köz”, melyek azok a közösségek, amelyeket preferálnunk kell? Csak néhány jelentősebb problémát említenék itt meg:

Régebben a közszolgáltatás szempontjából nagyjából egyenlőségjelet tettek a nemzet, az országban élő állampolgárok és a társadalmi munkamegosztás, vagy a piac szereplői közé. Többé-kevésbé a nemzetállam tagjaival azonosították őket, azzal a népességgel, mely az ország határain belül élt. A globalizációval szétcsúsztak ezek a kategóriák, és nincs olyan egységes rendező elv, mely egy hierarchiába állítaná őket. És talán nincs is rá szükség.

Világossá vált, hogy különbözőképpen artikulálják a társadalmat, és különbözőképpen viszonyulnak az országokhoz, melyeken belül például a közszolgáltatóság értelmeződik, illetve megszerveződik. Kiderült, vagyis inkább tudatosult, hogy az egyes országokon belül nem egy nemzet van, hanem kisebbségek is vannak, és a nemzet sem ér véget az ország határainál. A nemzet, vagy nemzetiség(ek) az egyik nagy „köz”, közösségtípus. Ezek számára a nemzeti vagy kisebbségi kultúra fenntartása identitásuk szempontjából erősen közérdeknek minősül. De nemcsak a nemzetiségekről van szó — a civil társadalom szerveződése szintén egyre erősebben függetlenedik az országhatártól. És a vallásos közösségekről még nem is beszéltem.

A korábban alapvetően nemzeti munkamegosztás és nemzeti piac globalizálódásával a termelő, de méginkább a fogyasztói csoportoknak szinte semmi közük nincs az országhatárokhöz, az azokon belül folyó vagy szerveződő kommunikációhoz. Vannak viszont védendő érdekeik, a fogyasztóvédelem például igazán közérdeknek minősíthető. És nem szabad eltekinteni a nagy piaci szereplőknek azoktól a törekvéseitől, hogy sajátos közösségekké kívánják szervezni fogyasztóikat, az azonos cikkek fogyasztásához kötött ideológiákon keresztül.

A harmadik entitás a politikai állam az állampolgáraival. A közszolgálat egyik feladata, hogy olyan tájékoztatást nyújtson, mely a demokrácia fennmaradását biztosítja – ez is közérdek, minden állampolgár érdeke. Ebből a szempontból fontos, hogy a közszolgálati tájékoztatás hogyan tükrözi az ország politikai struktúráját, milyen a választási rendszer, a tájékoztatás mennyire felel ennek meg, mennyire támogatjuk az állampolgárokat abban, hogy releváns információk alapján döntsenek, vagy ellenőrizzék a hatalmat stb. A közszolgálatnak ez az aspektusa esik egybe az országhatárokkal is, és a politikai szereplők azok, akik leginkább befolyásolni próbálják és tudják az országon belül megszervezett kommunikációt. Ugyanakkor a demokrácia értelmezése sem kötődik kizárólag csak államokhoz — gondoljunk például az Európai Unióval kapcsolatos problémákra.

A közszolgálati információ tartalmának meghatározásakor tehát lehet, hogy még egy lépést vissza kell lépni, és azokat az ágenseket is meg kell határozni, akik tevékenysége, működése közszolgálatinak minősíthető. És lehet, hogy ezeknek a nyilvánosságra lépését kell segíteni. De ez már egy másik logika.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

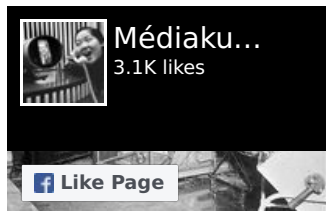
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Oktatás

[Sziártó Imre:](#)

A média tantárgy a magyar közoktatásban

Az alábbi tanulmányban a mediális kommunikációval foglalkozó tantárgyak történeti gyökereit igyekszünk felkutatni azzal a szándékkal, hogy megértsük a magyar médiaoktatás jelenlegi állapotáig vezető folyamatokat. Noha a kezdetben filmoktatásnak nevezett tantervi blokk szinte egyidős magával a filmmel, a dolgozat kiindulási pontja 1960, amikor az első dokumentumok megjelentek a témáról, majd a filmesztétika a közoktatás részévé vált. Az anyaggyűjtést a 2000-ben megjelent Kerettantervvel zártuk le. A nemzetközi médiaoktatási tendenciák összegzése és a magyar fejlődés leírása mellett a dolgozat fő célja a magyar modell értelmezése.

Bevezetés

A tömegmédiá termékével nem felnőttként találkozunk először. Ezért az iskolának mint szocializációs tényezőnek nagy figyelmet kell fordítania arra, hogy a tanulókat a média használatára és értésére nevelje. Ez egyfelől azért tűnik nehéz feladatnak, mert több területen hiányoznak azok az alapkutatások, amelyekre az iskolai tananyagokat mint kiérlelt tudáselemeket építeni lehetne, másfelől ezek a tartalmak alig „iskolásíthatók”, mert egyszerűen ellenállnak a didaktikai szándékú rendszerezésnek. Ráadásul mintha a mai iskolától idegen készségekről lenne szó, amelyek hihetetlenül gyorsan változó ismeretanyaghoz kapcsolódnak. Kell tehát egy új tantárgy, amelynek a legtagabb elnevezése ez lehetne: elektronikus környezetismeret.

Ebben a tanulmányban ennek a korszerű és nagyon szükséges tantárgynak a történeti gyökereit igyekszünk felkutatni azzal a szándékkal, hogy megértsük azokat a folyamatokat, amelyek a magyar médiaoktatás jelenlegi állapotáig elvezettek.

Ha a kezdeteket vizsgáljuk, nem beszélhetünk médiaismeretről, hiszen könnyen belátható, hogy valódi médiakultúrával sem rendelkezünk. Kezdetben volt a filmesztétika a maga elitista megközelítésével és az irodalomból kölcsönzött fogalomkészletével. Mégis azt kell mondanunk, hogy ez a tantárgykezdemény a mai médiaoktatás elődje - az alábbiakban részletesen szó lesz erről. Noha a filmoktatás szinte egyidős magával a filmmel, a mi kiindulási pontunk 1960, amikor az első dokumentumok megjelentek a témáról, majd a filmesztétika a tanterv részévé vált. Jelen összefoglalás anyaggyűjtését a 2000-ben megjelent Kerettantervvel zártuk le. Ez utóbbival csak annyiban foglalkozunk, amennyiben feltehetőleg bizonyos ideig meghatározza az oktatást, de az iskolai munkára gyakorolt hatásának elemzéséhez távlatra és tapasztalatokra van szükség. Érdeklődésünket ezúttal a közoktatásra összpontosítjuk, benne egyrészt a rendszerszerű, központi intézkedésekkel és tantervvel megjelenő programokra, másrészt a folyamatosan jelenlevő egyedi megoldásokra, amelyek mindig szoros kapcsolatban álltak az előzőkkel. A dolgozat egészében a mozgóképoktatás fogalmát úgy értelmezzük, mint magáról a mozgóképről való tanítást-tanulást.

Nem foglalkozunk tehát azokkal a pedagógiai elképzelésekkel, amelyek a mozgóképet szemléltetőeszközként fogják fel a legkülönbözőbb nevelési célok elérése érdekében. Dolgozatunkban a mozgókép az oktatás tartalmaként, nem pedig segédanyagként szerepel.

Tanulmányunk a kultúra egy sajátos szeletének az iskolában való megjelenésével foglalkozik. Arra keressük a választ, hogy a fentiekben megjelölt időszakban miként változott a tantárgy jellege és anyaga, a téma hogyan illeszkedett be az oktatás egészébe.

A filmesztétikától a médiaismeretig végigkövethető, különféle elnevezésekkel és tartalmakkal megjelenő tantervi blokkot a dolgozatban a mozgóképoktatás névvel jelöljük - ezt az összefoglalónak szánt elnevezést használjuk a dolog számos változatára. Az elnevezés megmutatja azt, ami valamennyi kezdeményezésben közös: a filmmel, az audiovizuális eszközöket igénybe vevő közlési eszközökkel, valamint a legtagabb értelemben vett kommunikációval foglalkozó tárgy(ak) sorsát követjük végig.

A címben foglalt médiaoktatás tehát egyszerre jelöl szűkebb és tágabb területet annál, amit a tanulmányban ténylegesen vizsgálunk. Ez vonatkozik a nemzetközi és a magyar helyzetre is: egyfelől többször említjük majd, hogy a hasonló pedagógiai programok bizonyos időszakokban kizárólag a filmet tárgyalták, továbbá számos program nem érinti a média világának több lényeges vonatkozását. Másfelől vannak olyan programok is, amelyek általános kommunikációelméleti alapozásúak, és a tömegmédiákat csupán a közlés egyik eszközének tekintik.

Reményeink szerint azonban nem csupán a mozgóképzés pályája rajzolódik ki a szövegünkben, hiszen a pedagógiai innovációk sorsának, az oktatás tartalmi fejlesztésének, végső soron a társadalmi modernizáció folyamatának a kérdéseire kell majd kitérnünk. Éppen ez tűnik a téma legizgalmasabb vetületének. Hogyan alakulhat át a társadalom egyik részrendszerének, az oktatásnak a képe más, az iskolán kívüli folyamatok hatására? Honnan indulnak el a modernizációs törekvések? Melyek azok a politikai akaratok, amelyek ezeket a folyamatokat serkentik, és melyek azok, amelyek fékezik? Mi a szerepe mindebben az oktatásirányításnak, a helyi hatalom szerveinek és magának az iskolának mint intézménynek? Ezek a legfontosabb kérdések, amelyeket fel kell tennünk. Megpróbáljuk továbbá leírni az oktatás legfontosabb szereplőinek – a pedagógusoknak és a tanulóknak – a megújulási folyamatokban elfoglalt helyzetét.

Az alábbiakban sajátos tantárgytörténet rajzolódik ki, annak törekvéseink szerint számos előfeltevésével és következtetésével. Az időrendet mint szemléleti módot és mint az anyag elrendezésének elvét a dolgozatban kétszer is érvényesítjük: a hazai és a nemzetközi folyamatok megrajzolásakor. Az elemzés fő célja a magyar modell értelmezése. A történeti metszetekben végzett kutatásokat a jelen megértésének szándékával használjuk, tehát szövegünknek van egy szinkron vonulata is.

A mozgóképzés a világban: nemzetközi kitekintés

Az összehasonlító szemléletű kutatásoknak azzal a problémával kell szembenézniük, hogy az adott jelenség különböző összefüggésekben és értelmezésben jelenik meg a világ különböző országaiban. Jelen fejezetünkben egyensúlyba kell hoznunk a mozgóképzés nemzetközi és magyar felfogását, ha ugyanis az első kerül előtérbe, akkor elveszíthetjük a hazai helyzet értelmezéséhez szükséges látószöveget, az utóbbi dominanciája pedig azzal fenyeget, hogy csupán a magyar megítélésből fontos hozadékokat vizsgáljunk.

A mozgóképzés nemzetközi trendjei az UNESCO kutatásai és ajánlásai alapján alakultak ki.¹ Ez utóbbiakat Sirkka Mikkinen finn szerző foglalta a tanterv műfajának megfelelő rendszerbe (Mikkinen 1978). Mikkinen általános curriculumja négy területet különít el:

- (a) a kommunikáció története,
- (b) a tömegkommunikáció szövegeinek előállítása,
- (c) a tömegkommunikációs üzenetek tartalma,
- (d) a tömegkommunikáció hatásai.

Látni fogjuk, hogy ez a curriculum szűkebb merítési bázist képvisel a mindenkori magyar mozgóképzésnél, hiszen nálunk folyamatosan jelen van a tömegtájékoztatás tartalmi mellett az oktatásnak egy másik vonulata is, ez pedig a film. Nemzetközi körképünket ezért a fenti alapvetésnél szélesebb alapról végezzük abból a megfontolásból, hogy a magyar modell leírásakor figyelembe vehessük a magyarral rokonságot mutató gyakorlatokat. Megközelítésünkkel reményeink szerint egyszerre szemléltethetjük a nemzetközi folyamatok és a magyar fejlődés sajátosságait.

Az elsődleges forrásokat a megfelelő nyelven, a másodlagosakat magyarul adjuk meg. A fejezet anyagául a személyes tapasztalatokon kívül több, kéziratban levő feldolgozás, valamint országjelentés szolgált, ez utóbbiak egy része elektronikus forrásból származik. Hasonlóképpen nyertünk információkat a megfelelő országok oktatási minisztériumainak honlapjairól. A fejezetben nem mindenütt jelezzük a felhasznált forrást, mert ez több esetben rendkívül megterhelné a szöveget. Ahol nem utalunk az adott irodalomra, ott ezek azonosítása a hivatkozások jegyzékéből a tárgyalt országok alapján elvégezhető.

Valamennyi országgal kapcsolatban igyekszünk azokat a vonásokat kiemelni, amelyek tanulmányozásának lehetnek hozadékai a magyar oktatás fejlesztésében, hiszen mozgóképzésünkben máris tapasztalhatók a továbblépésnek azok az elemei, amelyeket éppen a megismert külföldi példák serkentettek.

A világban megjelenő mozgóképzési gyakorlatot három szempont alapján értékeljük. (1.) A mozgóképzés elméleti alapjai. (2.) Mi az adott program célrendszerének jellegadó eleme, azaz milyen nevelési célokra „használják” a mozgóképzést? (3.) A mozgóképzés milyen módon és milyen mértékben integrálódott az adott ország közoktatásába?

Valamennyi ország mozgóképzése ennek a három elemnek az együttesével írható le, hiszen látni fogjuk, hogy azonos elméleti bázisról induló formák más és más pedagógiai célrendszer szolgálatába állítják a mozgóképzést, különböző feltételek között és logikával ágyazódtak be a közoktatás egészébe. Nagy eltérések mutatkoznak az egyes szövetségi államok, régiók, területek, iskolatípusok és iskolák között az országokon belül, ezért minden ország esetében tendenciákról beszélhetünk csupán.

A mozgóképzések elméleti háttere

Ami a mozgóképzések elméleti hátterét illeti, alapvetően két modellt különíthetünk el: a társadalomtudományi-szociológiai és a jeleméleti-esztétikai megközelítést.

A társadalomtudományi-szociológiai vonulat a mozgóképzést mint szocializációs ágenst vizsgálja. Az ilyen alapokra épített programokban fontos a televízió és a film mintaadó szerepe, erőteljes vonulatot képez a médiareprezentáció kérdése, a multikulturalitás mint jelenség. A mediális kommunikáció társadalmi meghatározottságának előtérbe helyezése azzal jár, hogy a programok a szövegeket elsősorban nem nyelvi, hanem szociológiai szempontból vizsgálják. Ezzel függ össze a tömegkultúra nagysúlya az elitkultúrával szemben. Ezt a modellt követi elsősorban az angol, illetve a walesi és az északír iskola, ahol a film mint művészet például ma már nem található meg a nemzeti alaptantervben.

Az angol, valamint a walesi és az északír közoktatásban érvényes nemzeti tantervi alap 1989 óta tartalmazza a mozgóképet. A mozgóképpoktatás körül tevékenykedő, nyomásgyakorló csoportok tagjai arra az álláspontra helyezkedtek, hogy a tárgyat a közoktatásba a legkönnyebben úgy tudják bevinni, hogy egy meglévő tantárgyra „telepítik rá”. Erre a legalkalmasabbnak az anyanyelv mutatkozott, tehát a mozgóképet az angol alaptanterv English curriculumában találjuk. Ezt a formát jelöli az angol szóhasználat a media education kifejezéssel.

A tanterv értelmében a diákoknak „tisztában kell lenniük a nyomtatott és az elektronikus média megjelenési formáival. Minden tanulónak fejlesztenie kell a médiaszövegekkel és médiainstéményekkel kapcsolatos kritikai szemléletét, vagyis képesnek kell lennie az elemzésre és az értékelésre” (Primary Media Education 1989: 5). A 7-8. évfolyamban már lehetőség van arra, hogy valaki válassza a tárgyat, ez körülbelül heti két órát jelent. A tárgy rendszerszerűen csak a középfokú oktatásba integrálódott, ott azonban több életkorban és formában is megjelenik. A tanulók a tárgyat már a mi fogalmaink szerinti 9-10. évfolyamon felvehetik, és tizenhat éves korukig ebből több modult kötelezően el kell végezniük. A média a 16. életévükig kötelező anyanyelvi GCSE vizsga része. Vannak a GCSE vizsgának szabadon választható tantárgyai is, ezek egyike lehet a média. Ennek a magasabb szintű, specializált, választható formának az elnevezése media studies. A tárgy vizsgája egy hat elemből álló portfólió, amely esszéket, story boardokat, marketingfeladatokat, saját befogadásvizsgálatok eredményeit, valamint önállóan előállított mozgóképes anyagokat tartalmaz. A vizsgának hasonló változatát találjuk a magyar anyagokban, a bevezetésre kerülő úgynevezett projektvizsga rendszerében (Részletes vizsgakövetelmények 2000).

A diákok mintegy harmada továbblép az úgynevezett 16+ oktatásba, amely „A” level fokozatú vizsgával zárul. Az „A” level vizsga követelményeit kétévenként „sillabuszokkal” határozzák meg a területi elven működő vizsgabizottságok. A sillabuszok tartalmazzák a vizsga lehetséges témáit, a feladatok típusait és ezek megoldásának formáit.

Andrew Hart, az angol mozgóképpoktatás egyik legjelentősebb személyisége a következő kérdésekkel foglalja össze az oktatás lényegét: „A médiaoktatás hogyan illeszkedik a létező tantervbe? Milyen tantervi kérdéseket vet fel a médiaoktatás? Mi a szerepük a sajátos elveknek és nyelvhasználatnak? Mi a helye a gyakorlati munkának és ennek milyen a viszonya az elmélethez? Hogyan teremthetők meg az értékelés megfelelő formái?” (Hart 1991: 11).

Az angol közoktatás egyébként gyakorta vitatott kimenet-szabályozásával összefüggésben nem használnak tankönyvet, hanem a vizsgaközpontok sillabuszai jelentik a legfontosabb tájékoztató forrást a tanár és a diák számára.

Az oktatási segédanyagok kibocsátásának súlypontja kívül van az oktatás állami rendszerén, amennyiben ebben a munkában tudományos intézetek és közalapítványok vállalnak szerepet. Közülük a legfontosabb a Brit Filmintézet Oktatási Csoportja, a Film Education című kiadványsorozatot is megjelentető, társadalmi alapon létrejött szervezet, valamint az English & Media Centre. Külön figyelmet igényel az a filmajánló lista, amelynek szerkesztési szempontjai nagymértékben eltérnek a hazánkban készült listákétól. A filmek felsorolásából hiányzik számos, nálunk megkerülhetetlennek ítélt film, szerepel azonban a multikulturalitás, a különféle társadalmi csoportok médiaképviselője jegyében például Spike Lee, Ken Loach vagy Abbas Kiarostami. A Magyarországon forgalomban levő hasonló lista a filmtörténeti korszakok, nemzeti filmgyártások, filmkészítői attitűdök és műfajok kiegyensúlyozott megjelenítésére törekszik számos más, a magyar mozgóképpoktatásban meggyökeresedett szempont figyelembevételével (Hartai 1998: 129-134). Az angol rendszer fényében a magyar mozgóképpoktatásról azt is elmondhatjuk, hogy nálunk erőteljesebb a törekvés a tananyag koherenciájának megteremtésére, bizonyos teljesség kialakítására. Ez bizonyára nem független a magyar iskola sajátos expanzív jellegétől, az iskolának attól a továbbra is élő szándékától, hogy a tanulókat és a társadalmat minél inkább a hatása alá vonja. Angliában a tananyag összeállítása során nem szempont, hogy az adott tantárgy teljes és konzekvens képet nyújtson a látómezejébe került jelenségekről.

Az angol mozgóképpoktatás rendszere nagy hatással volt a világ több országának oktatására, ez leginkább a programok tartalmában, illetve a társadalomismerettel való erős kapcsolatában jelentkezik. Az angol fejlesztésű anyagok nemzeti változatait megtaláljuk a skandináv országokban, Svájcban, Ausztriában, Szlovéniában, Spanyolországban, Bulgáriában, továbbá Indiában és a dél-amerikai országokban, különösen Argentínában. Finnországban 1994-től az Oktatás Nemzeti Alapja című dokumentum „Kommunikáció” fejezetében találjuk a mozgóképpoktatást. Az angol rendszerhez hasonlóan itt is az anyanyelvi oktatásban szerepel a téma, amelynek legfontosabb tartalma a médiaüzenetek értelmezése.

Norvégiában a Norvég Nemzeti Tanterv 1997-től tartalmazza keresztantervi elemként a médiát, amit szintén anyanyelvi tanárok tanítanak. Az oktatás tartalmának két sajátos mozzanatát emeljük ki: az egyik a skandináv országok közötti kommunikáció fejlesztésének határozott szándéka, a másik pedig a nyomtatott sajtó mint hangsúlyos téma a mozgóképpoktatáson belül.

Svájcban az oktatás federális alapokon szerveződik, mind a 26 kantonnak saját curriculumuma van. A mozgókép mindenütt keresztantervi (tantárgyak feletti) tartalomként jelenik meg, és a hagyományos tantárgyakba (anyanyelv, történelem, művészetek, politikai nevelés) ágyazódik, a befogadó tárgyak óraszámának öt-tíz százalékában. Az oktatás különböző fokain találjuk meg, így az Ober- és Realschule szintjén, a Sekundarschuleben és a gimnáziumokban. Néhány régióban saját projekteket indítottak: „a személyiség és a közösség”, „az ember és környezete” és hasonló címekkel. Ahol azonban van érdeklődő tanár, ott a tanulók önálló tárgyként is választhatják a mozgóképet. A zürichi régió tanterveiben külön beszélnek például vizuális műveltségről és számítógépes műveltségről.

Ausztriában a népiskolák első osztályától kezdve az érettségiig foglalkoznak mozgóképpal. A Medienpädagogik, Medienkunde, Medieneinsatz elnevezésű terület oktatásának több formája létezik. Ezek közül a legelterjedtebbet a nemzeti tanterv keresztantervi tartalmi szabályozzák. A médianevelés a következő keresztantervi fogalmak

mellett kapott helyet: a férfi-női szerepekre való nevelés, politikai nevelés, a közúti közlekedésre való nevelés. A Hauptschule és az úgynevezett általánosan képző iskolák tanterveiben a gyakorlati médiamunka és a film választható tantárgyként szerepel. Gyakoriak a projekt formában megvalósuló tanulói munkák. Az új szlovén kilenc évfolyamos iskolában Médianevelés elnevezésű, választható tantárgyat terveznek meghonosítani az egész országban. A tantárgy tantervének szerzői az egy évtizede önállósult ország tömegtájékoztatásának helyzetéből indulnak ki, ami azért tanulságos, mert Szlovénia esetében tapasztaljuk a társadalmi helyzet és a nevelés közötti kapcsolat megteremtésének legerősebb szándékát. A tankönyveket és iskolai segédanyagokat is jegyző Karmen Erjavec-Zala Volèie szerzőpáros így fogalmaz egyik cikkében: „Ha a szlovén médiumok nem töltik be közösségi funkcióikat a társadalomban, és ha a médiakultúra nem válik alapvető emberi tudássá, akkor a társadalom életében való részvételünk az illúziók világába távolodik” (Erjavec-Volèie 1998). A mozgóképzés tehát a részvételi demokrácia megteremtéséért folytatott küzdelem egyik színtere Szlovéniában. Kiemelnénk továbbá azt is, hogy Szlovéniában – Ausztriához hasonlóan – sajátosan kapcsolódik össze az iskolaszervezet átalakítása és a mozgóképzés bevezetése. A tömegközlés túlsúlya jellemző az Amerikai Egyesült Államokban működő programok többségére is.

A mozgóképzés elméleti háttérének jelelméleti-esztétikai vonulatán alapuló programokban elsősorban művészileg formált szövegek kerülnek a tanórákra. Ezeket a mozgóképes nyelv, a tér- és időszervezés, a vágástechnika, a dramaturgiai fogások, a színészi játék szempontjából elemzik. Nagy hangsúlyt kap a műfajok kérdése. Jellemzően film-túlsúlyos rendszerekről van szó, szemben a tömegkommunikációval. Az angolnál erősebb ennek a felfogásnak a jelenléte a skót rendszerben, ahol a mozgókép a művészeti tárgyak között szerepel. Van hasonló vonulata az orosz, továbbá a lengyel, a francia és a belgiumi vallon mozgóképzésnek is. Skóciában az 5–14 éves korosztály iskoláztatását szabályozó nemzeti curriculum szinte valamennyi keresztterületi szempontja tartalmaz mozgóképpel összefüggő elemeket. A keresztterületi területek közül szempontunkból a legfontosabb a médianevelés, a kezdeményezőképesseggel kapcsolatos készségek (amelyeknek különös szerepük van a médiaoktatásban), az információs technológiák, valamint a faji megkülönböztetés elleni fellépés területe. A műveltségi területek közül az úgynevezett kifejező művészetek terület tartalmazza a mozgóképet. A hat alaptémával (a nyelvvel, a narratívával, a műfajokkal, az intézményekkel, a közönséggel és a reprezentációval) a tanterv által biztosított 20 százaléknyi szabad órásván foglalkoznak. Az oktatásban az elektronikus média és a nyomtatott sajtó, valamint a tömegfilm kapja a legjelentősebb szerepet.

A szláv nyelvterületen az orosz mozgóképzés tekinthet vissza a legnagyobb hagyományokra. A húszas évektől kezdve vállal részt a filmoktatásban az ODSZK (Obscsesztvo druzej szovjetszkovo kino – A szovjet film barátainak társasága). 2000-ben jött létre az Asszociáció kinoobrazovanyija i megyiapedagogiki (Szövetség a filmoktatásért és a médiapedagógiáért). A szervezetek felsorolása egyrészt jelzi, hogy az orosz mozgóképzésben jelentős szerepet vállal a filmes szakma. Másrészt láthatjuk a tárgynak a magyarhoz hasonló alakulását a filmoktatástól a médiapedagógiáig.

Oroszországban a diákok két módon tanulhatják a mozgóképet. Van egyrészt egy elvileg kötelező, keresztterületi alapozásúnak nevezhető tárgy, másrészt többféle választható stúdium. Az előbbi nem érinti az ország minden tanulóját.

A kinoobrazovanyije (filmoktatás) fogalmát az egyik szerző a következőképpen határozta meg: „A filmoktatás a személyiség alakításának és fejlesztésének folyamata a filmművészet eszközeivel és anyagán. Célja egyrészt a képernyővel való kommunikáció kultúrája, valamint a kommunikációs képességek, az elemzés és értelmezés készségei formálása; másrészt az önkifejezés különböző eszközeinek elsajátítása a mozitechnika segítségével” (Fjodorov1999: 7). Ennek megfelelően az oktatási programok tartalmazzák a filmelmélet alapjait, a mozgóképes műfajokat, a filmet mint szociokulturális jelenséget. A gyakorlati munka filmetűdők készítését jelenti.

Láthatjuk, hogy a tömegtájékoztatás kisebb súlyt kap az oktatásban – ez az orosz szerzők szerint az ország médiapiacának kialakulatlanágával függ össze. Amíg tehát az évszázados hagyományokkal rendelkező polgári társadalmakban a média oktatása a helyi társadalom erős önérvényesítő törekvéseire és a kulturális szimbolizáció tagolt szerkezeteire épülhet, addig a monolit berendezkedést nemrégiben lebontó társadalmakban az oktatás nem rendelkezik hasonló kiindulási alappal.

A nevelési célok

A nevelési célok három típusát különíthetjük el.

(1) Az elsőt a felzárkóztató szándék jellemzi, amely együtt jár a társadalmi esélyegyenlőség megteremtésének, a leszakadók segítésének, a szólásszabadság megteremtésének gondolatával. Ezt demokratikus-szocializáló modellnek nevezhetjük. A legjobb példa erre Argentína, ahol a társadalom demokratikus átalakításában szánunk szerepet a médiának, illetve a mozgóképzésnek. Ez a program tehát a tömegkommunikáció eszközeinek üzeneteit értő polgárokat kíván nevelni, akik egyéni érdekérvényesítésük során felhasználják az iskolában elsajátított kommunikációs készségeket, és ismereteik birtokában részt vesznek a helyi társadalom tevékenységében. Végző soron tehát egy társadalmi modernizációs folyamatról van szó, amelyet segíthet az oktatás minőségének és hatékonyságának növelése. Az iskolai nevelés fejlesztésének és a tanári munka professzionalizálódásának egyik legfontosabb színtere az argentin források szerint a mozgóképzés. Ilyesfajta tendenciákat tapasztalunk a skót rendszerben, amely nagy szerepet szán a médiának és a médiával való iskolai ismerkedésnek az egyéni vállalkozásokban, a kezdeményezőképesseggel kialakításában. A skót anyagokban felbukkan ezen kívül a hasonló tantárgyak munkahelyteremtő szerepe is. Az Amerikai Egyesült Államokban a médiát számos iskolában alkalmazzák terápiás célokra. Sajátos feladatokat szánunk a mozgóképzésnek Olaszországban, amennyiben a tantárgy nevelési céljai között szerepel az egészségnevelés.

Az argentin médiaoktatás három, egymással összefüggő forrásból táplálkozik. Az első az argentin társadalom tagoltságának felismerése, a társadalmi egyenlőtlenségek vizsgálatának szándéka. A második annak a hatásnak az

iskola életébe való bevonása, amelyet a televízió gyakorol a befogadók ismereteire és életvezetési gyakorlatára. A harmadik az angol mozgóképoktatással kapcsolatban idézett célrendszer, amely az argentin mozgóképoktatás alapját is képezi. Elsősorban Len Masterman nevét kell említenünk, aki az UNESCO munkatársaként dolgozott a latin-amerikai országban. Argentína és Anglia mozgóképoktatása tehát hasonló elméleti háttérrel rendelkezik (Bényei 2000).

Argentínán belül is jelentősek a különbségek a médiaoktatás gyakorlatában. A legfigyelemreméltóbb kísérlet Buenos Aires országnyi városában találjuk, ahol a Buenos Airesi Városi önkormányzat Oktatási Csoportja és az Oktatási Minisztérium az UNESCO támogatásával 1998-ban indította el nemzetközi érdeklődést kiváltó programját. A program kezdetén 34 iskolában gyakorlati megközelítéssel kezdték el a médiamunkát: a gyerekek iskolaújságot és rádióműsort szerkesztettek, faliújságot írtak, később saját videóanyagokat állítottak össze. 1998-ra a program 200 iskolában 47 ezer gyereket érintett, akiknek döntő többsége hátrányos helyzetű volt. A mintegy húszfős szervezőgárda nem csupán az iskolai tevékenységgel foglalkozik, hanem a tanárok képzésével is. A továbbképzések a pedagógust mint médiafogyasztót vezetik be a médiaüzenetek elemzésébe, az óravezetés új módszertani eljárásaiba. Az argentin tapasztalatok szerint a hagyományos, frontális munkára és az ismeretközlésre épülő tanárszerepek éppen a mozgóképoktatás hatására alakultak át.

(2) A nevelési célok második típusát az a több ország curriculumában megjelenő szándék alkotja, amely a médiaértést, a mozgókép adekvát olvasását és használatát, a mozgóképi szövegek közötti értő válogatást helyezi a középpontba. Ez összefügg a mozgókép azon funkciójával, hogy megjelenítse a kisebbségek képviselőit, a más kultúrákat és szokásokat. Ez a modell érvényesülhet a rendkívül kiterjedt médiapiaccal rendelkező országokban, de néhány olyan országban is, ahol éppen az az oktatás célja, hogy megtanítsa a gyerekeket az ellenőrizetlenül burjánzó médiaszövegek értelmezésére. A médiaértésinek nevezhető modell Angliában, Skóciában, az Egyesült Államokban jelenik meg. Ilyen célkitűzést látunk továbbá a szlovén, az osztrák, a svájci, továbbá a lengyel tantervekben, valamint a belgiumi flamand anyagokban.

Az Amerikai Egyesült Államok médiaoktatását az jellemzi, hogy a különböző államok, sőt még az egyes intézmények között is nagyok a különbségek a tárgynak a tantervben való megjelenésében. Jelentősek az eltérések abban, hogy ez az iskoláztatás melyik szintjére terjed ki, hiszen számos helyen már az óvodában elkezdődnek a hasonló foglalkozások. A közoktatásba leginkább Texas és Kalifornia államban integrálódott be a mozgókép. A tárgy az alábbi formában jelenik meg: anyanyelvbe integráltan, a kommunikációs művészetek között, a társadalomismeret részeként, az egészség- és táplálkozásban. Vannak továbbá olyan intézmények is, amelyekben a média önálló tárgy. Ezekre a programokra az a jellemző, hogy egyszerre tartalmazzák a nyomtatott és elektronikus sajtó témáit, a médiaszövegek értékelését és létrehozását. A tantárgy hazai öndefiníciója szempontjából figyelemreméltó, hogy a szerzők szerint nem sorolhatók a mozgóképoktatással foglalkozó programok közé azok, amelyek kizárólag az újságírást vagy az internet használatát tartalmazzák. A mozgóképoktatási programok közös sajátossága, hogy a média kritikai megközelítésére akarnak nevelni, szélesíteni kívánják a tanulók vizuális műveltségét, és nagymértékben építenek a tanulók személyes állásfoglalására.

Kaliforniában a következőképpen fogalmazzák meg a médiaoktatás tartalmát: „A diákok értéklik, meghatározzák és megvédik pozíciójukat a médiának az amerikai politikai életre gyakorolt befolyásával kapcsolatban, a következő viszonylatokban: (1) a szabad és felelős sajtó jelentése, (2) az elektronikus, a műsorszórással terjesztett, a nyomtatott média és az internet mint kommunikációs eszközök az amerikai politikában és (3) hogyan használják az állami hivatalnokok a médiát az állampolgárokkal folytatott kommunikációban és a közvélemény formálásában” (idézi Bényei 2000). Láthatjuk, hogy a program a médiának az állampolgárok életében elfoglalt szerepére, azaz a médiaértésre helyezi a hangsúlyt.

Belgium flamand nyelvű iskoláiban 1999-től folyik mozgóképoktatás. Flandria több mint 900 iskolájában a média keresztntantervi témaként van jelen a nemzeti tanterv zenével foglalkozó fejezetében. A nyelvoktatásban, valamint az úgynevezett élettudományok és az egzakt tudományok oktatásában használják fel a médiával kapcsolatos ismereteket.

Lengyelországban a filmklubos programok keretein belül kezdődött meg a filmes oktatás. A DKF (Dyskusyjny Klub Filmowy - Filmes Vitaklub) mozgalomnak olyan elindítói voltak a hatvanas évek közepén, mint Krzysztof Zanussi és Krzysztof Kieslowski. A filmklubok erőteljes ellenzéki tartalmakat is magukban hordoztak, ezért az iskolai filmoktatásra a hatalom a kezdetektől gyanakvással tekintett.

A három képzési szakaszra osztott, kilenc évfolyamos kötelező oktatást ma Az általános képzés alapprogramja szabályozza. Az alapprogramban a mozgóképoktatás tartalmait az olvasói és médianevelés elnevezésű területben találhatók, amely általános médiaelméleti megközelítésű terület, hiszen a nyomtatott médiumokon kívül magában foglalja az elektronikus médiumokat és a kultúra átadásának olyan intézményeit is, mint a múzeum. Ebből a szempontból a lengyel modell némiképp hasonló a magyar Nat-3 megoldásához. Az olvasói és médianevelés az úgynevezett „ösvények” között található az alábbi területek mellett: egészségnevelés, környezeti nevelés, valamint társadalmi nevelés, amely utóbbinak a második képzési szakaszban három része van: családi életre nevelés, regionális nevelés és hazafias nevelés. A mozgóképoktatás tehát Lengyelországban is keresztntantervi terület.

(3) A nevelési célok harmadik, művelődéstörténeti típusát a művészetelméleti és művészettörténeti ismeretek átadásának szándéka határozza meg. Ilyen részben az orosz, az osztrák és a francia rendszer. Általában jellemző, hogy a társadalomtudományi-szociológiai megközelítés mint elméleti kiindulás, valamint a médiaértési modell mint pedagógiai berendezkedés tisztábban jelentkezik, azaz az ilyen típusba sorolható rendszerek kizárják egyfelől a jelelméleti-esztétikai teóriákat, másfelől a művelődéstörténeti tartalmakat. Ez fordítva nem érvényes, azaz a jelelméleti-esztétikai tendenciájú rendszerek hajlamosak a reprezentációs színezetre, illetve a művelődéstörténeti típus magában foglalhat demokratikus-szocializáló, valamint médiaértési

elemeket.

A mozgóképzés helye a közoktatásban

A mozgóképzésnek a közoktatásba való beágyazottsága szerint két típusról beszélhetünk, vannak továbbá átmeneti, illetve értelmezhetetlen, kategóriáinkkal nem leírható rendszerek.

(1) A közoktatásba integrált mozgóképzést valósítják meg Angliában, Észak-Írországon, Walesben, Skóciában, az Amerikai Egyesült Államok néhány államában, Belgium flamand iskoláiban, Svájcban, Finnországban és Norvégiában. A modell összefügg az országban a nemzeti tantervi alap létezésével, hiszen ahol van ilyen, és tartalmaz mozgóképzést, ott a mozgóképzés rendszerszerűnek nevezhető. Néhány országban az anyanyelven belül foglalkoznak mozgóképzéssel, másutt külön tantárgyként szerepel, megint másutt keresztantervi anyagként; előfordul a három forma együttes jelenléte is.

(2) Akcionista-mozgalmár rendszereknek nevezhetjük azokat a médiaoktatásokat, amelyekben meghatározó szerepet játszanak a nem állami intézmények és a civilszervezetek. Délutáni programokról, szabadidős projektekről van szó. Hasonló módon érik el a gyerekeket Argentínában, Indiában és Nigériában.

A világ mozgóképzésének egyik legérdekesebb projektjéről számol be egy indiai internetes honlap. Az Abhiviyakti (Média a fejlődésért) projekt a kommunikáció demokratizálódásáért jött létre, azaz szorosan kapcsolódik az indiai társadalom legégetőbb problémáihoz. A projekt egyik terméke az „Igaz mesék” című televíziós magazin, amelynek jelszava így hangzik: „Mi nem a médiát támadjuk, de ellenezzük, hogy uralkodjék felettünk!” A projektnek saját újságja van hasonló című anyagokkal: „A média kirekesztő természetének vizsgálata a BBC példáján”, „A világ haldokló nyelvei”, „A családon belüli nemi erőszak mint az indiai társadalom rákfenéje”, „A gyerekek képi reprezentációja a médiában”, „India stratégiája az információs technológiák kapcsán”.

Láthatjuk, hogy felzárkóztató szándékú programról van szó, amelynek a fő célja a helyi társadalom erősítése, a társadalmi rétegek közötti különbségek növekedési ütemének fékezése.

Hasonló, a médiahasználat és a kommunikáció demokratizálódását célzó programokat találunk a Távol-Keleten és Afrikában. Indonéziában a szólásszabadság kiszélesítését tartják szem előtt az iskolai kísérletek. Nigériában a gyerekeknek szóló műsorok foglalkoznak például a média nemi szocializációs hatásaival. Különösen megerősödött a média szerepe és ennek nyomán iskolai jelenléte a Dél-Afrikai Köztársaságban, ahol az apartheid-rendszer alól felszabaduló ország közoktatási szakemberei felismerték a média társadalmi nyilvánosságot erősítő szerepét. Kevert típust képvisel az USA. Nem sorolható egyik modellbe sem Spanyolország, ahol az iskolák döntésétől függ a mozgóképzés bevezetése. Fogalmainkkal nem írható le az orosz modell, hiszen egyrészt nem beszélhetünk nemzeti curriculumról, másrészt a mozgóképzés elvileg kötelező valamennyi iskolában. Szlovéniában szintén bevezetés előtt áll a mozgóképzés. Lengyelországban és Franciaországban a filmklubos módszerek jelenlétét rögzíthetjük.

Külön kell említenünk Németországot, ahol ugyan nem létezik az egész országra érvényes nemzeti tantervi alap, de 1985-től a mozgóképzést egy szervezésre, kutatásra és a tapasztalatok terjesztésére alakult országos bizottság hangolja össze. Ez a bizottság indította el az oktatást 16 szövetségi államban. Az ajánlások csupán közös kiindulást adtak az egyes államokban folyó oktatásnak, a tárgy integrációja különböző módon ment végbe.

Mozgóképzés Magyarországon: a kezdetektől a kerettantervekig

Vázlat a tantárgy történetéről

A magyar oktatási rendszer korán felismerte az audiovizuális kultúra jelentőségét. 1962-ben, némileg elébe vágva a tárgy tantervi szinten való megjelenésének, de valószínűleg az előzetes tájékozódás igényével a magyar nyelv és irodalom írásbeli érettségi tételei közé az oktatási főhatóság képviselői beiktatják a következő választható címet: „A film (a rádió, a televízió) szerepe a művészi élmény felkeltésében, az irodalmi alkotások népszerűsítésében”. Ahogy a tétel megfogalmazásából kitűnik, erősen kísért a film „képes irodalomként” való értelmezése. A mozgóképzés és médiaoktatás bevezetésével és az oktatásban betöltött szerepével kapcsolatban az egyik szerző így fogalmaz: „Nincs példa Európában arra, hogy a film valamely iskolatípusban egységes tantervvel közismereti tárgyként szerepeljen” (Honffy 1972). Az iskola a filmoktatás bevezetésével azokra a filmtörténeti jelentőségű eseményekre reagált, amelyek nyomán a film immár az egyetemes művészettörténet része lett. A mozgóképzés társadalmi funkcióváltásáról beszélhetünk, hiszen a film a hatvanas évek első felére – nem függetlenül technikai lehetőségeinek szélesedésétől – a társadalmi jelenségek érzékeny és plasztikus ábrázolásának eszköze lett. Ilyen értelemben a filmművészet nagykorúsodása hozta meg azt, hogy a mozgóképzés a közgondolkodás részeként meghatározza a korszerű műveltségről alkotott képet. Az iskola világának kultúrafogalmához tartozik azonban, hogy ekkoriban szinte kizárólag a szerzői film került be a tantervekbe. A mindenkor tankönyvek tartalmának elemzése során rámutatunk majd a filmes kánonok változásainak az iskolai tananyagokra gyakorolt hatására. A korabeli dokumentumokból kiolvasható, hogy a filmoktatás a kezdetektől fogva annak az egyébként alig megvalósuló törekvésnek volt az úttörője, hogy az iskolai oktatás egésze szakítson a historizáló-lexikális berendezkedéssel.

Az 1964–65-ös tanévben öt gimnázium első osztályában kezdődött meg a kísérlet Bölcs István munkafüzetei alapján. 1965-ben jelent meg az a Tanterv és Utasítás, amely a film rendszerszerű iskolai megjelenését lehetővé tette. Az 1965–66-os tanévben az ország 64 középiskolájának első osztályában mintegy 12 ezer tanuló kezdte meg filmesztétikai tanulmányait. 1969-ben érettségiztek először olyan diákok, akik a középiskola mind a négy osztályában tanultak filmesztétikát.

A hatvanas évek végére nyilvánvalóvá vált, hogy a rendszer működésképtelen. Évi fél tucat órában lehetetlen filmesztétikát tanulni és tanítani, megoldhatatlan feladat elé állította a pedagógusokat továbbá az iskolai technikai bázis kiépítése és a szemléltetőeszközök beszerzése. Az iskolák többségében megszűnt vagy formálissá vált a

filmes képzés, hiszen évente egy-két film közös megtekintésében merült ki. A tanárok túlterheltek és nem eléggé képzettek, a magyarórák anyaga a filmesztétika nélkül is rendkívül zsúfolt – olvashatjuk az ebben az időszakban megjelent anyagokban. Az 1978-as tantervi reformmal tulajdonképpen ez a helyzet konzerválódott, hiszen lényeges változásról nem beszélhetünk sem a filmes rész szemléletében, sem megfogalmazásában. A mozgókép a tanterv és az oktatásirányítás, sőt bizonyos szinten a társadalmi berendezkedés legitimitási válságának áldozata: köztudott, hogy bizonyos célkitűzések és tananyagok szerepeltek a tantervben, de az iskolák többségében ezeket az előírásokat nem tartották be.

Az oktatási gyakorlat sajátos megkettőződésének jegyében a nyolcvanas évek elejétől a filmoktatás hangsúlyai is áttevődtek a választhatóságra, hiszen a mozgókép az ekkoriban egyre nagyobb teret nyerő fakultatív oktatás egyik része lett. A gazdagon burjánzó fakultációs programok nyomán kialakult a pedagógiai tevékenységek második, „szürke gazdasága”, amelyhez az ellenőrzési mechanizmus és gyakorlat gyengesége miatt a központ nehezen fért hozzá.

Az 1995 őszen elfogadott Nemzeti alaptanterv új fejezetet nyitott az iskoláztatás szabályozásában azzal, hogy többpólusú tantervi szabályozást előlegezett meg (Nat 1995: 18). A Nat megjelenése ugyanakkor fordulatot jelentett a mozgóképközpont történetében is, hiszen a témakör „Mozgóképkultúra és médiaismeret” elnevezéssel a „Művészetek” műveltségi területének része lett, és ezzel megteremtődött a lehetőség a mozgókép kötelező, órarendszerű oktatására.

Némiképp a Nat által megjelenített törekvések felülírásának szándéka hozta létre a Kerettanterv tervezetét, amelyben szintén szerepel a mozgókép, és amellyel szintén foglalkozunk a továbbiakban (Kerettantervi rendelet 2000).

A rendszeres, pedagógiai alapozású, az iskola világán belül folyó magyar mozgókép- és médiaoktatás történetét öt szakaszra tagolhatjuk. Az első szakasz 1957-ben kezdődik az első filmklubok megalakulásával, és 1965-ig tart, amikor a központi tanterv első ízben írja elő a film oktatását a középiskoláknak. A második szakaszt az 1965-ös tanterv határozza meg, és 1978-ig tart, a következő tanterv megjelenéséig. 1965-től 1978-ig a mozgóképközpont filmesztétika néven a magyar nyelv és irodalom keretében folyik. A harmadik szakaszt 1978-tól a nyolcvanas évek elejéig számolhatjuk, ekkor filmoktatásról beszélnek, ami tulajdonképpen az előző korszak gyakorlatának megújítását jelenti. Az 1978-as tanterv a nyolcvanas évek elejére fokozatosan elveszti legitimitását, ekkorra az iskolákban gyakorlatilag megszűnik a mozgóképközpont. A negyedik szakasz a nyolcvanas évek elejétől 1995-ig az alternatív helyi megoldások, kísérletek jegyében zajlik. A jelenség nem független az országban tapasztalható politikai helyzettől, hiszen az oktatásirányítás decentralizálódásáról beszélhetünk. Az ötödik szakaszt az 1995-ben elfogadott Nemzeti alaptanterv határozza meg. Az oktatás közös nemzeti alapját tartalmazó dokumentumban a terület elnevezése Mozgóképkultúra és médiaismeret. 2000 nyarán jelent meg a Kerettanterv, amelyben Médiakultúra vagy Mozgókép- és médiaismeret szerepel.

Az oktatás törvényi háttere

A mozgóképközpontra vonatkozó első rendelkezést 1960-ban adták ki. A hetvenes évek közepétől folyamatosan jelennek meg azok a rendelkezések, amelyek a központi szabályozás gyengülését, és a helyi, iskolai kezdeményezések és pedagógiai programok térhódítását mutatják. Nagy jelentősége van az 1985-ös oktatási törvénynek, amelyben a szakértők a 19. századi magyar liberális hagyományok újraéledését látják. A kilencvenes években megkezdődött az állam iskolaalapítási és -fenntartási monopóliumának lebontása, valamint ezzel összefüggésben az iskolák és nevelési programok közötti versenyhelyzet kialakulása. Ez a folyamat egy időleges visszalépés után (a rendszerváltás utáni első, konzervatív többségű parlament által megalkotott 1993-as oktatási törvény) is zajlik. Az 1996-ban módosított közoktatási törvény legfontosabb pontjai az iskolahasználók szerveződési mozgásterét bővítik. 1998-ban, a második konzervatív kormány idején fogadták el az új módosított törvényt, amelynek szempontjából lényeges elemei a következők: a Kerettanterv mint folyamatszabályozási eszköz bevezetése; rendelkezés az értékelési és vizsgaközpontoknak mint a kimenetszabályozás intézményeinek felállításáról; a minőségbiztosítás eljárásainak meghonosítása a nevelőmunka területén.

A központi és a helyi tantervek

A magyar oktatási rendszerben a tárgyalt időszakban kétfajta tanterv szabályozta a nevelőmunkát. Az 1965-ös és az 1978-as egyközpontú tanterv. Ebben a két tantervben a mozgóképnek ugyan külön óraszám van, de a tárgy minden szempontból a magyar nyelv és irodalom céljai alá rendelődik.

Hosszú viták után egy 1995-ös kormányrendelet mellékletként jelent meg a Nemzeti alaptanterv, amely kétpólusú-többszintű szabályozást valósít meg (Nat 1995: 7–20). Az előbbi kifejezés a központi (nemzeti) és a helyi tanterv egyensúlyára, az utóbbi pedig a nemzeti tantervhez kapcsolódó, az alapján készült tantervi ajánlások egymásra épülésére mutat rá.

A magyar NAT-ban a „Mozgóképkultúra és médiaismeret” elnevezésű fejezet a tíz műveltségi terület egyikében, a Művészetekben szerepel. A „Mozgóképkultúra és médiaismeret” összefüggésbe hozható a Nat több keresztterületi területével. A NAT az iskoláztatás 7–8–9–10. évfolyamára írja elő a „Mozgóképkultúra és médiaismeretet”.

Óraszámokat a dokumentum nem tartalmaz, csupán a javasolt óraszámok egyes műveltségi területekre vonatkozó százalékos arányait. (Sziájtó 1996). A NAT elfogadása óta eltelt öt évben kialakult a helyi tantervek piaca, hiszen a dokumentum tág teret enged a helyi elképzeléseknek. A minősített tantervek az Országos Központi Intézet honlapján megtekinthetők. A helyi tantervek több szempontú elemzése alapján azt mondhatjuk, hogy három alaptípusuk létezik: az elsőt a film-tulsúly és az esztétikai megközelítés, a másodikat a média nagyobb aránya és a társadalomelméleti-reprezentációs szemlélet, a harmadikat pedig a médiaszövegek előállításának gyakorlati szempontjai jellemzik. Ez a kép nagyban meghatározza a magyar modell jellegét, amennyiben arra a megközelítések viszonylagos egyensúlya jellemző. A Kerettanterv a 8., valamint a 11. és a 12. évfolyamra írja elő a tantárgy oktatását.

A taneszközök

A taneszközök közül az alábbiakat emelhetjük ki. Nyomtatott eszközök: tankönyvek; oktatástechnikai eszközök: iskolatelevíziós adások, videófelvevételek és multimédiás anyagok.

A mozgóképoktatás magyarországi története során a középiskolai tankönyveknek három generációja jelent meg, ismerünk továbbá több, általános iskolásoknak készült tankönyvet.

Jelenleg az iskolák többségében Hartai László és Muhi Klára Mozgóképkultúra és médiaismeret 12–18 éveseknek című tankönyvét használják. A tankönyv a NAT előírásait meghaladva a 7–12. évfolyamra készült, modulrendszerben feldolgozható anyagot tartalmaz. Típusát tekintve az első két tankönyvvel ellentétben (azok a tantervet kifejtő, illetve a tantervet követő anyagok voltak) tantervet variáló tankönyv (lásd még Szijártó 1998). A tantárgy történetének korai szakaszában az oktatásban felhasználták az Iskolatelevízió adásait. A korszerű audiovizuális anyagok közé módszertani kazettasorozatokat és iskolai használatra készült CD-ROM-okat sorolunk.

Az oktatás elméleti háttere

A tantárgy oktatásának elméleti kereteit az alábbi két szempont alapján vizsgáljuk: Hogyan alakult a tankönyvek szerzőinek gondolkodása a kommunikáció jelenségeiről? Hogyan formálódott a mozgóképes műveltségkép? A tankönyvek első generációjának szerzője a művészet mimetikus jellegéből indult ki, ebből következik, hogy a tankönyvben az úgynevezett filmes realizmus példaanyaga szerepel. Fogalomrendszerének alapja az esztétikai elv. A második generációs tankönyv szakít azzal a felfogással, hogy a film rögzített jelentésekkel rendelkező jelekkel dolgozik, azaz a mozgóképes jelkészlet a nyelvi jelekhez hasonló módon szótározható lenne. A film nyelvének átlátszó volta és a film kettős természete a harmadik generációs tankönyv alapgondolata is. Míg tehát az első tankönyvcsalád értékrendszerének középpontjában a realizmus fogalmának szűk értelmezése áll, addig a második generációs tankönyv szerzője a szemiotika fogalmkészletére alapozza könyve gondolatvilágát, Hartai László pedig a mediális kommunikáció fogalmi keretének megfelelően a kommunikáció funkcionalista megközelítését követi. Ami a műveltségképet illeti, a tankönyvek három generációja a mozgóképes műveltség tágulását és differenciálódását mutatja. A ma használatos tankönyv nagy hangsúlyt helyez egyrészt a tömegkultúrára, másrészt a filmműfajok széles körére, harmadrészt a tömegtájékoztatásra, negyedrészt pedig a kommunikáció társadalmi meghatározottságára és a médiareprezentáció kérdéseire.

A módszertani gondolkodás útjai

A rendszeres módszertani eszközkészletet bemutató kiadványoknak a tankönyvek három nemzedékével szemben négy generációja jelent meg, ugyanis a tantárgy történetének negyedik szakaszához nem fűződik tankönyv, módszertan viszont igen. Az első, a második és a negyedik rendszeres módszertant a tankönyvek szerzői írták, a harmadikat pedig e sorok írója.

A kiadványok négy generációját nyolc szempont alapján vizsgálhatjuk: az adott módszertan viszonya a központi tantervhez és a tankönyv(ek)hez; a pedagógiai munka milyen mélységéig tartalmaz ajánlásokat; tartalmaz-e valamilyen meghatározást a tantárgyról, és ha igen, milyen; melyek a tantárgy oktatásának nevelési céljai; milyen didaktikai célokat jelenít meg; milyen módszertani eljárásokat helyez előtérbe; milyen szemléltetőeszközöket alkalmaz; milyen a lehetséges tantárgyi integrációkhoz való viszonya.

összegzés

A mozgóképoktatás magyar modellje a fentiek alapján a következőképpen írható le.

A mozgóképoktatás elméleti háttere szempontjából a magyar mozgóképoktatás az esztétikai megközelítés kizárólagosságától (1. és 2. szakasz) a jelelméleti megközelítésen át (3. szakasz) az audiovizuális jelenségek funkcionalista értelmezéséig (5. szakasz) jutott el. Ebből a szempontból tehát fokozatos haladást láthatunk a jelelméleti-esztétikai modelltől a társadalomtudományi-szociológiai modell felé.

Ami a mozgóképoktatás célrendszerét illeti, a következő vonalakat írtuk le: az 1., a 2. és bizonyos szempontból a 3. szakaszban a mozgókép fokozatosan csökkenő arányban és súllyal, de kizárólag a művészeti nevelés nevelési céljainak volt alárendelve. A 4. és az 5. szakaszban az 1978-as tanterv tekintélyvesztésével és a kétszintű-többpólusú tantervi irányítás kiépülésével tapasztaltunk elmozdulásokat. Ebből a szempontból a médiaértési modell fokozatosan teret nyer a művelődéstörténeti modell rovására. Magyarországon rendkívül kismértékben érvényesül a demokratikus-szocializáló célkitűzés. Egy kérdőíves kutatás eredményeinek értékelése során a megkérdezettek társadalmi hátterével kapcsolatban rámutattunk azonban arra, hogy a felzárkóztató jellegű és szándékú programokra nagy szükség lenne (Bényei és Szijártó 1999 és 2000).

A mozgóképoktatásnak a közoktatási rendszerbe való beágyazottsága szempontjából az 1. és a 4. szakaszra jellemző az akcionista-mozgalmár berendezkedés. Az 1. szakaszban ennek háttere túlnyomórészt a filmklubozás, a 4. szakaszban pedig az egyedi megoldások, kísérletek nagy száma. Az első esetben még nem, a második esetben már nem beszélhetünk a tantárgy integrációjáról. A 2., a 3. és az 5. szakaszban egymástól különböző és ellentmondásos módon, de a mozgóképoktatás az iskolai munka része, azaz az integrált modell sajátosságait mutatja.

Ami az oktatás elméleti hátterét illeti, a magyar modellben egyensúlyban van a szöveggéközpontú, azaz a jelelméleti-esztétikai és a reprezentációs alapozású társadalomtudományi-szociológiai megközelítés. (Az előbbi inkább a kelet-európai országokra jellemző, az utóbbi pedig az angol és a lényegében azt követő skandináv, holland, szlovén és más oktatási gyakorlatok lényege.)

A nevelési célok szempontjából keverednek benne a médiaértés és a művelődéstörténet elemei. A médiaolvasás terén érzékenységet kialakító, demokratikus-szocializáló célokra is szükség lenne, különösen érvényes ez a

leszakadó társadalmi rétegekből érkező gyerekekre. (Az előbbi a fejlett országokban – USA, Németország, Ausztria – honosodott meg, az utóbbi pedig az olyan fejlődő országokra jellemző, mint Argentína, India és Afrika néhány országa.)

A közoktatásba való beágyazottság szempontjából a mai helyzet az integrált, professzionális szerkezetet mutatja, amelyben azonban szerepet vállal több, egyrészt a tanárokat, másrészt a filmes és tömegkommunikációs szakmát képviselő civil szervezet. Ezek munkájára nagy szüksége van a magyar oktatásnak. (Az integrált modell jelenlétét figyelhetjük meg az angolszász mintára szerveződött rendszerekben, az akcionista-civil-mozgalmár berendezkedésre a legjobb példa Argentína.)

A mozgóképzés rendszerében – a törvényi háttérben, a tantervi szabályozásban, a helyi tantervek piacán, a vizsgarendszer kezdeményeiben, a taneszközpiac kialakulásának első jeleiben, a megközelítések szélsőségeinek hiányában, az évtizedes módszertani tapasztalatokban, a pedagógiai innováció eszköztárában, a társadalmi környezet részvételében – megvan annak a lehetősége, hogy a magyar modell nemzetközi összehasonlításban is megállja a helyét.

Felhasznált irodalom

- Bényei Judit (2000) A médiaoktatás modelljei: Argentína és az USA. Kézirat.
Bényei Judit és Szíjártó Imre (1999) Média, erőszak – médiaerőszak. *Educatio*, 4. sz.
Bényei Judit és Szíjártó Imre (2000) A televízió társadalomképe és az iskola. *Iskolakultúra*, 2. sz.
Erjavec, Karmen et Zala, Volèie (1998) Vzgoja za medije na Slovenskem. *Teorija in praksa*, 6.
Fjodorov, A. V. (1999) Kinoiskuzsasztvo v sztruktire szovremenovo roszijszkovo hudozsasztvennovo voszpitanija i obrazovanyija. *Taganrog, Izdatyelsztvo goszdarsztvennovo pedagogicsesztvo insztituta*.
Hart, Andrew (1991) *Understanding the Media. A Practical Guide*. London and New York: Routledge.
Hart, Andrew: *Euromedia Project Outline*. <http://www.soton.ac.uk/mec/MECWEB/PROJOUT.htm>
Hartai László (1998): *Tanári kézikönyv a mozgóképkultúra és médiaismeret oktatásához*. Budapest: Korona Kiadó.
Honffy Pál (1972) *Válaszúton a filmoktatás? Pedagógusok kerekasztala*. *Filmkultúra*, 2.
Kerettantervi rendelet (2000) *A kerettantervi rendelet tervezete*. Munkaanyag. Budapest: Oktatási Minisztérium.
Masterman, Len (1985) *Theatching the Media*. London: Comedia.
Mikkinen, Sirkka (1978) *A General Curriculum Model for Mass Media Education*. Paris: UNESCO.
Nat (1995) *Nemzeti alaptanterv*. Budapest, Művelődési és Közoktatási Minisztérium. /Melléklet a 130/1995. (X. 26.) Kormányrendelethez./
Primary Media Education (1989) Barthes, Roland (ed.) *A Curriculum Statement*. London: BFI.
Részletes vizsgakövetelmények (2000) *Alapműveltségi vizsga – Részletes vizsgakövetelmények*. Hartai László és Vágvölgyi András munkája. Szeged: Mozaik OS – OKI Alapműveltségi Vizsgaközpont.
Schorb, Berndt (1990) *Media Education in Europe*. München: Kopad Verlag.
Szíjártó Imre (1996b) *A filmesztétikától a médiaismeretig*. A *Nat* egy fejezetének értelmezéséhez. *Magyartanítás*, 4. sz.
Szíjártó Imre (1998) *Tetszik, de nem tudják. Mozgókép- és médiatankönyvek Magyarországon*. *Filmvilág*, 9. sz.

További ajánlott irodalom

- Bazalgette, Carry (1991) *Teaching the National Curriculum: Media Education*. London: Hodder and Stoughton.
Bényei Judit (2000) *A média az angol oktatási rendszerben*. *Új Pedagógiai Szemle*, 9. sz.
Bondarenko, E. A. (1994) *Ekszkurszija v mir ekrana. Ucsebnije poszobije dlja srednyjevo i sztarsevo skolnovo vozraszta*. Moszkva: SVR-Argusz.
Erjavec, Karmen (1998) *Mladi in mediji*. Ljubljana, zveza prijateljev mladine Slovenije.
Gajda, Janusz (1987) *Telewizja, mlodziez, kultura*. Warszawa, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.
Hartai László (1999) *A média- és filmoktatás Angliában és Skóciában*. *Új Pedagógiai Szemle*, 6. sz.
Koblewska, Janina et Butkiewicz Marija red (1986): *Edukacja filmowa w szkole podstawowej i sredniej*. *Praca zbiorowa*. Warszawa, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
Masterman, Len (1980) *Teaching about Television*, London: Macmillan.
Uszov, Ju. N. (1995) *B mire ekrannih iszkuszsztv*. *Knyiga dlja sztarseklaszszyikov*. Moszkva: SVR-Argusz.
soton.uk: http://www.soton.ac.uk/_mec
sulinet.hu: <http://www.sulinet.hu>
<http://www.soton.ac.uk/~mec>
<http://www.abhiviyakti.org.in>
<http://www.bmuk.gv.at>
<http://www.mss.edus.si>
<http://www.men.waw.pl>

Lábjegyzetek



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

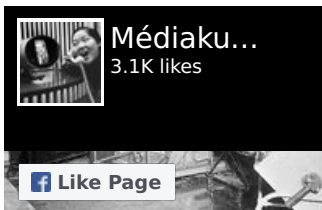
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Új média

[Kumin Ferenc:](#)

Az online Baja

Egy város felfedezi magát az interneten

E tanulmány célja az elméletben már sokat kutatott internetes politikai aktivitás lehetőségeinek, kiterjedésének, működésének és korlátainak elemzése egy valós eset vizsgálata kapcsán. Baja városa az érdeklődő internetes közönség számára különösen pezsgő on-line helyi közéleti aktivitása miatt vált ismertté. Az alábbi írás először a kiemelkedő aktivitás lehetséges okait elemzi. Az internetes helyi politizálás sajátos konfliktusok kialakulását hozta. Ennek hátterét is igyekszik feltárni, egyben vázolja egy lehetséges feloldási sémát. Áttekintést ad az interneten zajló vitáknak a helyi döntéshozatali folyamatra gyakorolt hatásáról, végül megvizsgálja, hogy Baja sajátos helyzetéből milyen következtetések vonhatók le az elkövetkező évekre az on-line politizálás gyakorlatára nézve.

Bevezető

Az internetbe vetett hit sokat gyengült a kezdeti eufórikus várakozásokhoz képest a 2000-es évet sújtó, majd 2001-ig is elhúzódó megtorpanás eredményeként. A kijózanodást elsősorban a kereskedelmi internetes vállalkozások tömeges csődje és ezzel együtt a tőzsdei „dotkom” cégek részvényárfolyamainak mélyrepülése hozta el. Az internet nem nyereségérdekelt alkalmazásának fejlődését mindezek a fejlemények kevésbé érintették. Mivel a közigazgatás különböző szintjein elhelyezkedő szervezetek lassabban és megfontoltabban kezdik kihasználni a világháló lehetőségeit, ezen a területen nem is volt szükség a kereskedelmi internet-vállalkozásokat kijózanító pofonra.

Az e-demokrácia és e-kormányzat lassabb, de talán szervezettebb fejlődési folyamata világszerte egyre több szakember figyelmét vonzza ezekre a területekre. Elemzések sora készül, amelyek legfőbb célja, hogy az internet előtti időkben született politikai elméleteket és kategóriákat hozzáigazítsák az internet által kialakított új körülményekhez. A külföldi politológiai szakirodalom az elméletek újraértelmezésén túl igyekszik esettanulmányokon keresztül, empirikus úton is feltárni az on-line politizálás zsenge világát. Ezek a tanulmányok rendszerint olyan kisebb közösségek elektronikus közéleti tevékenységét elemzik, amelyek valamely sajátos helyi körülmény kapcsán kiemelkedő mértékben, az átlagoshoz képest némileg előresietve alkalmazzák ezt az új médiumot. Ilyen tanulmányok olvashatók többek között Amszterdamból, Berlinről és Santa Monicáról (Tsgarousianou et al. 1998).

Hasonló munkák Közép- vagy Kelet-Európában eddig nem születtek. Bár teljesen nyilvánvaló, hogy az informatika és elsősorban az informatikai infrastruktúra terén az Egyesült Államokhoz és Nyugat-Európához képest, a korlátozott adottságokkal élve itt is lehet kiemelkedően aktív internetes politikai közéletet gyakorló közösségeket találni. Ezek tanulmányozásával alkalom nyílik a szakirodalomban mutatkozó területi hiányosság részleges pótlására. Erre már csak azért is szükség lenne, mivel a világ politológus-társadalma az elmúlt tíz évben a rendszerváltás megfigyelése végett megkülönböztetett figyelemmel követte a volt szocialista országok átalakulását, és a tranzitológia a politikatudományon belül az egyik vezető területté vált. Méltatlan lenne, ha a demokratikus konszolidáció lezajlásával az érdeklődés új homlokerét képviselő elektronikus politizálás kapcsán megfeledkeznénk erről a régióról.

Tanulmányom témájaként így egy olyan magyar kisvárost választottam, amelynek internetes aktivitásáról a város határain kívül is sokan tudomást szerezhettek. Kutatásom objektivitásáért viszonylagos garanciát ígér, hogy a kiemelkedő on-line aktivitáson kívül számomra semmilyen más szempont nem indokolta Baja kiválasztását, gyakorlatilag teljesen idegenként és kívülállóként fogtam bele a kutatásba. A város on-line aktivitása magyar viszonylatban jelentős, ám azt már most tisztázni szükséges, hogy nem hasonlítható a fent említett külföldi példákhoz. A résztvevők száma szerény, és a város vezetése sem teljes mértékben elkötelezett az új technológiák iránt. Mégis számtalan tényező teszi alkalmassá ezt az esetet arra, hogy választ keressünk az embrionális állapotban lévő on-line közélettel kapcsolatos alapvető kérdésekre:

- (1) Melyek azok a tényezők, amelyek hozzájárultak Baja kiemelkedő internetes politikai aktivitásához?
- (2) Melyek azok a potenciális konfliktusok, amelyek a fejlődés korai stádiumában megjelennek, hogyan érvelnek a

szembenálló csoportok, és hogyan hozhatók ezek összhangba egymással?

(3) Hogyan tudja az on-line politizáló közösség befolyásolni a helyi döntéshozatalt?

(4) Milyen jövőbeni lehetőségek adódnak a jelenlegi nehézségek leküzdésére és egy olyan rendszer létrehozására, amely növelheti a résztvevők számát?

E kérdések megválaszolásához munkám első részében rövid elméleti áttekintést nyújtok az e-demokrácia és az e-kormányzat általános ismérveiről. Ezt követően ismertetem a bajai eset sajátosságait, leírva azokat a főbb csomópontokat, amelyek ismertté és elismertté tették a város on-line aktivitását. Végül elemzést készítek, amelyben felhasználva a Baján végzett empirikus adatfelvétel tanulságait megkísérellek válaszolni a fent megfogalmazott kérdésekre.

Kutatásom módszertanát tekintve legfőbb forrásaim három pillért alkottak: az első az interneten rendelkezésre álló számtalan, Baját érintő forrás, maguk az elemzett oldalak, és számos kapcsolódó tartalom. Másodsorban a helyszínen mélyinterjúkat készítettem.¹ Harmadszor minden egyéb olyan szekunder forrást, főképp Baját érintő statisztikát igyekeztem felkutatni, amely lényeges információval szolgálhat munkámhoz. Az így összegyűlt adatokból elsősorban kvalitatív elemzéssel igyekeztem következtetéseket levonni és a kérdéseimre választ keresni. Az adatfelvételt 2001 április végével zártam le.

Az e-demokrácia és az e-kormányzás elméleti vázlata

A demokrácia történeti fejlődésével a politikai-filozófiai irodalom remekei számtalan megoldást kínáltak a demokratikus politizálás és döntéshozatal gyakorlati megvalósítására. A központi probléma a legtöbb esetben a részvétel biztosítása, ami módot teremt a különböző egyéni értékek és érdekek becsatornázására és aggregálására a politikai döntéshozatalban. Az ókori görög városállamokban a politikai tevékenységre mint minden cselekvések legnagyszerűbbikére tekintettek; ez a háztartástól teljesen elkülönülő köz színterén zajlott. Nagyjából ez a szociográfiai-politikai keret volt az utolsó történelmünk során, amelyben megvalósítható volt - a maga antidemokratikus korlátaival együtt - a közvetlen demokrácia gyakorlása (Arendt 1958).

Nagyot ugorva az időben, az újkori demokratikus elmélet tanai igyekeztek megoldást kínálni a politikai részvétel problémáira. John Stuart Mill egyik legfontosabb munkájában (1861, 1991) elsődleges célnak tekinti minél nagyobb tömegek bevonását a politikai döntéshozatalba, amit egyedül választott képviselő útján tart megvalósíthatónak. Ez a szemlélet mára a világ nagy részén, amely elfogadta a centrum-országok által diktált demokratikus rezsimeket, gyakorlatilag paradigmává vált. Országoként változó kultúrája van ugyan az alkalmi népszavazásoknak, amelyek kapcsán egyes kérdésekben a szavazók közvetlen döntést hozhatnak, a döntések túlnyomó többségét mégis minden demokratikus állam a választott képviselőknél vagy nem választott adminisztráción keresztül, tehát indirekt módon hozza.

A közvetett és a közvetlen demokrácia elméletét tanulmányozva két elméleti szélső pont határozható meg. Az egyik a tökéletes vagy abszolút képviselői demokrácia, amelyben a választók részvétele és döntése kizárólag képviselőik személyének kiválasztására korlátozódik. Ebben az ideáltípusban az értékek és érdekek érvényesítése úgy zajlik le, hogy a választó a képviselőnek jelölt személy várható magatartásáról tájékozódik és megbecsüli, hogy ez mennyiben felel meg az általa preferált modellnek. A személy kiválasztása után viszont az előre meghatározott kormányzati-parlamentari ciklus lejártáig aláveti magát képviselője döntéseinek, és saját választásának esetleges korrekcióját a következő rendszer választásokkor hozott döntésével teszi csupán meg. A másik szélső pont a tökéletes vagy abszolút közvetlen demokrácia, amelyben csak azok a döntések tekinthetők legitímnek, amelyeket a közösség közvetlen módon megerősített, azaz valamennyi döntést népszavazással hagyta jóvá (Budge 1996).

A modern demokráciák többsége valahol e két szélső pont által meghatározott szakaszon helyezkedik el, kisebb-nagyobb távolságra azoktól. A tökéletes képviselői modelltől való eltérést a jelen politika világának legjellemzőbb aktorai, a pártok eredményezik. A kormányzati szerepért versengő pártok ugyanis egységes politikai megoldást kínálnak valamennyi zászlajuk alatt induló képviselőjelölt nevében, így a mai választási gyakorlatról a legtöbb esetben elmondható, hogy szavazáskor sokkal inkább a pártprogramokban foglalt konkrét ügyek kapcsán, mintsem a jelölt személyét mérlegelve születik döntés. Ez a gyakorlat elmozdulást jelent a tökéletes képviselői modelltől, hiszen a de facto pártokra szavazással lehetőségük kínálkozik a választóknak arra, hogy közvetlen döntést hozzanak olyan ügyekről, amelyeket a versengő pártok programjukba foglaltak.

Jól látható azonban, hogy ez a gyakorlat meglehetősen erősen korlátozza a közvetlen döntéshozatalt. Ennek egyik fő oka a pártprogramok csomag jellege: az, hogy a pártokra adott voksal a választóknak a különböző programokban megtalálható valamennyi szakpolitikai elemre áldásukat kell adniuk, holott könnyen lehet, hogy számukra értékeiknek és érdekeiknek megfelelően valamely szakpolitikai területen az egyik, míg más szakpolitikában egy attól különböző párt kínálja az optimális választást. A másik probléma a pártok kapuőr funkciójában érhető tetten: eleve csak olyan ügyek kapcsán kínálnak alternatívát, amelyeket a külvilág felől érkező számtalan igény közül érdemesnek találtak arra, hogy politikai agendájuk részévé tegyék. Számtalan, az egyén számára kardinális probléma rekedhet így teljesen kívül a politika világán, ezért a pártokra adott voksal sok igényt nem lehet kielégíteni.

Az internet mint új lehetőségeket hordozó kommunikációs csatorna ezen a területen jelenthet újdonságot a jelenlegi gyakorlathoz képest. A politikai döntéshozatali folyamatban éppen a szigorú kapuőri funkciót oldhatja. Erre a hálózatnak az a tulajdonsága teremt lehetőséget, hogy a technológia olyan, eddig nem rendelkezésre álló potenciált képvisel, amelynek köszönhetően gyakorlatilag bármely felhasználó - jelen kontextusban politikai egyén - nagyon nagy nyilvánosság számára juttathat el üzeneteket, így az intézményesült kapuőröket megkerülve saját ügyét is a politikai diskurzus tárgyává teheti. Persze mindez megint csak egy elméleti ideáltípus, hiszen csupán a technikai potenciál garantált, az üzenetnek nagyon sok feltételnek kell megfelelnie ahhoz, hogy valóban politikai szinten is értelmezhető hatást váltson ki.

Az internet felhasználása a politika világában tehát elméletileg lehetőséget kell, hogy teremtsen a képviselői-

közvetlen demokrácia skálán a közvetlen irányába történő elmozduláshoz. Ennek az esettanulmánynak az egyik célja éppen e hipotézis igazságtartalmának a megismerése. A vizsgálat további céljaként a jelenlegi e-demokrácia és e-kormányzat értelmezések alkalmazhatóságát is értékelem a konkrét eset kapcsán. Dolgozatomban e-demokrácia alatt a következő jelenséget értem: on-line médium által közvetített, strukturált, racionális diskurzus közügyekről, amelyben a közösség valamennyi tagja egyforma súllyal részt vehet, valamint a közösség vezetői is részt vesznek a működésben, rendszeresen válaszolnak a résztvevők által feltett releváns kérdésekre, és döntéshozatalukban tekintettel vannak a vitákban elhangzottakra. Ez a megközelítés hangsúlyozza az on-line közösségek deliberatív funkcióját, azaz a közügyek megvitatásának ciklikus ismétlődését mindaddig, amíg a résztvevők álláspontja kívánatos módon meg nem közelíti egymást, és egy olyan közös pozíció nem alakul ki, amely a politikai döntéshozatal számára értelmezhető és hasznos alapot kínál.

Jól látható, hogy ez az e-demokrácia megközelítés egyfajta minimális verziót képvisel, hisz nem tartalmaz feltételeket a tömeges részvételről, vagy a tagok által „deliberált” közös pozíciók intézményes kikényszeríthetőségéről. Ennek oka, hogy jelen tanulmány egy olyan definíció használatát kívánja meg, amely a bajai és a hozzá hasonló embrionális kezdeményezések esetében is értelmezhető. Másrészt azonban ez a meghatározás megfelel a fent vázolt „lágyabb kapuóri” funkció teljesítésének, így egy közvetlenebb demokráciatípus felé történő elmozdulás kritériumainak.

Az e-kormányzat definiálásakor is figyelembe kell venni az alkalmazott környezet fejlettségi színvonalát. Az Amerikai Közigazgatási Társaság (ASPA) öt szintjét különbözteti meg az e-kormányzati megoldásoknak. A bajai esettanulmány kapcsán a fejlettség szerint rendezett skálán valahol az alsó két stádium (a fejlődő és a kibővített hálózati jelenlét) közötti meghatározás alkalmazható. Ezt úgy lehet összefoglalni (átültetve a nemzeti kormányzatra vonatkozó elemeket egy helyi önkormányzatra), hogy a városháza rendelkezik olyan hálózati jelenléttel, amely a polgárok egyoldalú tájékoztatását célozza, közérdekű információkat, mint például helyi rendeletek és előterjesztések, elérhetőségek, hivatali idők stb. nyújt, viszonylagos rendszerességgel frissíti az oldalak tartalmát, és a városhoz kapcsolódó további hivatalokhoz is elágazási pontként használható felületet kínál. A további szintek szofisztikált funkcióit biztosan nélkülözni kényszerülnek még esettanulmányom szereplői, így nincs módjuk közvetlen interakcióra és ügyintézésre a különböző városi hivatalokkal, nem tudnak a város nyilvános adatbankjaiban magas szintű keresőkkel információkat gyűjteni, vagy akár pénzügyi tranzakciókat bonyolítani.

Mindezek az elméleti alapok reményeim szerint hűen igazolják, hogy kutatásom nem túlzott várakozásokat és illúziókat kergetve indult. Már a munka kezdetén tudatában voltam annak, hogy Baja esete csak korlátozottan fog kérdéseimre választ adni. Mégis azzal a reménnyel fogtam hozzá a vizsgálatokhoz, hogy ennek a hatalmas témának legalább bizonyos részterületein található értékelhető adatokat, amelyek az e-demokrácia és e-kormányzat magyarországi fejlődése szempontjából fontos információkkal szolgálhatnak.

A bajai eset

A bajai eset a külvilág számára elsődlegesen az Index portál beszélgetős fórumából volt megismerhető. 1999 decemberében indult a sikert megalapozó témafelvetés (topic) „Bajai régió saját névvel, kötetlenül” címmel. Indulása óta ez a topic közel 13 000 hozzászólást gyűjtött össze, ami önmagában is tekintélyes szám, ám a másik két, azóta megalakított regionális fórummal összehasonlítva is kiemelkedő (Kelet-Magyarország – 8000 hozzászólás, Kecskemét – 600 hozzászólás). Az egyedüli topic-ként induló bajai kezdeményezést az Index szerkesztői is hamar elismerték: látva rendkívül gyors gyarapodását, „Bajai régió” címen külön fórumcsoportot hoztak létre, amelyen belül kisebb, különálló, Baját és környékét érintő témák megvitatására is lehetőség nyílt.

A legfontosabb innovációt a kiinduló topic címében is megfogalmazott igény jelentette: a hozzászólásokat mindenki csak a saját nevével, jól beazonosítható identitással tehetné közzé. Ennek az igénynek úgy szereztek érvényt az alapítók, hogy minden olyan felhasználói név alatt érkező hozzászólást töröltettek a moderátorral, amelyikről nem lehetett biztosan tudni, hogy ki áll mögötte. A bemutatkozásra a „Bajai régió” fórumon belül nyitottak egy külön topicot. Minden új tagnak itt kellett magáról néhány jellemző dolgot elmondania, és két már „lekáderezett” tagnak kellett igazolnia, hogy az új jelentkező valóban azonos a névvel. Mindez azért jelentett fontos újdonságot, mert az Index többi fórumán éppen a beazonosíthatatlan becenév-használat vált jellemzővé, ami meghatározta a diskurzusok gyakran durva hangnemet, valamint olyan radikális hozzászólások sokaságát tette lehetővé, amelyeket épp az inkognitó védőpajzsát használva mernek közzétenni szerzőik.

Az Index „Baja” fórumának hozzászólási statisztikái nagymértékű aránytalanságot mutatnak. Összesen 196 olyan személy van a mintegy 38 500 lelket számláló városban, aki valaha is hozzászólott a fórumhoz. Talán még meglepőbb, hogy 128 fő kevesebb, mint tíz alkalommal szólalt meg a „Baja régió” két és fél éve alatt, 53-an pedig tíz és száz közötti esetben fűztek kommentárt a vitákhoz. Tizenöt olyan személy maradt tehát, aki száznál több hozzászólást produkált, az élen álló – egyébként alapító – Mijo egymaga közel 3500 kommentárral gazdagította a fórumot. Mindez jól mutatja a bajai internetes közösség arisztokratikus jellegét: úgy tekinthető, mintha a rendszeresen hozzászólók egy sajátos helyi felsőházat alkotnának, amelyben mandátumuk kizárólagos alapja a rendszeres internetezési lehetőség és a kötelező bemutatkozási szabály, azaz a saját név használatának elfogadása.

A témák tartalmát tekintve többé-kevésbé megvalósulnak az e-demokrácia feltételei, azaz a közösséget érintő ügyekről, részben racionálisan,² elvileg mindenkinek egyenlő esélyt teremtve folyik a vita. Ez utóbbi feltétel sérelmet szenved a sajátneveség okán: aki nem meri véleményét a saját neve alatt publikálni, azt a közösség megfosztja a részvétel jogától. E dilemmát részletesen elemzem a következő fejezetben.

További feltétele volt a minimális e-demokrácia fogalmunknak a döntéshozók részvétele, hajlandóságuk a releváns kérdések megválaszolására, illetve az on-line közösség által megfogalmazottak informális becsatornázása a döntéshozatalba. A Bajai fórum elvileg több módon is törekszik e feltételeknek eleget tenni. Ha döcögösen is, de él

egy „Kérdések a polgármesterhez” című rovat, ahol a város vezető hivatalnoka több-kevesebb rendszerességgel válaszol a hozzá érkezett kérdésekre. Nem jó jel, hogy a kezdeti lelkesedés elmúlása figyelhető meg, azaz válaszok legintenzívebben az indulást követően születtek, aztán az idő múlásával egyre ritkábbá váltak. Hasonló kezdeményezésként a város képviselőtestületének valamennyi tagja számára topicokat nyitott a fórum gazdája. Ezzel elvileg az a maximálisan igazolható cél valósult volna meg, hogy a városi döntéshozatal valamennyi tagjának kérdést lehessen feltenni ezen a médiumon keresztül. Ez a kísérlet kiábrándító eredményt hozott, hiszen a legtöbb képviselő esetében sem kérdés, sem válasz nem található a cím alatt. Mindezek a próbálkozások azért rendkívül fontosak, mert céljuk egy olyan szintű interaktivitás megvalósítása volt, amely a város valódi on-line adottságainál magasabb szintű (és ASPA besorolású) e-kormányzatot feltételezne. A kudarcok jól mutatják, hogy sem az infrastrukturális, sem a szabályozási keretek nem elégségesek Baja esetében ennek sikeres végrehajtásához. Erről a problémáról részletesen a következő fejezet második részében készítek elemzést.

A bajai on-line precedens kétségtelenül legfontosabb vonulatát az Indexen üzemelő topic jelenti, azonban a város elektronikus közéletének egyéb fontos csomópontjai is említést érdemelnek. A város portálja a baja.hu címen érhető el. Ennek a domain-névnek a jegyzésére kizárólag a városháza jogosult, amely azonban a kezelést átadta egy három magánszemélyből álló csoportnak. Ezt a lépést azzal indokolták, hogy a város legfontosabb címe alatt nem akartak egy „unalmas”, szokásos önkormányzati oldalt készíteni, hanem egy informatívabb, sokrétűbb portál elkészítését szorgalmazták. Az így megszülető oldalnak nemcsak a helyi politika, hanem további, gazdasági, kulturális és turisztikai szempontok érvényesülésének is a szolgálatába kellett állnia.

Ez a cél némiképp igazolható, hiszen a kívülálló számára is triviális cím alatt praktikus olyan információkat szolgáltatni, amelyek nem kizárólag a város saját lakosságát érintik. A megvalósítás azonban több kérdést is felvet. Ez a cím vitathatatlanul köztulajdon képviselő, egyetlen célja a köz érdekeinek szolgálata lehet. Ennek okán magától értetődő, hogy a város polgárai választott képviselőiken keresztül jogosan tartanának igényt arra, hogy szükség esetén döntsenek a cím alatti tartalmakról és az oldal működéséről. Ez az igény azért merül fel különösen élesen, mert a portál szolgáltatásainak részét képezi egy saját beszélgetős fórum, a „Bajai szalon”, amelynek működési rendjét így nem demokratikus elvek, hanem a részben politikailag is exponált üzemeltetők diszkrecionális jogai alapján szabályozzák. Ez a fórumcsoport – talán épp a bizonytalan háttér miatt – lényegesen kevésbé népszerű, mint az Indexen működő társa. Ez a helyzet valójában meglehetősen abszurd, hiszen az Index nyereségérdekelte vállalkozás, amely elvileg mindenféle demokratikus kontrollt nélkülöz, így az ott zajló on-line közélet ellenőrzésére nem kínálkozik legális-formális lehetőség. Ezzel szemben a város saját oldala elvileg alkalmas terep lenne egy teljesen ellenőrizhető és saját vitafórum kialakítására. A bizonytalan háttér mellett – egyik szakértő interjúalanyom véleménye szerint – a „Bajai szalon” lényegesen gyengébb technikai kivitele miatt is az Index preferálására sarkallja a résztvevőket.

A valóban szűken értelmezett önkormányzati információszolgálat a bajavaros.hu címen érhető el. Ez a bajai városháza hivatalos oldala. Tartalmát tekintve megfelel az ASPA legalacsonyabb szintű ajánlásának, azaz kimerítően tartalmaz közérdekű telefonszámokat, hivatali időket. Hozzáférhetőek e helyütt a helyi rendeletek, amelyeket váltakozó intenzitással, nem mindig azonnal helyeznek fel a hivatalnokok. Pozitív fejlemény, hogy a már elfogadott rendeleteken túl az előterjesztések szövegei is olvashatók a városháza lapjain, amelyek akár egy on-line megvitatás alapjául is szolgálhatnának, és lehetőséget kínálnak az érdeklődők számára, hogy még a döntéshozatali folyamat erre alkalmas szakaszában hallassák véleményüket. Ezeket túl azonban igen szerény a lap nyújtotta lehetőségek sora, hiányzik az interaktivitás bármely formája. Ez az oldal szerepét kizárólag az egyoldalú, hivatalból kiinduló kommunikációban látja, amivel számtalan internet-kínálta lehetőséget hagy kihasználatlanul. A baja.hu esetében hangoztatott érvelés valóban értelmet nyer a bajavaros.hu-val kapcsolatban: a hivatalos önkormányzati honlap unalmas és néhány esettől eltekintve meglehetősen érdektelen. A baj ezzel csak az, hogy a város on-line tartalmáról döntők úgy tartják: ennek így is kell lennie.

Az esettanulmány legfontosabb következtetései

A kiemelkedő aktivitás okai

Amint a bevezetőben is megfogalmaztam, kutatásom egyik alapvető célja annak kiderítése volt, hogy milyen tényezők játszhatnak közre Baja esetében a város kiemelkedő on-line közéleti aktivitásának kialakulásában. Munkahipotézisként abból a feltevésből indultam ki, hogy valamilyen körülmény folytán a város informatikai infrastruktúrája fejlettebb az országos átlagnál. Ezt a gondolatot némileg igazolni látszott az az előzetes tájékozódás, amely során a jelenlegi piaci helyzetben rendkívül versenyképesnek számító áron kínált kábeles, tehát a helyi telefonálás költségeit kiváltó internet-szolgáltatást találtam. A városba érkezve azonban megtudtam, mindez csak illúzió. Bár az árlista elkészült, a kábeles szolgáltatás beindításához szükséges beruházások még nem történtek meg, nem létezik még ez a szolgáltatás, így a rendkívül versenyképes áron egyelőre virtuális szolgáltatást kínálnak.³

Másik feltevésem alapja az a tény volt, hogy a városban és a környező régióban nem az országos monopóliumú Matáv, hanem egy koncessziós társaság végez Emitel néven telekommunikációs szolgáltatást. Ebből eredően a térségben az országostól kis mértékben eltérő díjszabás érvényes. Az előző években az Emitel lényegesen internet-barátabb tarifarendszert alkalmazott, ami két intézkedésben volt tetten érhető: az internet-szolgáltatók felé menő helyi hívásokból a Matávnál sokkal előbb adott kedvezményt, valamint nyitott csomag néven szerződés kötés nélküli internet-szolgáltatást kínált, amelynél a hívás díján felül időarányosan számlázott az internet-szolgáltatásért havi fix díj és előzetes bejelentkezés nélkül. Ez a nem túl nagy forgalmat bonyolító felhasználók számára a fix havidíjas csomagoknál kedvezőbb alternatívát jelentett. Mindkét előny elolvadt azonban 2000 végére, egyrészt az új Matáv tarifarendszer bevezetésével, amelynek köszönhetően a korábban kedvezményes pozícióban lévő Emitel előfizetők egyszeriben rosszabb helyzetben találták magukat a Matáv ügyfeleihez képest, másrészt az ingyenes internet-szolgáltatók megjelenésével a kifelhasználók számára már nem jelentett többé előnyt az Emitel úgynevezett

nyitott csomagja.

Mivel a telekommunikációs infrastruktúrában csak a korábbi, az internet fejlődése szempontjából még lappangó időszakban rendelkezett Baja valós előnyökkel, és mivel az általam megkérdezettek egyöntetűen tagadták, hogy az Emitel mint tényező számottevő lenne, a város egyéb jellemzőit vizsgáltam meg, kontrollcsoportként hasonló méretű magyar városokat választva. Amint az 1. táblázatból is kiolvasható, Baja egyedül a vállalkozások számát tekintve mutat szignifikáns előnyt (a nála jobb értéket mutató Szekszárd megyeszékhely, így elsőbbsége indokolt). A nem létező telekommunikációs előnyt jól szemlélteti a város sereghajtó pozíciója a telefon-fővonalak tekintetében is. A vállalkozások magasabb száma azonban jelzésértékű lehet: a pezsgő gazdasági élet még relatív árhátrány esetén is fizetőképessé teheti a lakosság egy kis hányadát. Mindez alátámasztani látszik a bajai on-line közélet már eddig is hivatkozott arisztokratikus jellegét.

Mindenképp említést érdemel a városban jelen lévő informatikai-tudományos örökség, amelynek a jelen helyzethez való hozzájárulása nehezen igazolható, ám több interjúalanyom egyetértett e tényező hangsúlyozásával. A városban két olyan intézmény is megtalálható, amely a számítástechnika magyarországi hőskorában is már a felhasználók közé tartozott: kisebb súllyal a helyi obszervatórium említhető, amelynek csillagászati számítástechnikai igényei már korán fejlesztéseket tettek szükségessé, illetve döntő súllyal a helyi vízügyi intelligencia, amely a vízügy diktálta rendkívül sokrétű és összetett számítások okán részesülhetett az elsők között a – még párhuzamosan a jövőre hagyott – számítógéposztás áldásaiban. Ezen a ponton kell megemlíteni, hogy – még a rendszerváltás előtt – a város utolsó tanácselnöke is fantáziát látott a számítástechnikában, így az elsők között szerelték fel a városházát számítógépes hálózattal, amelyet már a rendszerváltást követő években jelentősen korszerűsítettek.

A legfontosabb magyarázat azonban még ennyire sem kézzelfogható, így tudományos eszközökkel nehezen megragadható. A legtöbb interjúalany a bácskai emberek mentalitását jelölte meg, mint a pezsgő elektronikus közélet kialakulásában szerepet játszó alapvető tényezőt. A mentalitás vagy politikai kultúra kérdése több helyi sajátosságra vezethető vissza. Baja városa etnikailag rendkívül tarka képet mutat, népes szerb (bunyevác), horvát és sváb kisebbség él itt a legnagyobb harmóniában együtt. Ez a történelmi közösség toleranciára és nyitottságra tanította a lakosokat. A nagy számú délszláv kisebbséghez tartozó bajai magán hordozza a déli népek sajátos jegyeit: szeretnek nagy hangon, sokat beszélni, összejární, közösségi életet élni.⁴ Az itt élők számára további jelentőséggel bír a földrajzi helyzet és távolságok virtualizálása, mivel a mesterségesen megvont déli határ kettészelte az addig évszázadokon át szerves egységet alkotó Bácskát, amelynek központja váltakozva hol Baja, hol a mai Jugoszláviában található Zombor volt. Baja a határmódosításkor elvesztette központi szerepét, és a jelenleg is érvényes közigazgatási struktúra szerint egy nagy megye déli peremére szorult.

Persze hiba lenne túlzott általánosításokba bocsátkozni az okok keresésekor. A fenti tényezők nem lehetnek érvényesek egyszerre valamennyi bajaira. Részben érvényesek viszont arra a szűk kis csoportra, amely naggyá tette a bajai on-line közéletet. Mindaz, amit ez a város az internet vonatkozásában elért, nem valósulhatott volna meg néhány ember aktivitása és kifogyni nem akaró lelkesedése nélkül. Amikor 1999 végén néhány bajai egymásra talált az Index fórumain, a városból alig néhány ember vett részt rendszeresen on-line vitákban. Ezek az úttörő szerepet vállaló személyek terjesztették el informális hálózataikon keresztül ennek az új médiumnak a használatát, gyakorlatilag ők vették rá a város gazdasági-kulturális-politikai elitjének egy részét a csatlakozásra.

A becenév-saját név konfliktus és egy lehetséges megoldási minta

Már a „Bajai régió” fórum bemutatásakor hangsúlyoztam a becenév kontra saját név vitában rejülő potenciális konfliktust. Baja esetében ez a konfliktus sajnos a nyílt összecsapásig eszkalálódott, és a szembenállás súlyos károkat okozott a város ígéretes kísérletének, sőt sokak véleménye szerint egyenesen zsákutcába jutatta a bajai on-line közösség fejlődését. Ennek a konfliktusnak vizsgálatunk szempontjából az ad különös jelentőséget, hogy alapjául nem valamiféle Baja-specifikus körülmény szolgált, így elemzése minden bizonnyal általános érvényű tapasztalatokat hozhat.

Amint írtam, a „Bajai régió” fórum egyik legfontosabb megkülönböztető jegye az a határozott igény volt, hogy valamennyi hozzászóló személye beazonosítható legyen.

Ezt a normát következetesen ki is kényszerítették. A saját név használatához ragaszkodóknak jól képviselhető érvek voltak a kezükben: amennyiben az on-line politikai viták tartalmát komolyan vesszük, és feltételezzük, hogy a politikai döntéshozatalra is befolyással lehetnek, úgy garantálni kell, hogy egy valós személyhez csak egy felhasználónév tartozzék, azaz egyfajta mandátumképzés valósuljon meg. Ezzel a követelménnyel megakadályozható, hogy egyetlen személy az általa egyedül képviselt pozíció mögé mesterségesen „tömeges” támogatottságot kreáljon egyszerűen úgy, hogy számos, amúgy beazonosíthatatlan becenéven bejelentkezik, és a látszólag különböző személyek nevében saját érdekének megfelelő támogató hozzászólást tesz közzé az egyes vitákban.

Ezzel a látszólag elfogadható érveléssel egyes bajai internetezők – akik egyébként betartották a saját név használatának szabályait – akkor kezdtek szembehelyezkedni, amikor számos esetben arról szereztek tudomást, hogy sok, általuk a közösség értékes tagjának tekintett személy épp a saját név használatára kötelező forma miatt zárkózik el az on-line részvételtől. Kezdték kiderülni, hogy számos igazolható ok van, amely sok embert kizár a közéletből. Többeknek a munkahelyükről vagy városi hivatalukból van csak hozzáférésük az internethez. Innen sokan figyelemmel kísérték a vitákat, ám saját nevükön nem mertek hozzászólásokat eljuttatni, hiszen ez felettesük, főnökük számára annak egyértelmű bizonyítéka lett volna, hogy munkavégzés helyett más célra használják hivatali számítógépeiket. Sok esetben az a félelem is indokoltan tekinthető, hogy a saját név használatával közölt vélemény rossz színben tüntetheti fel megfogalmazóját olyan személyek körében – főnök, ügyfél, partner vagy hivatali felettes –, akiktől egzisztenciálisan függ.

A lappangó konfliktus akkor vált nyílt szembenállássá, amikor néhány, amúgy nem bajai illetőségű felhasználó – dacolva az előírással – becenevén juttatott el hozzászólásokat a „Bajai régió” fórumba. A kimoderálások, azaz a moderátor általi hozzászólás-törlések száma arányaiban magasabb lett, mint az amúgy igen érzékeny „Politika” indexes fórumban. A beceneves formát támogató bajaiak tábora védelmébe vette a másik oldal, azaz a saját név forma őrei által csak betolakodóknak tekintett felhasználókat. A fokozódó ellentétek 2000 végén – a „Bajai régió” születésének első évfordulója táján – jutottak el a végleges szakításig, amikor a fórum oldalain a betolakodóknak tekintett személyek és a beceneves forma támogatói órákig tartó, száz körüli hozzászólást eredményező párbeszédet bonyolítottak. Valószínűleg a karácsonyi ünnepek miatt a moderátorok kevésbé voltak éberek, így mire ránéztek a fórumra, már ott volt a tekintélyes méretű „tiltott párbeszéd”. Ekkor következett be az az esemény, amelyre a helyi internetes folklór csak a sokat sejtető „nagy bajai kimoderálás” címen emlékszik. Történt ugyanis, hogy a moderátor, mikor észlelte a szabálytalan tevékenységet, az egész párbeszédet – a legálisan jelenlévők hozzászólásaival együtt – törölte a fórumról. A drasztikus lépést óriási felháborodás követte, amelynek következtében a sértett oldal szimpatizánsai örökös bojkottot hirdettek a „Bajai régió” indexes fórumra, és gyakorlatilag elhagyták azt.

Nem tekintem feladatomban, hogy a konfliktus két táborának képviselői között igazságot tegyek. Mindkét tábor elfogadható, igazolható érvekkel rendelkezik, és úgy tűnik, hogy az Index fórum adott keretein belül nincs olyan optimális megoldás, amely mindkét tábor és mindkét érvrendszer meglegedésére szolgálna. A bajai precedens tanulsága, hogy az interneten zajló politikai tartalmú viták, ha már megközelítik az e-demokrácia minimális definíciója által meghatározott formát, nem létezhetnek mindenki által elismert, legitim kontroll nélkül. Egy helyi közösség esetében erre a legalkalmasabb az önkormányzat képviselőtestülete által megalakított bizottság lehet. Egy ilyen, valamennyi releváns helyi politikai erőt képviselni tudó testület feladata lenne, hogy felülvizsgálja a személyes döntésekkel megalkotott és végrehajtott vitázási szabályokat, és elvégezze az esetleg szükséges korrekciókat.

Ennek a testületnek lenne továbbá a feladata, hogy szakértők bevonásával létrehozson egy olyan saját internetes felületet, amelynek tulajdonjoga, költségvetése és üzemeltetése felett is kizárólag az önkormányzat rendelkezik. Ennek azért van jelentősége, mert így garantálható a legteljesebben a független és pártatlan működés. Nagy gonddal kellene ennek a városi fórumnak – amelynek a legjobb helye az önkormányzat honlapján lehetne – meghatározni a működési rendjét. Egy olyan hibrid megoldásra lenne szükség, amely megőrzi a saját név forma szülte előnyöket, de érvényesülni hagyja a becenev-használók követeléseit is. Az elsődleges cél az, hogy minden résztvevő igazolhassa jogosultságát – hogy bajai lakos és nagykorú –, valamint hogy mindenképp kizárólag egy felhasználónév tartozzék. Ez csak úgy valósulhat meg, hogy az önkormányzat végzi a felhasználónevek és jelszavak kiadását.

Praktikusan szemlélve a problémát, minden vitázni szándékozónak az önkormányzat illetékes hivatalához kellene fordulnia regisztrációs igényével. A hivatal csupán annyit ellenőrizne, hogy a személy korábban nem kapott jelszót, bajai polgár és nagykorú. A jelszó kiadásakor a személyi adatokat és a felhasználónév kapcsolatát egy szigorúan őrzött adatbázisban tárolnák. Erre kizárólag azért lehet szükség, hogy amennyiben a hozzászóló büntetőjogi felelőssége megállapítható, abban és csak abban az esetben azonosítani lehessen a szerzőt. Ez a kis fék garanciát jelenthetne arra, hogy a viták tartalmát a szólásszabadság jogi keretei között tartsák, ami nagyrészt megfelel annak az elvárásnak, amelyet a saját név forma támogatói fogalmaztak meg a viták tartalma kapcsán. Az adminisztráció számára könnyedén hozzáférhető adatbázisban csupán annak lenne nyoma, hogy az egyes személyek kaptak-e már jelszót, így a biztonsági követelmények betartásával bárki megőrizheti inkognitóját, amennyiben ezt igényli.

Az internetes viták felhasználása a helyi döntéshozatalban

A bajai viták tartalmának elemzésekor, illetve a helyszínen végzett adatfelvételkor különösen fontosnak találtam annak megértését, hogy a fórumokon megfogalmazottak közvetlenül vagy közvetve eljutnak-e a város vezetőihez, és hogy ezek az információk mennyire képesek befolyásolni a helyi döntéshozatalt. Olyan precedensekre voltam kíváncsi, amelyek kapcsán a hatás világosan megfigyelhető volt. Ilyen irányú vizsgálódásom kiábrándító eredménnyel zárult.

Az általam megkérdezettek egy része említett olyan ügyeket, amelyekkel kapcsolatban tudni vélte, hogy az on-line vita valamilyen módon befolyásolta a város vezetőit. Ebben a körben említést tettek szűnyogirtásról, a városi utak állapotáról, adósságállományról, egy tornaterem felépítéséről. A meghökkentő az volt, hogy minden ilyen ügyet csupán egy-egy személy nevezett meg, és végül csak egyetlen olyan téma akadt, amelyről többekben is éltek emlékek. A bajai önkormányzat – sok társához hasonlóan – a városi kábeltévé-hálózat eladását fontolgatta, és ezzel kapcsolatban fordult a városi internetes közösséghez, mint a témában erőteljesen érintett, szakértőkkel tarkított csapathoz.

A kábeltévé-hálózat hasznosításának kérdése az internetezőknél azért is alapvető fontosságú volt, mivel – amint azt a város telekommunikációs infrastruktúrája kapcsán már említettem – a betárcsázós, telefonköltséggel együtt járó kapcsolódás helyett olcsóbb és kényelmesebb internet-hozzáférést kínált volna, ha alkalmassá teszik a televíziós kábeleket a kétirányú adatforgalomra. Az internetezők megkeresése egy ad hoc informatikai bizottság felállítását eredményezte. Ez a csapat azt vállalta, hogy megvizsgálja az esetleges értékesítés körülményeit, és tanácsaival segítse a város vezetését a helyes döntés meghozatalában. A bizottság munkájának eredményeképp az az ajánlás született, hogy amennyiben az önkormányzatnak nem feltétlenül van szüksége az értékesítésből nyerhető forrásokra, akkor mindenképp halassza az eladást egy későbbi időpontra, amikor jobb feltételekkel és több pénzért magánosíthatja a város hálózatát.

Meglepő módon a városháza mégis az azonnali eladás mellett döntött. Az ügyletre jellemző, hogy bár feltételül szabták: a hálózatot alkalmassá kell tenni az internet-szolgáltatásra, a vevő azóta is adós ennek teljesítésével. A

beruházás elmaradása komolyan akadályozza a bajaiakat abban, hogy többen és nagyobb intenzitással használják az internetet. Az informatikai tanácsadó testület ügye pedig jól szemlélteti az internetes közösség bevonásának „virtualitását”. Az eladásról döntő vezetők érzékelték, hogy döntésükbe valamilyen módon be kell vonni az érintetteket, ám azok ajánlását már figyelmen kívül hagyták, így valódi részvétel nem következett be, az érdekeket nem tartották tiszteletben.

Elvileg megvan a lehetősége annak, hogy a vitafórumok tartalma viszonylag gyorsan eljusson az érintett városi vezetőkhez. A városi hivatali struktúrában létezik olyan felelős személy, aki rendszeresen figyeli a Baját érintő on-line diskurzusokat, és szükség esetén információval látja el az érintetteket. Néhány városi képviselő és maga a polgármester is – szabadidejétől függően – figyelemmel kíséri az internetes közösség ténykedését. Kutatásaim során azonban kevés jelét láttam annak, hogy az interneten folyó vitáknak valódi hatásuk lenne. Úgy tűnik, a bajai on-line közéleti kultúra még nem jutott el arra a szintre, hogy a fórumok működése túlmutasson az egyszerű véleménycserén vagy csevegésen. Minden bizonnyal a korábban vázolt konfliktus és szakítás is közrejátszott abban, hogy a város vezetése eleve nem kezeli komoly játékosként a bajai fórumok „lakóit”.

A további fejlődés lehetőségei

Munkahipotézisem utolsó pontja az volt, hogy a Baján kialakult kiemelkedő internetes közéleti aktivitásra támaszkodva a város úttörő szerepet vállalhatna az e-demokrácia és az e-kormányzat fejlettebb alkalmazásainak meghonosításában. Azt feltételeztem, hogy az általam tanulmányozott kezdeti lépéseket megtevő emberek, akik a helyi közösség központi figurái, képesek lennének támogatni olyan önkormányzati törekvéseket, amelyekkel a város megelőzhetné szinte valamennyi vetélytársát, és siker esetén az egész ország figyelmét és elismerését kiválthatná. Mivel dolgozatom írásának időpontjában a magyar kormány a Széchenyi Tervén keresztül (is) kiemelten támogat sokféle informatikai fejlesztési projektet, a források egy része is biztosítható lenne.

Mindezek ellenére úgy tűnik, hogy Baja város vezetése nem mutat az átlagosan elvárhatónál nagyobb affinitást nagy ívű informatikai beruházások végrehajtására, ám erre van elfogadható indoka is. A döntéshozók asztalán már ma is számtalan megfontolandó ajánlat hever olyan önkormányzati ügyviteli rendszerekkel kapcsolatban, amelyek moduláris felépítésűek, és igény esetén olyan internetes kaput szolgáltatnak, amelynek révén a város polgárai a világhálón keresztül is elintézhetik bizonyos ügyeiket. Ez a gyakorlatban az e-kormányzati besorolás egy magasabb szintjének megvalósítását jelentheti, hiszen a jelenleg még teljesen hiányzó interaktivitást teremthetné meg. Kicsit továbbgondolva a lehetőségeket, egy ilyen integrált rendszer arra is képes lehetne, hogy kezelje a város vitafórumát az előző részben vázolt megoldási sémát követve. A rendszer integrációja révén a jelszavak kiadása is automatizálható lehetne, hiszen a lakónyilvántartás adatbázisait használva a program magától ellenőrizhetné, hogy mindenkinek csak egy felhasználónév jusson.

A probléma viszont az, hogy egy ilyen alkalmazáscsomag üzembe helyezése egy Baja méretű város költségvetésében mindenképp komoly tételként jelentkezne. Ez nem jelenti azt, hogy a város ne rendelkezne elégséges forrással egy esetleges beruházáshoz. A félelmek inkább abból táplálkoznak, hogy látva a kormányzat ambiciózus informatikai fejlesztési politikáját, az óvatos városvezetők – akár okkal – tarthatnak attól, hogy rövid időn belül egységes szabályozás születhet az önkormányzati ügyviteli rendszerekkel kapcsolatban. Amennyiben a súlyos összegekért megvásárolt rendszer nem teljesíti ezeket a központi direktívákat, könnyen előfordulhat, hogy a beruházás egésze kidobott pénzzé válik. Ezt a kockázatot joggal nem vállalja egy újraválasztásra törekvő politikus.

Ebben a helyzetben a megoldás csak egy lehet: az informatikai kormányzat – teljesítve a várakozásokat – minél hamarabb álljon elő olyan egységes normákkal, amelyek valamennyi önkormányzati integrált rendszer számára irányadóak lehetnek. Szerencsés lenne, ha ebben a körben sikerülne – a programcsomagok részét alkotó – internetes vitafórumok működéséhez is olyan szabályokat alkotni, amelyek figyelembe veszik a bajai precedens tapasztalatait mind az azonosíthatóság, mind a vita eredményeinek felhasználása szempontjából. Egy ilyen, bölcsen megalkotott ajánlás sok helyi közösséget megóvhatna attól, hogy on-line közéletük fejlődése során azokba a csapdába essenek, amelyek a bajaiak további fejlődését most is akadályozzák.

összefoglalás

A bajai internetes közélet beható tanulmányozása alkalmasnak bizonyult arra, hogy néhány téves feltételezést cáfoljon, továbbá rávilágítson azokra a potenciális veszélyekre, amelyek akkor keletkezhetnek, ha a város vezetése nem elég gondosan jár el. Baja sok szempontból úttörő szerepet vállalt a magyarországi helyi e-demokrácia és e-kormányzat történetében, és ezzel szükségszerűen együtt jár, hogy az állatorvosi ló szerepét is betölti. A fokozott internetes közéleti aktivitást kiváltó körülmények vizsgálatakor kitűnt, hogy ezen a minimális szinten nem elsősorban a telekommunikációs infrastruktúra állapota a döntő, mint ahogy azt előzetesen feltételeztem, hanem sokkal inkább a potenciális résztvevők által képviselt humán tőke. Ez részben a városban jelenlévő informatikai intelligenciából táplálkozik, de talán még inkább azokból a nyitott, kommunikatív természetű központi személyiségekből, akik lelkesedésükkel, aktivitásukkal képesek voltak életre hívni egy pezsgő on-line közösségi életet.

Kutatásom talán legfontosabb tanulsága az a veszélyforrás, amelyet a saját név- becenév konfliktus hordoz magában. Ez a vita – amely a bajai internetes közösség fejlődését súlyosan visszavetette – olyan tanulságokkal szolgál, amelyek valamennyi, később fejlődésnek induló helyi kezdeményezés számára tanulságosak lehetnek. Egy ilyen helyzetben elkerülhetetlennek tűnik az önkormányzat mint valamennyi fél által legitimnek elismert hatóság részvétele és gondoskodása.

Az on-line közélet szerepvállalása a helyi döntéshozatalban – talán épp a vezetés távolságtartása miatt – gyakorlatilag elhanyagolható volt eddig Baján. Az egyetlen esetként említhető, kábeltévé-hálózattal kapcsolatos ügy inkább csak látszólag vonta be az érintetteket, és éppen az így született döntés teremtett olyan körülményeket,

amelyek kizárták, hogy a megfizethetőbb elérés révén újabb csoportokat vonjanak be az on-line vitákba.

A jövőbeni fejlődés lehetőségei a humán tőke tekintetében adottak ugyan a városban, de egy korszerű, integrált önkormányzati ügyviteli rendszer beszerzését az ország szakkormányzatának pozitív döntése is komolyan befolyásolná. Mindenképp szükséges, hogy az e-demokráciáról és az e-kormányzatról rendelkezésre álló ismeretek, tapasztalatok függvényében a kormányzat olyan rendszerek beszerzésére ösztönözze az ország önkormányzatait, amelyek valóban előrelépést hozhatnak mind a hivatali ügyek intézésében, mind az egyéni értékek és érdekek magasabb színvonalú és hatásosabb megfogalmazásának szempontjából.

Irodalom

- Arendt, Hannah (1958) *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Budge, Ian (1996) *The New Challenge of Direct Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Butler, David & Ranney, Austin (1994): *Referendums around the world: the growing use of direct democracy*. Houndmills: Macmillan.
- Docter, Sharon & Dutton, William H. (1998) „The First Amendment Online: Santa Monica’s Public Electronic Network”. In Tsagarousianou, Roza, Tambini, Damian & Bryan, Cathy (szerk.): *Cyberdemocracy: technology, cities, and civic networks*. London: Routledge.
- van Dijk, Jan (1996) „Models of Democracy - Behind the Use of New Media in Politics.” *Javnost/The Public* Vol. 3 (1996) No. 1.
- Kis Gergely - Vértés Csaba (2001) *Gyorsjelentés az Internet-gazdaságról*. Budapest: GKI.
- Kovács Tibor (szerk., 2000): *Területi Statisztikai Évkönyv*. Budapest: KSH.
- KSH Bács-Kiskun megye (2000) *Bács-Kiskun megye statisztikai évkönyve*, Kecskemét: KSH.
- Mill, John Stuart (1991) *Considerations of Representative Government*. Buffalo: Prometheus Books.
- Mikro Volán Elektronika (2000) *Posta és távközlési adatai*. Budapest: Közlekedési, Hírközlési és Vízügyi Minisztérium.
- Tsagarousianou, Roza (1998): „Electronic Democracy and Public Sphere.” In Tsagarousianou, Roza, Tambini, Damian & Bryan, Cathy (szerk.): *Cyberdemocracy: technology, cities, and civic networks*. London: Routledge.
- Szell Péter (2000) „Az Internet helyzete Baja városában.” In *Internet Hungary 2000*. Budapest: Kamera Hungária.

On-line

- American Society for Public Administration (ASPA) and United Nations Division for Public Economics & Public Administration, 2001, *Global Survey of eGovernment*, <http://www.aspanet.org/>
- Unisys: E-signatures: Another Signs of Time, <http://www.unisys.com/home/e-signatures/>
- A bajai obszervatórium honlapja <http://www.bajaobs.hu/>
- Bajai régió fórum az Indexen <http://index.hu/forum/forum.cgi?a=f&f=25>
- Bajai Szalon fórum <http://forum.baja.hu/>
- Emitel <http://www.emitel.hu/>
- SugoNet <http://www.sugonet.hu/>
- Bajai városháza <http://www.bajavaros.hu/>
- Baja portálja <http://www.baja.hu/>

Lábjegyzetek

1

Az interjúkat a következő személyekkel készítettem: (wagnerur@satimex.tvnet.hu), az Index moderátora; Eperjesi László (eperjesi@westel900.net), egy helyi számítógép-kereskedés vezetője; Gálai Antal (galai@linguasoft.hu), a helyi főiskola tanára, a baja.hu egyik adminisztrátora; Gyulavári József (ducses@freemail.hu), az önkormányzat sajtófelelőse; Hornyák Miklós (miklos.hornyak@nexta.hu), bajai antropológus egyetemi hallgató, a bajai internetes közélet kutatója; Kovács József (actual@emitel.hu), vaskúti nyugalmazott vámtiszt, polgármesterjelölt; Márjai Péter (marjai@marjai.hu), a helyi képviselőtestület tagja, a baja.hu egyik adminisztrátora; Marosi Zoltán (-mz-@index.hu), egy helyi nagyvállalat informatikusa, társalapítója a Bajai régió fórumnak; Matkovits Kornél (aevk@visio.c3.hu), a városi könyvtár igazgatója; Muity Mijo (mijo@emitel.hu), helyi vállalkozó, a „Bajai régió fórum” társalapítója; Nehéz-Posony Ferenc (pozsi@mail.index.hu), technikai szerkesztő, Index; Szell Péter (szell.peter@index.hu), Baja polgármestere; Szommer Károly, az önkormányzat vezető informatikusa; Tajcs László (tajcs@externet.hu), a képviselőtestület tagja; Thernesz Tibor (tiborne@externet.hu), helyi vállalkozó.

2

Ez a feltétel további definícióra szorul. Az egyszerűség kedvéért tekintsük jelen dolgozatban racionális vitának azt a párbeszédet, amelyben az egyes hozzászólások értékét kizárólag a benne foglalt és a téma szempontjából releváns értelmi tartalom határozza meg, és független a hozzászóló személytől, illetve annak esetleges megítélésétől. Baja esetében ez a feltétel azért valósul csak részben meg, mert a hozzászólások között gyakran felbukkannak olyan tartalmúak, amelyek nem a vitázó partner hozzászólását, tetteit, hanem magát a személyt minősítik.

3

Az Internet-szolgáltatást kínáló SugoNet Kft. képviselője utólag elmondta, hogy a kábeltévés szolgáltatás indulásához szükséges beruházás 1999 decemberében megtörtént, a szolgáltatás tesztüzeme elindult és működött is. A cég tíz évre szóló (2010-ig érvényes) együttműködési szerződést kötött a bajai kábeltévé-hálózat használatáról. A város (jelenleg szerződészegéssel okozott kár miatt perelt) önkormányzata azonban

2000 júniusában eladta a kábeltvé hálózatát egy magáncégnek, amely a továbbiakban nem tette lehetővé a már beindított internet-szolgáltatás folytatását. Ez az oka annak, hogy Baján azóta sem működik a kábelen keresztüli internet-szolgáltatás.

4

A közösségi élet egyik fontos csomópontja Baján a halászlé. A férfiak gyakran gyűlnek össze, hogy már-már rituális szertartással elkészítsék a város messze földön híres étkét, majd a sűrűn fogyó pálinkától oldottá vált hangulatban, heves szócsaták közepette elfogyasszák kedvencüket.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

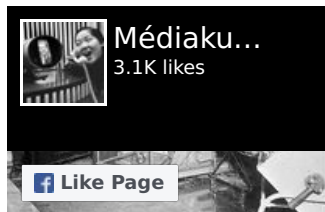
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Térkép

[Zöldi László:](#)

A globális sajtó

A külföldi tulajdonban lévő helyi újságok Magyarországon

Mi az a globális sajtó? Milyen hazai lapokat nevezhetünk globálisnak? Hogyan alakultak ki a globális hálózatok Magyarországon? Milyen előnyei és hátrányai vannak a globális sajtóprivatizációnak? Az alábbi írás ezekre a kérdésekre keres választ.

Ennek az eszmefuttatásnak van némi előzménye. 1999 decemberében tudományos tanácskozást szervezett a Szegedi Tudományegyetem Média Tanszéke, ezen az összejevetelen olvastam föl egy hasonló című előadást. A rövidre fogott elemzést egészítettem ki a Média az ezredfordulón (Róka 2000) című tanulmánygyűjtemény számára, amely az egyetemi műhely gondozásában néhány hónap múlva meg is jelent. Dolgozatom alapvető megállapításai nem avultak el, ám az azóta eltelt két esztendő olyan sok változást hozott a témában (és a vidéki szerkesztőségek életében), hogy a globalizáció legújabb fejleményeit is meg kellett örökíteni.

Mi a globális és a globalizáció?

A globális jelző ma még nem tekinthető közkeletűnek a hazai média-szakirodalomban, bár közgazdászok és településföldrajzzal foglalkozók használják. A globális összetett szó, a globális és a lokális összevonásából származik. Eredetileg mindkettő latin kifejezés. A globális jelentése: összefoglaló, átfogó, teljes, egész. A lokális jelentése: helyi, helyi jellegű, helybéli.¹ Vagyis ellentmondás rejlik a két kifejezés között. Az egyik az egészet tükrözi, a másik annak területileg meghatározott részét.

Ha megnézünk egy olyan lexikont, amelynek szerzői nagyon egyszerűen fogalmazznak, mert mondandójukat általános és középiskolásoknak szánják, akkor az olvasható, hogy a globális közgazdasági értelemben „[a]z a termék, amelyet lényegében azonos változatban értékesítenek a világ legtöbb országában”. Számítástechnikai értelemben pedig „[a]z egész hálózatra érvényes”. A lokális viszont „[k]orlátozott körben érvényes, helyi”.² A rendszerváltás után megjelent nemzetvédő újságcikkekben a globális azt jelenti, hogy valahol távol multinacionális (országhatárokon átívelő) cégek vannak, ők látják el egyentermékeikkel a világot, például a számukra sokáig fehér foltnak számító Közép-Kelet-Európát, ők fenyegetik a helyit, a sajtókat, az egyedit. Az ellentmondás tehát még nyilvánvalóbb a globális és a lokális között.

A globalizáció a nyomtatott sajtóban jelentheti azt, hogy az országos lapok nemcsak a világra tekintenek ki, hanem a helyi ügyekkel is foglalkoznak, különben kevésbé kelendőek a fővároson kívül. Azt is jelentheti, hogy a helyi önkormányzat vagy egy magánvállalkozó gondozásában megjelenő újság kénytelen valamelyest foglalkozni a településen túli eseményekkel is, különben a lapja helyett olyan orgánumot vásárolnak meg a helybéliek, amely valamiféle szintézisre törekszik. A mi viszonyaink közepette azonban főként azt jelenti a globalizáció, hogy külföldi tulajdonban lévő megyei lapok a központi, azaz budapesti szerkesztőségből globális, vagyis országra-világra vonatkozó írásokat kapnak, ezeket egészítik ki a saját munkatársaik révén helyi, azaz lokális jellegű cikkekkel. Az arány sajtókonzorciumonként változó, de körülbelül egyharmad a kétharmadhoz. A globális sajtóban a helyi témájú információk, cikkek kétszer annyi helyet és kétszer akkora szerepet kapnak.

A globalizáció tehát azt jelenti Magyarországon, hogy a Nyugat-Európában már bevált sajtóterméket a külföldről jött tulajdonosok úgy próbálják meghonosítani, hogy élvezhető legyen a hazai olvasók számára is. Ezt a törekvést jelzi az esseni illetőségű és a Dunántúlon Pannon Lapok Társasága néven berendezkedett Westdeutsche Allgemeine Zeitung jelmondata: „Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan!”

Mi tekinthető globális újságnak Magyarországon?

Az, ami külföldi, többnyire multinacionális cég vállalkozásában jelenik meg, és igyekszik érvényesíteni a helyi szempontokat.

A napilapok közül ilyen értelemben globális Dunántúlon a zalaegerszegi Zalai Hírlap, a szombathelyi Vas Népe, a veszprémi Napló, a győri Kisalföld, a tatabányai 24 Óra, a székesfehérvári Fejér Megyei Hírlap, a Dunaújvárosi

Hírlap (ez városi napilap), a székszárdi Tolnai Népújság, a pécsi Új Dunántúli Napló és a kaposvári Somogyi Hírlap. A Dunán innen pedig a salgótarjáni Nógrád Megyei Hírlap, az egri Heves Megyei Hírlap, a miskolci Észak-Magyarország, a nyíregyházi Kelet-Magyarország, a debreceni Hajdú-Bihari Napló, a békéscsabai Békés Megyei Hírlap, a szegedi Délvilág, az ugyancsak szegedi Délmagyarország (ez a másik városi napilap a vidéki Magyarországon), a kecskeméti Petőfi Népe és a szolnoki Új Néplap (lásd még a táblázatot).³ Nem nevezhető globális újságnak a komáromi Komárom-Esztergom Megyei Hírlap, a miskolci Déli Hírlap és a békéscsabai Békés Megyei Nap, mert mindhárom napilap ugyan, de magyar magánvállalkozók jelentetik meg őket – más üzleti filozófiával.⁴

Hogyan alakultak ki a globális laphálózatok Magyarországon?

A rendszerváltás hajnalán több külföldi cég kapcsolódott be a spontán, majd az államilag felügyelt sajtóprivatizációba.

A vidéki sajtóprivatizáció története vetekszik egy krimi izgalmaival, részleteitől megkímélem az olvasót. Egy interjú megállapításait összefoglalva (Zöldi 2000), ezúttal csak annyit érdemes rögzíteni, hogy a helyi napilapokat az MSZP, vagyis a megyei újsághálózatot működtető MSZMP jogutódja adta el külföldi jelentkezőknek. A folyamat jószerivel befejeződött 1990 közepére. A cél ugyanis az volt, hogy ha az országgyűlési választások nyomán esetleg az MDF kerül majd hatalomra, akkor ne legyen a kezében egyetlen vidéki lap sem, mi több: a vevőktől kapott pénz felhasználható legyen az MSZP választási kampányában. Az interjúalany kincstárnok szerint ez az egymilliárd forintnyi bevétel késve érkezett meg ahhoz, hogy pártja 1990 tavaszán fölhasználhassa, arra azonban elégségesnek bizonyult, hogy a kamatokkal tetézve 1994-ben megalapozza az MSZP választási győzelmét.

A Magyar Szocialista Párt privatizációs stratégiája úgy foglalható össze, hogy a favorizált külföldi vevők se jussanak monopóliumhoz a megyei sajtóban. Ezt magyarázhatnánk a kiegyensúlyozottságra való törekvéssel, de életszerűbbnek látszik az a megközelítés, hogy nem elsősorban a sajtószabadság iránti elkötelezettség indokolta, hanem a politikai célszerűség. Legügyesebben a németországi Springer-cég lobbizott: kilenc újságot vásárolhatott meg a tizenkilencből. A Dunántúlon a Somogyi Hírlapot, az Új Dunántúli Naplót, a Tolnai Népújságot és a 24 Órát, Észak-Magyarországon a Nógrád Megyei Hírlapot és a Heves Megyei Hírlapot, az Alföldön az Új Néplapot, a Petőfi Népét és a Békés Megyei Hírlapot.

Sajtótörténészek joggal vethetnék a szememre, hogy a dokumentumok szerint a Springer csupán hét megyei lapot vásárolt meg. Ez igaz, csak hogy két további napilap, különféle tulajdonlasi trükkök révén, szintén a Springer-birodalom része lett. A történelmi hitelesség kedvéért az is megjegyzendő, hogy néhány újság neve megváltozott. A Dunántúli Naplóból például Új Dunántúli Napló, a tatabányai Dolgozók Lapjából 24 Óra lett. Ennek oka jogi természetű. A régi szerkesztőségből kiléptek az újságírók, s átszerződtek a frissiben létrehozott gazdasági társulásba, amelynek neve más lett, vagy csak az „Új” szóval különbözött a régitől. Az eljárás erkölcsileg támadható, jogilag azonban kikezdehetetlen.

A Springer-cég legnagyobb versenytársa Magyarországon, a szintén németországi Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) csak a Dunántúlon vásárolhatott magának újságokat: a Zalai Hírlapot, a veszprémi Naplót, a Vas Népét és a Fejér Megyei Hírlapot. A dunaújvárosi újság szintén a WAZ tulajdonába került, de még nem volt napilap. Hetenként kétszer jelent meg A Hírlap néven. Csak évekkel később lett napilap, még később változott a neve Dunaújvárosi Hírlapra. A napjainkban már Pannon Lapok Társaságaként működő hálózat létrejötte sem nélkülözte a jogi fondorlatokat. A nyilvánosság kezdetben csak arról szerzett tudomást, hogy az esseni illetőségű sajtóbefektetők mindössze két napilapot vásároltak Magyarországon. Csupán a másik két dunántúli újság Bécsbe érkezett munkatársai tudták, hogy olyan osztrák szerkesztőséggel tárgyalnak, amely a WAZ egyik leányvállalata. És csupán 1992 végén tudatosodott a magyar politikai elitben (és az olvasókban), hogy mind a négy dunántúli újság az esseni konzorcium tulajdonába került. S bár nem tartozik szorosan a témához, de a német befektetők globális látásmódját jellemzi, hogy azóta a Westdeutsche Allgemeine Zeitung az időközben önállósult Horvátországban is vásárolt magának újságokat. Ezzel Dunaújvárostól Zalaegerszegen keresztül Zágrábig egységes (azonos elvek szerint működő) sajtóbirodalmat épített ki.

A két német befektetőhöz képest kisebb karéjt vágott ki magának egy osztrák, vorarlbergi vállalkozó (aki mögött egyébként néhány év múlva szintén feltűnt egy németországi, passauai tulajdonos). Anekdotikus a történet, de egybehangzó források szerint az osztrák kiadó már a nyolcvanas évek közepén otthonosan mozgott a Hortobágyon, előszeretettel vadászott például túzokra. Egyik vadásztársa, egy debreceni fogorvos ajánlott neki befektetési lehetőséget a privatizáció előtt álló sajtóban. Némi habozás után így kötött ki regionális hetilapok helyett megyei napilapoknál: a debreceni Hajdú-Bihari Naplónál, a nyíregyházi Kelet-Magyarországnál és a miskolci Észak-Magyarországnál. Aligha véletlen, hogy napjainkban a Funk Verlag is gyarapodott egy más országban megjelenő újsággal (az erdélyi Nagyváradon vásárolt egy magyar nyelvű napilapot).

De újságot vásárolt még egy délfrancia, nizzai médiacég is, a Délmagyarországot és annak megyei változatát, a Délvilágot Szegeden. Egy nemrégiben elhunyt angol lord, a Magyarországon történelmi nevű Rothermere pedig a Kisalföldet magánosította Győrött. Az egymástól távoli szerkesztőségeket azért érdemes együtt említeni, mert 2000 augusztusában a brit befektető megvásárolta a két szegedi újságot is. Igaz, nemcsak a francia tulajdonostól, hanem a német Bertelsmanntól is, amely a kilencvenes évek közepén lépett kapcsolatba a Délmagyarország addigi menedzsmentjével.

A figyelmes olvasót bizonyára meglepi, hogy a Springer-cég legnagyobb vetélytársa, a szintén németországi Bertelsmann kezdetben nem kért részt a megyei lapok magánosításából. A rendszerváltást követően csak a Népszabadságot vásárolta meg, a vidéki Magyarországon némi fáziskéséssel, 1994 elejétől vett újságokat. Talán a „vett” nem is pontos kifejezés. Szerencsésebb volna az üzleti tranzakciót úgy körülírni, hogy elsősorban terjesztési

okokból kapcsolódott be a vidéki sajtóprivatizációba. Bonyolult jogi konstrukcióban kötődött a már említett szegedi újságokhoz, illetve a szolnoki Jászkun Krónikához, közreműködött Békéscsabán a Békés Megyei Nap és Egerben a Heves Megyei Nap megalapításában is. Ez utóbbi a Jászkun Krónikával együtt azért nem tekinthető globális újságnak, mert 1999. február 1-én megszűnt. Pontosabban szólva „beolvadt” a helyi konkurenciába, a Springer-birodalomhoz tartozó Heves Megyei Hírlapba, illetve az Új Néplapba.

2000 utolsó harmadára tehát kikristályosodott a vidéki sajtóprivatizáció folyamata. A német Springer és a német WAZ egységesítette magyarországi laphálózatát, az osztrák befektetőről kiderült, hogy tulajdonképpen német, a negyedik német befektető, a Bertelsmann pedig megvetette a lábát vidéken, majd miután megerősítette „zászlóshajója”, a Népszabadság terjesztési pozícióját, kivonult a vidéki sajtóból. A franciák eltűntek, az angolok viszont egyre hangsúlyosabban vannak jelen. S jelek utalnak arra is, hogy a multinacionális cégek a magyarországi terjeszkedést korántsem tekintik elszigeteltnek. Cél: a még keletibb Európa.

Milyen előnyei és hátrányai vannak a globális sajtóprivatizációnak?

A megyei lapok magánosítása kettős eredménnyel járt. Az eladó, vagyis az MSZP önös érdekeit szolgálta, hogy szétparcellázza a vidéki lapokat; sem a politikai ellenfeleit, sem a külföldi vevőket nem kecsegtette a monopólium lehetőségével. Ez a politikai racionalitást tükröző magatartás, bármennyire furcsának hat is, mára előnyös következménnyel járt a sajtószabadság szempontjából. Azzal, hogy a megyei sajtó több, ráadásul túlnyomórészt külföldi kézbe került, eltávolodott a politika hazai erőközpontjaitól, különösen a végrehajtó hatalomtól. Politikailag tehát kevésbé befolyásolható, mint az országos sajtó. A helyi újság ugyanis – mint arra Tamás Pál szociológus felhívta a figyelmet – nemzetközi médiatöke-jelenség, a fővárosi újság viszont politikai befektetés-jelenség.⁵ Ebből adódik a hátrányos következmény is: a helyi lap munkatársa gazdaságilag ki van szolgáltatva a külföldi tulajdonosnak.

Van még egy figyelemre méltó következménye a vidéki sajtóprivatizációnak, ezt azonban nem tartom sem előnynek, sem hátránynak. Sokkal inkább adottságnak. A globális újságok ugyanis abban különböznek a túlnyomórészt szintén külföldi tulajdonban lévő budapesti napilapoktól, hogy nem tömbösödnek politikailag. Nem lehet őket egyik vagy másik világnézeti irányzathoz sorolni. Ennek külső és belső oka is van. Külső oka az, hogy olyan sajtóbefektetők maradtak a vidéki szintéren, akik hagyományukat az angolszász sajtóvilágból eredeztetik. Magukkal hozták és kötelezővé tették az angol-amerikai polgári demokrácia két sarkalatos sajtótradícióját: az egyenlő távolságtartás elvét és az automatikus válaszadás jogát.

Micsoda erőfeszítésbe kerülhetett egy vidéki hírlapírónak a volt megyei pártlap szerkesztőségéből, hogy szinte sorra pontosan annyi esélyt adjon az egyik párt helyi képviselőjének, mint a másiknak! Szintén anekdotaszámba megy, de megint csak bizonyítható, hogy az egyik kelet-magyarországi szerkesztőségben azért csinált karriert egy szerkesztő, mert matematika szakos tanárként a nyomdában, lapzártá előtt szemmel is fel tudta mérni, hogy a kampányoló pártok közül melyik hány sort kapott. Ha ő volt az ügyeletes szerkesztő, akkor másnap a pártvezetők sosem tiltakoztak... Innen, a rendszerváltás előtti beidegződésektől jutott el a volt megyei pártsajtó arra a szintre, hogy a többségi vélemény megjelentetése után immár automatikusan helyt adjon a kisebbségi vélemény képviselőinek is.

A globális sajtó azért sem tömbösödik politikailag, mert a vidéki főszerkesztő igyekszik többféle publicistát foglalkoztatni. Minimum kettőt, egy szociálliberalist és egykonzervatívot, ha 20–30 ezer példányban jelenik meg az újság. És legalább hármat, de inkább négyet, ha 40–90 ezer példányban lát napvilágot. Ha szükséges, a baloldali, ha szükséges, a liberális jegyzetíró fogalmazza meg véleményét a megyei nyilvánosság számára, ugyanígy alkalomtól függ a Fidesz–MPP-hez vagy éppen a MIÉP-hez húzó publicista megszólalása is. A főszerkesztő pedig a különböző értékítéletek lappá szervezését tekinti politikai feladatának.

Több mint egy évtizeddel a privatizáció után persze az is látszik, hogy például a fiatal főszerkesztő irányította globális műhelyekben kezdenek háttérbe szorulni a leplezetlenül politizáló jegyzetírók. Helyüket huszonéves publicisták veszik át, akik eleve távolságot tartanak a politikától, különösen a pártpolitikai küzdelmekről. Közreműködésük a tudósításban, legfőljebb funkcionális (rövid, tényszerű) interjúk készítésében merül ki. Valószínűleg így honosodik meg majd a hűvösebb, angolszász típusú újságírás a vidéki Magyarországon.

Helyi körülmények között érvényesülnek-e a globális szempontok?

A nyomtatott sajtó kilencvenes évekbeli gyakorlatában a globalizáció négy következménnyel járt a vidéki Magyarországon. Az első: mindegyik külföldi befektetőnél előbb-utóbb napirendre került az alternatív terjesztés. A második: a nyomdakonzentráció óhatatlanul bekövetkezik. A harmadik: a vidéki sajtóba beruházó külföldi vállalkozók igyekeznek minél több hirdetési bevételre szert tenni. A negyedik következmény: a laptulajdonosok fokról fokra próbálják meghonosítani a családi laptípust, amely már jól bevált a német nyelvterületen.

1992-ben terjesztési válság rázta meg a hazai sajtót. A Magyar Posta harminc százalékkal emelte a terjesztési díjakat, s ezt már nem tudták kigazdálkodni az újdonsült tulajdonosok akik egymástól függetlenül ugyan, de egyaránt megkezdték kiépíteni az alternatív terjesztést. Az út nem volt zökkenőmentes, mindazonáltal mára oda jutottak, hogy már az úgynevezett országos lapok is megpróbálnak kapcsolódni egyik vagy másik vidéken meggyökeresedett külföldi sajtókonzorcium terjesztési hálózatához. A folyamat érzékeltetésére elmesélem annak a balatoni falunak a terjesztési történetét, ahol a család szokott nyaralni. A megyei lapnak 143 előfizetője van a községben, ahonnan a férfiak reggelként vagy kimennek a szőlőbe, vagy bemennek a városba dolgozni. Fél hétkor megjelenik egy személyautó az iskolai pedellus háza előtt, és a sofőr letesz az eresz alá egy kötegni újságot. Egészen pontosan 144 példányt, egy jut ugyanis a terjesztőnek. Aki a köteget ráhelyezi egy gumirádleres kézikocsira – amellyel ebéd után moslékot hoz az iskolakonyháról a disznóknak –, s fél óra alatt széthordja az újságokat. A helybéli férfiak pedig vihetik magukkal a szőlőbe vagy a gyárba az újságot. Miért fizetnének elő az országos lapokra, ha azokat csak délben viszi házhoz a postás?

Egy számsor a terjesztési folyamat kiteljesedéséről. A példa dunántúli. A Zalai Hírlapot 164 ezren olvassák a megyében, ahol a Népszabadságot nyolcezren, a Magyar Nemzetet 2490-en, a Magyar Hírlapot 707-en, a Népszavát pedig 507-en veszik kézbe. Az arányok a helyi újsághoz képest: öt, másfél, alig fél, illetve harmad százalék. Egy megyével közelebb a fővároshoz a Naplót 194 ezren forgatják Veszprém vonzáskörzetében, ahol a Népszabadságot tizenegyezren, a Magyar Hírlapot háromezren, a Népszavát 2300-an, a Magyar Nemzetet kétezeren olvassák. Még a Népszabadság részesedése is csupán hat százalék a helyi napilaphoz képest. A Fejér Megyei Hírlapot 173 ezren kísérik figyelemmel Székesfehérvár vonzáskörzetében, ahol a Népszabadságot 19 ezren, a Magyar Hírlapot 4900-an, a Magyar Nemzetet 4200-an, a Népszavát 2275-en vásárolják. Mindez tizenegy, illetve négy, három és másfél százalékot jelent, összesen tehát húsz százalékot a helyi újsághoz képest. Fejérben tehát a megyei napilapot ötször többen olvassák, mint az összes országos politikai napilapot együttvéve.⁶

Ahány megyei lap, annyi nyomda – ez jellemezte a Kádár-korszak sajtógyakorlatát. A megyei pártbizottság orgánuma a megyeszékhelyi nyomdában készült, a megyehatárok gátat szabtak a terjesztésnek is. Amint azonban a privatizáció nyomán a tizenkilenc újság tizenkilencnél jóval kevesebb kézbe került, az öt (illetve most már csak négy) külföldi tulajdonos mindegyikében felöltött, hogy megéri-e új lapjaikat elmaradott nyomdában külön-külön előállítani. Már Nyugat-Európában rájöttek, hogy ha egy régi nyomdát felújítanak és kibővítenek, illetve eleve új nyomdát építenek, akkor a lapelőállítás önköltsége jócskán csökkenthető. Nem egyszerre, de így kerül a felújított kecskeméti nyomdába a helybéli Petőfi Népe mellett a közeli Szolnokról az Új Néplap, a távolabbi Békéscsabáról a Békés Megyei Hírlap és az egészen távoli Tatabányáról a 24 Óra. A Springer-csoport másik bázisa a pécsi nyomda. Itt készül a helybéli Új Dunántúli Naplón kívül a Tolnai Népi Újság Szekszárdról és a Somogyi Hírlap Kaposvárról. A maradék két Springer-közeli újságot, a Nógrád Megyei Hírlapot és a Heves Megyei Hírlapot pedig az egri nyomdában készítik.

A szintén németországi Westdeutsche Allgemeine Zeitungra és az osztrák-német Funk-csoportra még jellemzőbb a nyomdakonzentráció; összes lapjukat egy-egy bázison nyomtatják. A miskolci Észak-Magyarországot, a nyíregyházi Kelet-Magyarországot és a debreceni Hajdú-Bihari Naplót a debreceni nyomdában, az immár öt WAZ-lapot pedig – tehát a Zalai Hírlapot, a Vas Népet, a Fejér Megyei Hírlapot, a Dunaújvárosi Hírlapot és természetesen a helybéli Naplót – a veszprémi nyomdában. S hogy teljes legyen a kép, az angol tulajdonú Kisalföldnek új nyomdája van Győrött, itt készítik a saját tulajdonában lévő Budapest Sunt és bér munkájában a legnagyobb példányszámú magyar napilapot, a Metrót is.

A nyomdakonzentrációból két jelenség következik. Az egyik kedvezőtlen a külföldi tulajdonosok és kedvező a magyar tulajdonú lapok szempontjából. Ha mondjuk a komáromi nyomdából átirányítják a kecskemétibe a tatabányai 24 Órát, akkor a hoppon maradt helybéli nyomdatulajdonos – kihasználható a kapacitást – megalapítja a maga napilapját. Példánknál maradván a Komárom-Esztergom Megyei Hírlapot. Ezért aztán egy globális jelenség, a nyomdakonzentráció az adott megyében akaratlanul is létrehozza a maga lokális konkurenciáját. Ugyanez a mozzanat hamarosan megismétlődhet más magyarországi városokban is.

A másik következmény paradox módon éppen a konkurenciát szünteti meg. A Westdeutsche Allgemeine Zeitung Veszprém megyei gyakorlatát jellemzi, hogy magyarországi kiadóvállalata, a Pannon Lapok Társasága megvásárolta a Balaton környéki városok eredetileg önkormányzati tulajdonú hetilapjait. S ami ezzel egyet jelent: egy kézbe összpontosította a tájegységen megjelenő újságok hirdetési bevételeit, ráadásul kivétel nélkül mindegyik lapot átvitte a veszprémi nyomdába. Mi több, betört a szomszédos Győr-Sopron megyébe, konkurenciát támasztva a legnagyobb példányszámú vidéki napilapnak, a Kisalföldnek is. A globális sajtó magyarországi ellentmondása tehát az, hogy elkeseredett harc dűl a monopóliumért, illetve a monopólium megszüntetéséért.⁷ Van olyan külföldi cég, amely a maga „felségterületén” nem tűri, a másik cég holdudvarában viszont előszeretettel teremti meg a konkurenciát.

A nyomdakonzentrációból adódik még egy, látszólag mellékes következmény. Ahhoz, hogy a különböző szerkesztőségek gyorsan juttathassák el a másnapi újság anyagát a nyomdába, ki kell építeni az információtovábbítás digitalizált rendszerét. Ennek eredménye az intranet, vagyis a hálózaton belüli információk összegyűjtése. Innen már csak egy lépés – noha időben jókora lépés – az internet. Nem véletlen, hogy a Springer-hálózat internetfilozófiáját és online-gyakorlatát a pécsi nyomdával egybeépített szerkesztőségben dolgozták ki. Az sem véletlen, hogy a Funk-lapok merőben eltérő, de hasonlóképpen hatékony internetfilozófiáját és -gyakorlatát pedig Debrecenben. Erről azonban ezúttal nem írok többet, mert a fejlemények értékelése szétfeszítené az elemzés kereteit (a témáról lásd Zöldi 2001).

Ami pedig a globalizáció harmadik következményét illeti, az egyik megyei lap szerkesztőségében, a főszerkesztő íróasztala fölött a következő felirat díszel: „A cikk helykitöltő elem két hirdetés között”. Ezzel a szemlélettel is magyarázható, hogy a külföldi tulajdonban lévő megyei napilap a hirdetési bevétel szempontjából a kicsinyesség és a nagyvonalúság ötvözeté. Ha van elég hirdetés benne – mint például a gazdag multinacionális vállalkozásoktól hemzsegtő Nyugat-Magyarország lapjában, a Kisalföldben –, akkor vastag az újság. Jut elég hely az újságírói műfajoknak is. Ha nincs benne elég hirdetés, mert kicsi a megye, netán elmaradott a térség és szegények a vállalkozások, akkor legföljebb nyolc oldalon jelenik meg, ebből is két-három oldal a központi anyag. Beszűkülnek tehát az újságírók lehetőségei.

Sajnos és szerencsére a gyakorlatban másként fest a helyzet. Mint tudjuk, angol tulajdonban van a legnagyobb példányszámú és legvastagabb vidéki napilap, a győri Kisalföld. Noha bevételeiből telne rá, a másfél éve távozott, de csaknem egy évtizedig teljhatalmú kiadóigazgató, Stephen Catt jóvoltából mégis kiveszett belőle a publicisztika, a jegyzet, alig olvashattunk benne névvel aláírt cikket. (Utódja alatt megváltozott a helyzet.) A szomszédos megye, Komárom-Esztergom jóval kisebb Győr-Sopronnál, a 24 Óra megyebéli konkurenciával is küszködik, hirdetési bevétele töredéke a Kisalföldének, mégsem szenvednek csorbát az újságírók és a műfajok. Sok múlik tehát a külföldi tulajdonos által kiválasztott vezető személyiségén.

A magyar sajtó egyik legérdekesebb fejleménye, hogy évente a napilapok mintegy 25 milliárd forintnyi hirdetési bevételéből egyre több illeti meg a globális újságokat. Az első tíz között például öt megyei lap is található. Első helyen természetesen a Népszabadság van, ám egymillárd fölötti summával az élmezőnyben foglal helyet a Kisalföld. Háromnegyed milliárd körül jár a Zalai Hírlap, az Új Dunántúli Napló, a Petőfi Népe és a Délmagyarország-Délvilág is.⁸ A kérdés egyelőre nem az, amit a globalizációt ellenző politikusok és publicisták szoktak megfogalmazni, hogy a laptulajdonosok mennyit utalnak át külföldi folyószámlájukra a nyereségből. Van ugyan nyereség, az alternatív terjesztés, a nyomdakorszerűsítés és -építés azonban pénzbe került, csakúgy, mint a szerkesztőségi technika fejlesztése, nem szólva az online internet-rendszerről. A kérdés inkább az, hogy a globálisan kezelt gazdasági szempontok nem telepednek-e rá a helyi újságírókra és az olvasókra. Amennyire egységes, mert Nyugat-Európában már kikristályosodott a különböző helyekről érkezett sajtóbefektetők gazdasági gyakorlata, a családi lap koncepcióját annyira különbözőképpen ültetik át a vidéki Magyarországra. Maga a családi lap azt jelenti, hogy a kelleténél jobban ne borzoljuk az olvasók idegeit, ne sulykoljuk az összefüggéseket, inkább az információkkal, semmint az elemzésekkel traktáljuk a helyi érdeklődőket. Legyen sok sport az újságban, a helyi híryanag oldalakat kapjon, a nőket színészinterjú, hátgerinctorna-leírás és fogyókúra-recept vonzza. A globális lapot egyaránt forgathassa tehát a gyerek, szülő és nagyszülő is.

Az efféle felfogás nem ütközik a magyar sajtóhagyományokkal. Sok megyei lapra még a nagypapa fizetett elő a negyvenes években, azóta járhatja a család. A családi laptípust a legkiegyensúlyozottabban, vagy ha úgy tetszik: a legmagyarosabban a Westdeutsche Allgemeine Zeitung valósítja meg. A dunántúli újságcsinálás keretei kötelezik ugyan az adott szerkesztőséget, azt azonban a főszerkesztőre bízzák Essenből-Budapestről, hogy a kereteket miként tölti ki szakmai tartalommal. Ha a főszerkesztő nyereséges lapot csinál, akkor a maga belátása szerint alkalmazhatja az újságírókat és a műfajokat. A legkevésbé kiegyensúlyozott, másként fogalmazva, a legkevésbé veszi figyelembe a magyar sajtóhagyományokat az osztrák Funk Verlag. Ügyes ötletek párosulnak a publicisztikai műfajok száműzésével. Van olyan lapja, amelyben nem jelenhet meg egy flekkesnél hosszabb írás. És van olyan lapja is, amelynek az élére másfél évig nem nevezett ki főszerkesztőt a bregenzi tulajdonos. Ez unikum a hazai sajtóban, mint ahogy az is, hogy ugyanebben az újságban csak elvétve van a harmadik oldalon vezércikk.⁹ Megjegyzendő, hogy maguk a Funk-lapok nem olyan rosszak, mint ahogy az iménti gondolatmenetből kiejlik, a WAZ-lapok pedig nem olyan jók. Inkább csak a tendenciát jelzem. Azt, hogy a külföldi tulajdonosok hajlandók-e figyelembe venni annak az országnak a sajátosságait, amelynek magyar nyelvű olvasóiból profitot szeretnének kisajtolni. A Springer- és az angol tulajdonban lévő Kisalföld gyakorlata a magyarországi sajtóhagyományok szempontjából kedvező és kedvezőtlen szélsőségek között mozog.

Teret hódít-e a regionális szemlélet?

Vajon feloldható-e a globális és a lokális ellentéte?

Érdemes emlékeztetni arra, hogy a globális egésznek jelent, a lokális viszont részt. Ez nemcsak szemantikai ellentmondás, a hazai sajtógyakorlatból is következik. A globális újságokban észrevehetően elválik egymástól a központi, budapesti szerkesztőségből küldött globális (világeseményt vagy országos információt tartalmazó) írás és a helyi szerkesztőségből származó lokális cikk. Némelyik laptestben még a tördelés is fölerősíti ezt; külön oldalon jelenik meg a központi és külön oldalon a couleur locale, a helyi összeállítás. Hiányzik közülük a kötőanyag, amitől hazai körülmények közepette is szervesülhetne a globális és a lokális. A kulcsszó a regionalizmus.

A régió latin kifejezés, a jelentése: táj, vidék, övezet.¹⁰ A regionális pedig „[v]alamilyen tájegység, földrajzi térség bizonyos összefüggéseire vonatkozó folyamat”.¹¹ Termékeny képzettársításra ad lehetőséget a regionalizmus első és harmadik szótári jelentése is: „1. Egy szűkebb területre, vidékre, tájra korlátozódó, csupán ennek érdekeit képviselő felfogás... 3. Táj sajátosságok jelentkezése irodalmi művekben.”¹² A regionális szemléletnek nálunk van múltja és jövője – például az erdélyi látásmód –, de ami a jelenét illeti, a részekből még nem rajzolódik ki hiteles egész. Mindazonáltal a mozaikokból sajátos alakzat kezd körvonalazódni.

A rendszerváltást követő gazdasági átalakulás magával hozta a megye szerepváltozását. A közigazgatási keretek még változatlanok, de az évszázadokon át szilárdnak hitt (vár)megyerendszer pozíciói már gyengülnek. A régiók létrehozása nemcsak azért van napirenden, mert tetemes Phare-segélyeket megység eleve nem kaphatnak az Európai Uniótól. A külső kényszer, de a belső gazdasági fejlődés is szükségessé teszi a regionális gondolkodást. Ez a hazai sajtó gyakorlatában azt jelenti, hogy a nem hivatalos, de többé-kevésbé körülhatárolható régióban már most vezető szerepre tett szert a legéletképesebb napilap.

Az ezredforduló után egyre nyilvánvalóbb, hogy például a százezer példányhoz közeledő Kisalföldnek központi szerepe lesz Nyugat-Dunántúlon. Bár alighanem végig kell harcolni azt a folyamatot, amelyben az angol tulajdonú Kisalföld próbálja majd elismertetni kétségtelen elsőbbségét a szomszédos megyékben berendezkedett németországi cégek, a Springer és Westdeutsche Allgemeine Zeitung lapjaival szemben. Egyértelműbb a helyzet a Dél-Dunántúlon, ahol a pécsi napilap kerülhet előnyös helyzetbe. A sajtóprivatizáció fejleményei folytán ugyanis Tolnában, Baranyában és Somogyban a Springer vetette meg a lábát. A tulajdonlasi szempontból egynemű közegben könnyebben alakulhat ki a globális újsághálózat. Ezt felső szinten valószínűleg egyetlen regionális napilap jellemzi majd, középső szintén két-három városi napilap, harmadik szinten pedig tizenöt-húsz városi hetilap.

A megyehatárok megszűnésével az egész régióban terjeszthető lesz majd az Új Dunántúli Napló. Egyszersmind szükségtelemmé válik, hogy a Somogyi Hírlap a volt Somogy megyét, illetve a Tolnai Népújság az egykori Tolna megyét lássa el cikkeivel. A Somogyi Hírlap változatlanul napilapként kecsegteti majd olvasnivalóval a kaposváriakat és a környékbelieket. A Tolnai Népújság pedig a szekszárdi agglomerációt szolgálja majd, változatlanul napilapként. Egy szinttel lejjebb lesz majd a régióbeli hetilapok többé-kevésbé egységes rendszere, Curgótól és Barcstól Marcalin, Siófokon, Dombóváron, Bonyhádon, Pakson, Tolnán, Bátaszéken, Komlón, Szigetváron és Siklóson át egészen Mohácsig. A regionális laphálózat agy- és technikai központja

természetszerűleg a pécsi nyomdával egybeépített új szerkesztőségi székházban lehet.

A regionális sajtó lehetőségeiről fenntartásokat is lehet olvasni. A „Média és a rendszerváltás” című tanácskozáson mondta Balai F. István kecskeméti újságíró egy reményteljesen indult, majd kudarcba fulladt nyugat-magyarországi hetilapról: „A Tér-Kép azért is szűnt meg, mert regionális lap akart lenni. Márpedig Magyarországon nincs regionális tudat, így olvasó sem.”¹³ Horvát János tévériporter pedig interjúban fejtegeti, hogy „Egy megyei lap alapvetően nem regionális lap, ám nincs kizárva, hogy azzá váljon. Nálunk az embereket még nem a regionális dolgok, hanem a helyi témák érdeklik, meg az, hogy mi történik a fővárosban.”¹⁴ Nem vonom kétségbe e megállapításokat, csak éppen finomítani szeretném őket.

A Tér-Kép fiatal és független magyar újságírók szombathelyi kísérlete volt a kilencvenes évek elején. Nem az elképzelés hibádzott, hanem a tőke. A tőkebefektetés ugyanis a napilapokra korlátozódott. Le kellett játszódnia egy szerves fejlődésnek, amelyben előbb-utóbb bekövetkezik a regionalitás térhódítása. Ráadásul nem biztos, hogy a vidéki olvasók szemléletéből eleve hiányzik a regionális látásmód. Azért szorul háttérbe, mert a saját újságjuk ritkán tudatosítja bennük a helyi és az országos közti regionális átmenetet. Pedig ebben az összefüggésben a regionalizmus a nyitást, Nyugat-Európát, az Európai Uniót jelenti, a provincializmus pedig a bezárkózást.

A kivételek közé tartozik az, amire már utaltam: a Pannon Lapok megvásárolta a Veszprém megyei városok önkormányzati újságjait. Ez még akkor is érdekes fejlemény, ha a megyei napilap, a Napló és a városi hetilapok között egyelőre csak gazdasági-hirdetési kapcsolat jött létre. Az újságíró-szakmai kapcsolat kialakítása várat még magára, de nem sokáig, mert ugyanez a tulajdonos, a Westdeutsche Allgemeine Zeitung kísérletezik az úgynevezett mutációs rendszer meghonosításával is. A Dunaújvárosi Hírlap lapteste legalább harmadrészen azonos a Fejér Megyei Hírlapéval, mi több: Székesfehérvárott arra készülnek, hogy Bicskén és Móra megteremtsék a mutációs szerkesztőség lehetőségét. Az elképzelés és a kezdeményezés szintjén tehát már létezik regionális felfogás a globális sajtóban, a regionális szemlélet azonban akkor ver majd gyökeret a magyarországi közgondolkodásban, ha a táj(egység)i sajátosságok is megjelennek a régió újságjaiban. Ha a couleur locale, a helyi szín mellett a genius loci, a hely szellemisége is megnyilvánulhat a lapokban. Ez pedig újságírói vélemények nélkül, bizonyos műfajok korlátozása révén nem lehetséges.

Egy olyan példa, amelyet még a Magyarországon beruházó sajtóvállalkozók is megértenek. A német és osztrák gazdasági fejlődés egyik motorja a Duna. A folyó felső szakaszán húsz kilométerenként ível át híd, megkönnyítendő a kapcsolatteremtést cégek és tájegységek között. A magyar határtól két Duna-híd átlagosan 85 kilométerre van egymástól. Ha a nemrégiben átadott esztergomi-párkányi után terítékre kerül a Csepel-sziget alatt vagy a Dunaújvárosnál építendő híd, akkor ez jelenleg csak a „területileg illetékes” Dunaújvárosi Hírlap és a Fejér Megyei Hírlap számára publicisztikai téma. Holott létfontosságú volna Tolna, Baranya, talán még Somogy számára is. Csakhogy a szekszárdi, a pécsi és a kaposvári napilap „területileg nem illetékes”, legföljebb hírt ad tehát a tervezési előkészületekről. De ha a szerves fejlődés nyomán létrejönne egy Dél-Dunántúlt behálózó újság, akkor a szekszárdi, pécsi és kaposvári újságírók is értelmezhetnék, hogy a régió számára mit jelentene a híd.

Magyar nyelvű laphálózatok a határ két oldalán?

Vajon az alternatív lapterjesztés, a nyomdakoncentráció, a hirdetési kereslet egységesítése, a mutációs rendszer kialakítása után mi rejlik még a külföldi sajtóvállalkozók páncélszekrényeiben? Aligha véletlenül harcolnak a magyarországi piacért, vállalva olykor a gazdasági veszteséget is.¹⁵ A külföldi befektetők hosszú távú elképzeléseket melengtetnek Közép-Európa keletibb részén és Kelet-Európában. Nem abban érdekeltek, hogy Magyarországon nyereségesek legyenek - bár aligha tiltakoznak a bevételek ellen. Abban inkább, hogy Magyarország északi, keleti és déli határai mentén hídfőállásokat hozzanak létre. Az igazi piac Szlovákia, Ukrajna, Románia, Jugoszlávia és Horvátország. A tárgyalótermekben egyelőre csak a határon túli magyarlakta területek kerülnek szóba, de nincs messze az idő, amikor már szlovák, ukrán, román, szerb és horvát nyelvű újságok megszerzésén is gondolkodnak majd.

A magamfajta, extrapolációtól sem idegenkedő sajtókutató nem rökönödne meg, ha a huszonegyedik század tízes éveiben a délmagyarországi térséget feltehetően uraló Délmagyarország című szegedi napilap holdudvarában nemcsak a kecskeméti, a kiskunfélegyházi, a kiskunhalasi, a kiskőrösi, a kalocsai, a bajai, a bácsalmási, a kisteleki, a hódmezővásárhelyi, a szentesi, a csongrádi, az orosházi és a makói mutáció tűnne föl. Hanem a zombori, a szabadkai, az óbecsei, az adai, a bácskatopolyai, az újvidéki, a nagyikindai és a nagybecskerekai magyar nyelvű hetilap is. Sőt, a Délmagyarország mutációs és hirdetési rendszerébe esetleg bekapcsolódnának a Temesvár és Arad környéki magyarlakta városok is.

Mindez föltételezés, ha nem is légből kapott.¹⁶ A globális sajtóvállalkozások belső logikája, a lokális piac adottságai és az Európai Unió igényei azonban olyan globális rendszert sejtetnek, amelyet az előbbieken megpróbáltam felvázolni.

Irodalom

Róka Jolán, szerk. (2000) Média az ezredfordulón. Szegedi Tudományegyetem.

Zöldi László (2000): „Nem sajtóprivatizációra kaptam megbízatást, hanem pártgazdálkodásra” (Az MSZP első kincstárnoka a megyei lapok eladásáról), Beszélgetés Fabriczki Andrással a spontán magánosításról, Magyar Média 2. sz.

Zöldi László (2001): Söpörjünk a saját portálunk előtt is! (Az internet és a vidéki sajtó), Magyar Média 2. sz.

Lábjegyzetek

1

Idegen szavak szótára. Bukarest: Kriterion, 1979.

2

Új alapismereti lexikon. Kisújszállás, 1997.

3

Glokálisnak tekinthető még a Maraton Lapcsoport révén néhány Veszprém megyei hetilap, illetve egy-két Győr megyei hirdetési újság is, ezekről azonban később ejtünk majd szót, a nyomdakonzentráció ürügyén.

4

A Délmagyarország 1999. március 24-i számában megjelent adatsor az 1999-es példányszámokat tükrözi, de azóta lényegesen nem változtak az arányok.

5

Elhangzott a „Sajtószabadság és a helyi társadalom” című budapesti tanácskozáson, 1998. november 4-én. A szakmai összejövetelt a Szabadsajtó Alapítvány, a MÜOSZ és az MTA Konfliktuskutatási Intézete szervezte.

6

Az összehasonlító adatok az I. Hirdetői Szeminárium három kötetéből valók, a kiadványokat a Pannon Lapok Társasága jelentette meg 2001-ben.

7

Homa János fideszes országgyűlési képviselő fejt ki a Heves Megyei Hírlap hasábjain, a „Politika – ellenséges viszonyok között” című interjúban (1999. július 17.): „Mint a már megszűnt másik megyei lap egykori kiadója, nagyon jól tudom, hogy milyen nehéz egy kis megyében két napilapot kiadni. Viszont azt is be kell látni: ott, ahol két megyei lap van, sokkal nagyobb az esélye annak, hogy a demokrácia szabályai szerint működnek a dolgok, mint ahol csak egy újság van.” Itt arról az ellentmondásról van szó, hogy kis megyében a két napilap elszívja egymástól a levegőt, mindkettő garantáltan veszteséges lesz. A külföldi befektetők természetesen fontosabbnak tartják a nyereséget – tehát elobb-utóbb megegyeznek, mint ahogy ez Egerben is történt –, mint a két újság harcából származó politikai hasznot.

8

Tanulságos volna külön-külön dokumentálni a különböző külföldi cégek összesített hirdetési bevételét, erről az üzleti titokról azonban egyelőre nincs ismert adat a szakirodalomban.

9

Görömbölyi Lászlót, az Észak-Magyarország főszerkesztőjét 1998. október 1-én váltották le. Utána másfél évig a miskolci napilap az egyetlen volt az országban, amelynek az impresszumából nem derült ki, hogy ki felel az újságért. Ez sajtótörténeti nevezetesség.

10

Idegen szavak szótára. Bukarest: Kriterion, 1979.

11

Új alapismereti lexikon. Kisújszállás, 1997.

12

Idegen szavak szótára. Bukarest: Kriterion, 1979.

13

Az idézet a Zalai Hírlap 1999. április 20-i számában jelent meg. Egyébként április 11-én hangzott el Budapesten, A Magyar Polgári Együttműködés és a Batthyány Lajos Alapítvány szervezte összejövetelen, „A vidéki sajtó és a rendszerváltás” elnevezésű kerekasztalnál.

14

Kovács János: „A médiatörvény elkésett és alkalmatlan – állítja a hosszú idő után ismét Kubába készülő Horvát János a hazai médiaszabályozás legfontosabb eszközéről”. Heves Megyei Hírlap, 1999. április 10.

15

E dolgozat kereteit szétfeszítené a Springer és Bertelsmann közötti, több évtizedes harc áttekintése. Annyit azonban érdemes legalább lábjegyzetben rögzíteni, hogy miután megharcoltak a németországi piacokért, mindketten hídfőállásokat építettek ki Magyarországon. Vannak, illetve voltak olyan városok – például Eger, Szolnok vagy Békéscsaba –, ahol mindkét németországi cég működtetett (működtet) szerkesztőséget.

16

Hogy ez mennyire reális, arra bizonyosság a Délmagyarország Könyv-, Lapkiadó és Nyomdaipari Kft. egyik külföldi ügyvezetőjének a Bánságot és a Bácskát érintő üzleti érdeklődése. A következő, 2000 augusztusáig tevékenykedő ügyvezető, Dlusztus Imre délkelet-európai kapcsolatai is közismertek voltak. S nem lepődnék meg, ha kiderülne, hogy az új, angol ügyvezetéstől sem áll távol a határokon túli terjeszkedés gondolata.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló

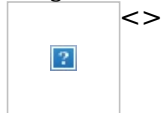


<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

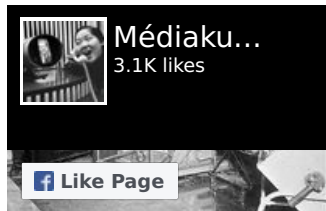
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Térkép

[Marius Dragomir](#):

Jogi szájkosár a román sajtón

Oknyomozó riporternek lenni kockázatos vállalkozás a román sajtóban, hiszen az elmúlt tíz évben több mint 300 újságíróat citáltak bíróság elé rágalmazásért, legtöbbjüköt korrupciós ügyek feltárása miatt. Romániában a rágalmazási és becsületsértési törvények nagyon szigorúak, pénzbírságot vagy akár börtönbüntetést kaphat az az újságíró, akit ilyen ügyben ítélnék el. Az újságírók ellen folyó perek részben az újságíróképzés hiányosságaira vezethetőek vissza.

A román üzletemberek és köztisztviselők nemzeti sportja: perbe fogni az újságírókat

Notórius mohósággal fogják perbe az újságírókat Romániában, elsősorban a politikai és az üzleti körök tagjai, akik a büntető törvénykönyvet (amelynek 204–205-ös cikkelye foglalkozik a rágalmazás és becsületsértés büntetésével) legális eszközként használják arra, hogy elnémítsák a sajtót, és meggátolják az újságírókat munkájuk végzésében. „Újságírókat perelni egyre népszerűbb sport a román üzletemberek és köztisztviselők között” – mondta Alexandru-Bradut Ulmanu, az Annenberg Kommunikációs Iskola Fulbright-ösztöndíjasa.

Az Evenimentul Zilei című napilap szerkesztője, Cornel Nistorescu elmondta, hogy körülbelül száz tárgyaláson vett részt, míg a megszállott lugoji regionális újságírókat, Toma Trifon Nicolaet negyvenszer perelték be, és nagyjából 120 bírósági tárgyaláson kellett megjelennie.

Ulmanu írt az utóbbi idők legszigorúbb, újságírókat elítélő bírósági döntéséről. A két elítélt riporter az Academia Catavencu, egy satirikus társadalmi-politikai hetilap munkatársa. Felix Rachet és Sorin Ozont, a két oknyomozó újságírókat bűnösnek találták Petre Badea becsületének megsértésében, aki az Aedificia Carpati építővállalat vezetője. Az újságírókat arra kötelezték, hogy fizessenek 100 millió lej (akkori árfolyamon 4 000 dollár) kártérítést Badeának, aki eleinte egymilliárd lejt (40 ezer dollárt) követelt. Az újságírók azt írták, hogy Badea „tisztességtelenül szerezte meg a korábban állami tulajdonban lévő Carpati épülettervező intézet archívumát, illetve az STS, a Speciális Telekommunikációs Szolgáltató székházára és az elnöki rezidencia építésére szóló szerződést”.

A két idézés nem volt jogszerű, mivel azokat a munkahelyre, és nem az állandó lakcímre küldték. „Mi több, Doru Costea, a lap ügyvédje levélben kérte a tárgyalás elhalasztását, mert időre volt szüksége, hogy felkészüljön a védelemre, de a levél elkallódott a bíróságon” – mondta Ulmanu. Az újságírókat távollétükben bűnösnek találták. Ráadásul a bíró nem kérte Petre Badeától, hogy mutasson fel bizonyítékokat állítólagos pénzügyi veszteségeiről, mert úgy döntött, hogy „az erkölcsi sérelem ténye már magával a cikk elolvasásával bebizonyosodott”.

A politikusok és üzletemberek által zaklatott újságírók helyzete közvetlen összefüggésben áll az igazságszolgáltatás sok szempontból roppant elavult rendszerével, amely még nem szabadult meg a kommunista rezsimtől örökölt bürokráciától, és a politikai és gazdasági erők kedvenc eszköze lett az újságírók elhallgattatásában. A tipikus román sajtópernek nemcsak a hosszan elhúzódó jogi eljárás, hanem a nehézkes iratkezelés és a bürokratikus kihallgatás is része.

A sajtópernek során nemcsak az igazságszolgáltatás hiányosságai zavarják a jogi eljárás igazságosságát és zökkenőmentességét, hanem azok a „láthatatlan kezek” is, amelyek arra szakosodnak, hogy iratokat rejtessenek és veszítsenek el. Az idézések vagy levelek kiküldése során gyakran megesik, hogy néhány okmány elkallódik vagy későn jut el a címzetthez. A „szándékos iratkésleltetésnek” is nevezett módszer elsősorban azt a célt szolgálja, hogy megakadályozza a bűnösnek mondott újságírók fellebbezését. A fellebbezés törvényileg meghatározott határideje 30 nap bármelyik olyan félnek, aki nem elégedett az ítélettel. A fellebbezés előtt azonban meg kell várni a végső ítéletről szóló értesítést. A szabály hasznavehetetlen, mivel az emberek a fellebbezési határidő lejártá után kapják meg az értesítéseket. Ha pedig az ítéletről szóló hivatalos értesítést egy hónappal a levél keltezése után kézbesítik, elvesz a fellebbezés joga, ezért el kell fogadni az ítéletet.

Küzdelem a bírókkal

A bírósági tárgyalás jellemző – és legfontosabb – része a meghallgatások sorozata. A fenti példa, az Academia Catavencunak dolgozó újságírók esete jellemző arra, ahogy a bírók a meghallgatás során viselkednek. Általában makacsul elutasítják, hogy az újságírók ügyvédje ismertesse a védelem álláspontját, nyilvánosan vádolják őket, és

meggátolják őket abban, hogy bizonyíthatassák állításukat.

Az Adevarul országos napilapnak dolgozó Loreta Budin hasonló tapasztalatokat szerzett, amikor 1997-ben Nica Leon beperelte. Leon azon szervezetek egyikének vezetője, amelyek az úgynevezett „antikommunista forradalmárok” ügyeivel foglalkoznak. Budin dokumentumokkal alátámasztott riportja szerint Leon csak azért alapította az említett szövetséget, hogy megtarthassa a bukaresti Kogalniceanu utca 25. szám alatti épületet, amely valójában pártjának, a Szabad Demokratikus Pártnak a székháza. Az épületet jogellenesen szerezte meg, mivel Nica Leon nem jegyeztette be pártját a bíróságon 1996-ban, pedig ezt a politikai pártokra vonatkozó törvény (27/1996) előírja. Kötelessége lett volna visszaszolgáltatni az épületet az államnak, de ezt nem tette meg.

Bukarest egyes körzetének bíróságán tartották az első meghallgatást. „Mivel tudtam, hogy dokumentumokkal támasztom alá írásomat, nem fogadtam ügyvédet a perre” – mondta Budin. Leon nem jelent meg az első meghallgatáson. A második meghallgatás során az újságírónt rendszeresen félbeszakították, ha kérdést próbált intézni Leonhoz. „Ioana Mincu, a bírónő vagy azt mondta, hogy a kérdést rosszul fogalmaztam meg, vagy azt, hogy nem tartozik a tárgyhoz” – mesélte Budin. „Egyszer csak elkezdett kioktatni, hogy nem vagyok tisztában a jogi szaknyelvvvel, és javasolta, hogy fogadjak ügyvédet.” Az újságírónt egyébként a jogi ügyek szakértője, az Adevarul jogi rovatának munkatársa.

„Nyilvánvaló volt a rosszindulat” – mondta Budin. „De azt hittem, ez csak az én véleményem. Akkor még hittem a bírói pártatlanságban.” Miután sokszor megpróbált kérdést feltenni, de nem hagyták, az újságírónt tiltakozott. Emiatt viszont rendreutasították, és bírsággal fenyegették, ha továbbra is tiltakozik.

„Amikor Leonon volt a sor, a bírónő megengedte neki, hogy becsmérelje az újságot és az »ostoba« újságírókat, akik megszállták a román sajtót” – mesélte Budin. „A bírónő elfogultsága nyilvánvaló volt. Nem akartam elhinni. Nem tiltakozhattam, mert folyton bírsággal fenyegettek.” Aztán a bíróra jutott a kérdés sora. „A célpontja lettem” – mondta Budin. „Körülöttem mindenki hallgatott. Még sohasem éreztem magam ennyire megalázva. Kihallgatott, bántó kérdéseket tett föl. Azt is megkérdezte, hogy van-e felsőfokú végzettségem. Mondtam neki, hogy két karon diplomáztam” – mondta Budin.

Az egész jogi show két órán át tartott. Utóbb Budin rájött, hogy a bírónő volt a „rosszfiú” az Adevarulban megjelent egyik cikkben, amelyben azzal vádolták, hogy segített Zaher Iskandarának kiszabadulni a börtönből. Iskandarani üzletember, akit törvénytelen ügyletek vádjával ítélte el a román bíróság. „Tulajdonképpen én voltam az Adevarul első olyan újságírója, akin bosszút állhatott” – mondta Budin.

A meghallgatás után az újságírónt kérelmezte, hogy jelöljenek ki új bírót, de addigra már Mincu kiszállt. A tárgyalás 2000 tavaszán ért véget, hosszan elnyújtott, traumatikus belső harcok és havonkénti meghallgatások után. Az újságírónt megnyerte a pert, miközben Leon többször indítványozta Budin bebörtönzését. Leon fellebbezett ugyan, de megint veszített.

Ítéletek

Az ítéletek szintén jellemzők a román bíróságokra. Az egyik leghírhedtebb eset a Buna Ziua Brasov helyi napilap főszerkesztője, Marius Stoinovici elleni ítélet. Miután 1997-ben az újonnan megválasztott elnök, Emil Constantinescu megkérte az újságírókat, hogy tárják fel az összes korrupciós esetet, Stoinovici lapja indított egy kampányt, amelynek a „Korrupciós akták” nevet adták. Hónapokon keresztül az újság minden számában megjelent egy folyamatban lévő korrupciós eset. A Postavarul cég néhány alkalmazottja nyílt levelet küldött az újságnak és a korrupciós ügyekért felelős megyei bizottságnak. A levélben leírták a cégükönél történő visszaéléseket és szabálytalanságokat. Miután a lap publikálta a levelet, a cég igazgatója, Vian Bobocea beperelte Stoinovicit rágalmazásért. A per két évig tartott, az újság és a főszerkesztő elvesztették első- és másodfokon is. Pusztán azért, mert a lap közölt egy nyílt levelet, Stoinovicinek kétfélmillió lej (akkori árfolyamon 200 dollár) kártérítést kellett fizetnie a Postavarul igazgatójának, valamint 500 ezer lej (50 dollár) büntetést.

A bírság az egyik lehetséges ítélet az ilyen perekben, és bár az összeg sokszor nem nagy, az újságírókat rendőrségi nyilvántartásba veszik. Így történt ebben az esetben is, ám Stoinovici mégis szerencsésnek tarthatta magát, mivel az újságírókat perbe fogó üzletemberek és politikusok legtöbbször a két és fél millió lej sokszorosát kéri kártérítésként.

Ez történt a 26 éves Simona Stedanescuval, aki jelenleg a constantai Cuget Liber című helyi napilapnál dolgozik. Stedanescu elveszített egy sajtópert, és még mindig óriási összegű kártérítéssel tartozik egy 1995-ben publikált oknyomozó cikk miatt. Egy kollégájával, Bogdan Robert Costescuval együtt leleplező cikket írt a Constanta megyei egészségügyi tanács igazgatójának, Victoria Stroianak a tevékenységéről. Stroiát 1995-ben nevezték ki az intézmény élére. „Rájöttem, hogy nagyon ellentmondásos személyiség volt 1989 előtt és után” – mondta Stefanescu. „Magatartása és a korábbi munkahelyein alkalmazott vezetési stílusa vitatható volt. Szemtanúk szerint 1989 decemberében Stroiát az alkalmazottak kövekkal kergették el.”

Habár Stroiát többször kijelentette, hogy többé nem hatnak rá a lapokban megjelent cikkek, 1995 októberében rágalmazásért beperelte az újságírókat, 80 millió lej (akkori értékén 40 ezer dollár) kárpótlást kért, és megfogadta, hogy a pénzt egy új kórház építésére ajánlja fel. A per 2000 februárjában ért véget a 345-ös számú ítélettel, amely kimondja, hogy „a per a büntetőjogi felelősség különleges meghatározásának következtében zárul le”. Azt hihetnénk, hogy ez jó hír az újságíróknak. De nem így történt. Az alpereseket a Stroianak juttatandó 45 millió lej (több mint 20 ezer dollár) kártérítés megfizetésére ítélték. Stefanescu ismét fellebbezett, de közben a céget, ahol jelenleg dolgozik, arról értesítették, hogy a munkabér egy részét levonják, amíg ki nem fizeti a kártérítést. „Nincs semmi vagyonom, a szüleimmel élek az ő lakásukban, és a fizetésemem kívül nincs semmi jövedelemem” – mondta Stefanescu. „Szerintem az ítélet abszurd.”

„Nem hiszem, hogy hiba volt az olvasókat tájékoztatni egy olyan köztisztviselő viselt dolgairól, aki az egész közösséget érintő döntések meghozataláért felel” – tette hozzá Stefanescu. „Csak a munkámat akarom végezni anélkül, hogy ilyen nyomás alatt éljek, és folyton arra kelljen gondolnom, hogyan fizetem ki a kártérítést a

fizetéséből.”

A bírók részrehajlása minden egyes sajtóperből kutyakomédiát csinál. A román bírák elfogultságának egyik oka az igazságügyben dolgozók alacsony fizetése. A legtöbb állami alkalmazotthoz hasonlóan az igazságszolgáltatás emberei is inkább az újságírók, mintsem a bíróság előtt megjelenő, pénzügyi hatalommal rendelkező üzletemberek vagy politikusok ellenében fognak ítélezni. Ez azt eredményezi, hogy a bírósági tudósítók félnek.

Mariana Gavrilanuk, a Ziua de Ardeal című napilap riporterének volt mersze írni két nagyváradi bíróról, Mariana Roscaról és Elena Pop Blagaról, akiket azzal vádoltak, hogy pénzt kértek a jogi eljárás felgyorsításáért. Az újságírónőt beperelték, és egy szibeni bíróság pénzbírságra ítélte.

Az újságírók zaklatásának másik lehetséges módszere a megfélemlítés és a fenyegetés, de ezeket ritkán használják, mivel létezik a sajtó elhallgatásának jogszerű, „bársonyos” módja is. Egy másik helyi napilap, a Vest munkatársa, Florin Cuc pert nyert Ioan és Viorel Micula ellen, akik a Transilvania General és a European Drinks cégek tulajdonosai. A Micula testvérek a jelenleg a Ziua de Ardealnál dolgozó Cucot megfenyegették, hogy megcsönkítják, levágják kezét-lábát.

Erőegyesítés

A román újságírók komoly problémaként szembesülnek azzal a ténnyel, hogy az őket beperlők semmit sem kockáztatnak. Bár az 1996-ban megválasztott kormány megígérte, hogy felveszi a harcot a korrupció ellen, és arra kérte az újságírókat, hogy írják meg a korrupciós eseteket, ezzel is segítve a hatóságok küzdelmét a korrupció-járvány ellen, végül mégis az újságírók ellen dolgozott. Ennek csúcscsúsként egy évvel az 1996-os választások után az Igazságügyi Minisztérium megsemmisítette a felperesek által fizetendő illetékekről szóló döntést, amely a kártérítésért perelő panaszosokat előzetes fizetésre kötelezte. Ily módon az üzletemberek és a közhivatalnokok bármikor perelhetnek, amikor csak kedvük tartja, mert nem kockáztatnak semmit, és bármekkora kártérítést követelhetnek, mivel nem kell illetéket fizetniük.

A román újságírók szakmai egyesülete azt követeli, hogy a becsületsértés és a rágalmozás ne számítson olyan vétségnek, amely pénzbüntetéssel vagy szabadságvesztéssel büntethető. Kitérnek emellett, hogy ezek a legtöbb demokráciához hasonlóan ne a büntető, hanem a polgári törvénykönyv hatálya alá essenek. Mi több, a román gyakorlatban nincs egyértelmű különbség a tényeken, illetve az „értékítéleten” alapuló vádaskodás között, mely utóbbit jogilag „sértésnek” nevezik.

A román lapkiadók szövetsége, a Nemzeti Sajtó Klub tiltakozott a sajtóperes számának radikális növekedése ellen. Nyilvános közleményük szerint „[e]gyértelmű, hogy az újságírók zaklatása a bíróságon, és az, hogy a felperesek a józan észnek ellentmondó összegű kártérítést igényelnek, azt a célt szolgálja, hogy megfélemlítsék az újságírókat és a lapokat, rádió- és tévéállomásokat, és elhallgattassák azokat, akik kritikus véleményt mernek hangoztatni, vagy visszaéléseket és rendellenéseket tárnak fel”.

Az újságírók szerint a zaklatások oka részben az, hogy nincs érdekvédő szakmai képviselőjük. Romániában körülbelül 20 szakmai egyesület működik, például az Egyesület a Transzparenciáért és Szabad Kifejezésért, a Román Újságírók Társasága, a Fotóriporterek Egyesülete, a Független Rádiók Alapítványa és más kis helyi szervezetek. De egyikük sem állítja működésének középpontjába azt, hogy az újságíróknak jogi védelmet nyújtson, valamint segítse eligazodásukat az igazságszolgáltatás útvesztőjében.

Ebből a szempontból előrelépést jelentett a FreeEx (Szólásszabadság) egyesület programja, amelyet 1999-ben indított el az amerikai Freedom House a USAID anyagi támogatásával. A program célja, hogy kifejlesszen egy regionális hálózatot, amely figyeli az újságírók megfélemlítésére vagy megbüntetésére irányuló kísérleteket, és küzdjön az újságírók szólásszabadságának korlátozása ellen. Tavaly óta az egyesület támogatói közé tartozik a Romániai Nyílt Társadalom Alapítvány és a Világbank romániai hivatala. A FreeEx egyik legfontosabb tevékenysége, hogy lobbizik a beperelt és megtámadott újságírókért, ami azt jelenti, hogy folyamatosan javaslatokat tesz a média szabályozásának módosítására.

Tavaly márciusban a szövetség ennél is messzebb ment: felállította a Szólásszabadságot Védő és Támogató Egyesületet (APPLE), amelynek elnöke, Mircea Toma kijelentette, hogy az új szervezet ezentúl a bírósági tárgyalások során is segíti az újságírókat.

Mindazonáltal a leglényegesebb kérdés a jogrendszer korszerűsítése, hogy az megfeleljen az európai normáknak. Közben azonban a hatóságok felfedezték, hogy az egyetlen hatályos román sajtótörvény a kommunisták által a hetvenes években elfogadott törvény, amelyet az összes posztkommunista kormány elfelejtett eltörölni. Az újságírók viszont nem feltétlenül ragaszkodnak egy új sajtótörvényhez, mivel attól tartanak, hogy ez több megszorítást, mint kiváltságot jelentene. Az általános nézet az, hogy elég lenne, ha néhány kitételrel bővítenék a polgári törvénykönyvet. Ezek a kitételek állítanák fel a bírságot olyan újságírók esetében, akikről kiderül, hogy valóban félretájékoztatták az olvasókat és megrágalmaztak másokat. Egyúttal a kért kártérítéssel arányos kötelező illetéket róna a felperesekre. Az újságírók azzal érvelnek, hogy ez oltaná a perindítási szomjat.

A kormány ugyan megvitatta azt a kérdést, hogy a jövőben a rágalmozás és a becsületsértés a büntető törvénykönyv helyett tartozzon a polgári hatálya alá, de lényegi előrelépés nem történt ez ügyben. Habár a letöltendő börtönbüntetés alól általában felmentik az újságírókat, a pénzbírság érvényes marad, és az újságírók bekerülnek a bűnügyi nyilvántartásba, illetve anyagilag tönkremennek. „A strasbourgi Európai Bíróságig kell elmenniük, hogy tisztázzák magukat” - mondta Ulmanu, az Annenberg Kommunikációs Iskola a cikk elején már idézett Fulbright ösztöndíjasa.

Amíg jelentős és lényegi változások nem történnek a jogrendszerben, addig az oknyomozó újságírás kockázatos munka marad a román újságíróknak, akiknek az a nehéz küldetésük, hogy tájékoztassák a közvéleményt a gyanús ügyletekről, a korrupcióról és egyéb gazdasági vagy politikai visszaélésekről.

Képzés

Az idejétmúlt jogi rendszer gyenge pontjai és a politikai hatalom által gerjesztett ellenséges környezet mellett egy másik tényező is kedvezőtlenül befolyásolja a román média szabaddá és cenzúramentessé válását: a megfelelő képzés hiánya. Ez néha ahhoz vezet, hogy az újságírók nem professzionális módon közelítenek azokhoz a témákhoz, amelyekről írnak. Habár a jelenleg működő román médiatanszékek (Bukarest, Temesvár, Szeben) sokat fejlődtek, és ma már lényegesen közelebb állnak a modern, nyugati stílusú oktatáshoz, az újságíró-iskoláknak ötven év elnyomás után kell magukhoz térniük, ha a nyugati demokratikus normáknak megfelelő újságírókat akarnak képezni. A megfelelő háttérrel biztosító oktatás elterjedéséig az újságíróknak a gyakorlatban, az ellenséges politikai és gazdasági környezetben kell megtanulniuk a szakmát.

Az első lépéseket épp most láttuk. Ulmanu az oknyomozó újságírás technikáiról tart kurzust a Bukaresti Egyetem médiaszakán és a bukaresti Médiaegyetemen. Előadásai az ilyen újságírás jellemzőivel foglalkoznak, olyan klasszikus példákkal kezdve, mint a Watergate-ügy. Beszél arról is, hogy milyen módszerekkel lehet megtalálni és kiválasztani az oknyomozás témáját, azután minden hallgató választ egy témát, és a félév végére feldolgozza azt. A diákok megtanulják, hogyan lehet jól szervezeten dolgozni, kezdve onnan, hogyan válasszák ki a témát, majd azt milyen módszertan szerint dolgozzák fel, és hogyan bírják szólásra a forrásokat.

„Az eredmények tényleg hihetetlenek voltak” – mondta Ulmanu. „Kaptam néhány remek sztorit, közülük sok publikálható.” A legnagyobb problémát a meg nem erősített tények felhasználása jelentette. A kurzus célja, hogy bevezesse a diákokat az oknyomozó újságírás alapjaiba, és felvértezze őket az ehhez szükséges tudással és készségekkel. A román oknyomozó újságírók az érdekcsoportok által gyakorolt politikai és gazdasági nyomással, illetve a cenzúra ezen keresztül kialakított új rendszerével szembesülnek. Ezért van szükség a „gyökerek” megszilárdítására, azaz a professzionális újságírás megalapozására. Szilárd alapok hiányában az újságírók jobban ki vannak téve a nyomásnak. Ha megtanulják, miként építsenek fel egy tényfeltáró riportot anélkül, hogy támadási felületet hagynának, fontos lépést tettek az erős, szabad sajtó felé.

„Jelenleg Romániában nem beszélhetünk jó tényfeltáró újságírásról, mert az újságírók vagy nem tudják, hogyan kell csinálni, vagy túl hanyagok, vagy mert a lapok, a rádiók és a televíziók nem engedhetik meg maguknak, hogy felmentsenek egy riportert mindennapi teendői alól és igazi, több időt és pénzt igényelő oknyomozó riport írására használják” – mondta Ulmanu. Van azért néhány kivétel: az oknyomozó riportercsapat az Academia Catavencu című hetilapnál, vagy a Dana Deac vezette csapat a bukaresti Tele7ABC televíziónál.

„Azok az újságírók azonban, akik Romániában oknyomozó riportot írnak (vagy azt hiszik, hogy azt írnak), sokszor elfelejtik vagy egyáltalán nem is tudják, hogy az ügy minden oldalát be kell mutatniuk, az információkat ellenőrizniük kell, és nem szabad a személyes véleményüket a sztoriba fűzniük” – mondta Ulmanu. Ez az egyik gyenge pontja a romániai tényfeltáró újságírásnak, és ez az egyik oka annak, hogy az újságírókat könnyű beperelni. Néhány szakmai szervezet elkezdett beszélni arról, hogy fontos lenne javítani a román tényfeltáró újságírás színvonalán. Az APPLE elnöke, Toma kijelentette, hogy az egyesület megpróbálja felszámolni a hozzá nem értést az újságírásban, ami „gyakran korlátot szab annak, hogy milyen információkhoz férnek hozzá végsősoron az újságírók”.

Fordította: Tumpek András



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

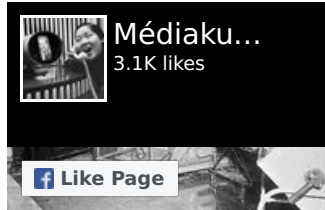
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Kritika

[Szilágyi-Gál Mihály:](#)

A kommunikáció mint az eltérő igények etikája

Jürgen Habermas: A kommunikatív etika

Jürgen Habermas neve még a beavatott olvasó számára is a szerző nagyhatású nyilvánosság-elméletével társul. Kétségtelen, hogy Habermas A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása című, magyarul is olvasható, Németországban négy évtizede megjelent könyve a társadalomtudomány minden területén megkerülhetetlen forrásnak bizonyult. Kevésbé ismert a nyolcvanas években, nagyjából 1991-ig kidolgozott diskurzusetikája, amely részben a kommunikatív cselekvésre vonatkozó saját korábbi kutatásaira, részben pedig a Karl-Otto Apel argumentatív etikájához kapcsolódó közös kutatásukra épül. A szerző alkotói pályájának kezdetére ma már az azóta publikált művei alapján tekinthetünk vissza. Eszerint világos, hogy az európai nyilvánosság történetéről szóló korai mű előtanulmánya a huszonöt évvel későbbi diskurzusetikának. Az összekötő szál a társadalomban párhuzamosan létező eltérő igények létjogosultságának nyilvánosság előtti erkölcsi megmértetése. A nyilvánosság kérdésköre az egész eddigi habermasi életmű háttérében megmaradt. A szakirodalom ugyanezt állítja az életmű későbbi szakaszában kibontakozó erkölcsfilozófiáról, amely már a nyilvánosság-könyvben lappang. A jelen kötet a diskurzusetika alapszövegeinek első szisztematikus magyar nyelvű összegyűjtése. Habermas erkölcsfilozófiájának vázlatos ismertetésében arra is kitérek, hogy mindez miért lehet fontos azok számára, akik a média valamilyen területén vagy médiakutatóként dolgoznak.

Habermas saját szerepe a diskurzusetika létrejöttében két egymást kiegészítő tézisnek a kidolgozása. A végső eredmény így foglalható össze: anélkül, hogy az erkölcsi jónak bármilyen konkrét elméletére támaszkodnánk, csupán a helyes érvelés szabályait betartva a különböző érdekek jogossága pártatlanul tesztelhető. Ugyanis a helyes érvelés során képesek lehetünk valakit meggyőzni anélkül, hogy konkrét érdekekhez vagy értékekhez folyamodnánk. Az érvelés, mint a meggyőzés kommunikációs közege tartalmilag független mindattól, amiről valakit meg akarunk győzni: maga az érvelés és az ezt hordozó kommunikáció csupán formája a meggyőzésnek. Viszont mint forma, mindenki által követhető, mert nem ütközik tartalmi meggyőződésekkel; továbbá követendő is, mert nélküle nem tudjuk elmondani azt, amit akarunk.

Habermas szerint a diskurzusetika jelentősége abból a problémából adódik, hogy az érdekek és értékek sokféleségének társadalmában senki sem állíthatja teljes bizonyossággal, hogy ő jobban tudja, mint bárki más, hogy „mi a jó”. Habermas rávilágít a késői modern társadalmaknak arra a szerinte erkölcsi és politikai válságtünetére, hogy különös érdekek szenvedő alanyai vagyunk anélkül, hogy ezeknek nagyobb volna a létjogosultságuk, mint saját érdekeinké. Ezért van szükség egy olyan erkölcsiszabályrendszer kidolgozására, amely által a konkrét igények létjogosultsága eldönthető, és amely ugyanakkor nem ad nagyobb súlyt semmilyen különös érdekeknek. Habermas szerint egy ilyen természetű erkölcsi szabályrendszer kidolgozása leginkább az érvelés helyes szabályait betartó kommunikáció szabályaiból indulhat ki. Az értelmes beszéd pusztán logikai szabályainak betartásáról van szó, vagyis az ésszerűen felépített közlés azon elemeiről, amelyek nélkül senki sem tudná még azt sem elmondani, hogy ő maga mit gondol. Ez tehát nem valamilyen konkrét érdek vagy hitrendszer elfogadása, hanem az érthető érvelés azon minimális szabályainak betartása, amelyeket ha valaki nem vállal, akkor önmaga ellen cselekszik, mert a többiek nem fogják érteni, hogy ő maga mit akar. Ez az a minimális közös talaj, amely nélkül azt sem tudnánk egymással közölni, hogy nem értünk egyet.

A formailag helyes kommunikáció ettől még nem etika és nem is erkölcsfilozófia. Habermas szerint a kommunikáció alapszabályai éppen tartalmi semlegességük és az érthető közléshez szükséges formai érvényességük miatt hasznosak erkölcsi szempontból. Ennek a gondolatnak a megértéséhez fontos megjegyezni, hogy Habermas etika és erkölcs között abban tesz különbséget, hogy míg az etika valamilyen különös értékrendszer cselekvési szabályrendszere, addig az erkölcs az a szabályrendszer, amely mindenki számára elfogadható módon rögzíteni tudja a különböző etikák közötti vita szabályait. A kommunikáció mint az egymással vitatkozó emberek alaphelyzete tehát éppen azért lehet a viták eldöntésének igazságos hordozója, mert nem azonos semmilyen konkrét etika szabályaival – ezeknek csupán a közölhetőségét teszi lehetővé.

A diskurzusetikát ért ellenvetések közül két nagyon jelentősre térek ki. Az egyik szerint a helyes érvelés formális

kritériumainak eleget tett érvek végeredményeként Habermas a konszenzust jelöli meg. Márpedig ez eleve feltételezi a jobbik érv meghatározásának valamilyen további szempontrendszerét. Habermas elismeri, hogy egy megfelelő érvelésmélet teljes kifejtése még valóban várat magára. Mégis úgy véli, hogy ennek hiánya nem cáfolja a konszenzusra való törekvés általános morális követelményét. Egy másik ellenvetés azt kéri számon Apeltől és Habermastól, hogy közösen kifejtett elméleti alapvetésük csak a racionálisan artikulálható igényeket képes figyelembe venni. Kétségtelen, hogy Habermas erkölcsfilozófiája, illetve annak Apellal közösen kidolgozott elemei vállaltan racionalisták, és ez sajátosan lehatárolja a magyarázóerejüket. De figyelembe kell venni, hogy a diskurzusetika végső elméleti célja annak megalapozása, hogy a különbözőséget mindig meg lehessen vitatni. Ezt a célt nem csökkenti az a tény, hogy a különböző igények erkölcsileg mindenki számára valamilyen szinten elfogadható összehangolását a racionális érvelés szabályaira alapozzuk.

Habermas kommunikatív erkölcsfilozófiája nem tömegkommunikáció-elmélet és nem is tekinthető a médiakutatás primér elméletének. Háttérelméletként viszont megkerülhetetlen. Ennek két okát szeretném kiemelni. Először is Habermas erkölcsfilozófiája a demokrácia egyik legalapvetőbb feldolgozásából indul ki. Ennek kulcseleme a problémák folytonos megvitathatóságának elméleti megalapozása. A késő modern társadalmak gazdasági-politikai feltérképezésében Habermas elmagyarázza a legitimitás és az osztársadalmi konszenzus fejlett nyugati demokráciákban bekövetkezett válságát. Elemzése messze túllép a szigorúan vett filozófiai leírás keretein. Továbbá a kommunikációnak egy olyan általános értelmezését nyújtja, amelyből kiderül, hogy a kényszermentes, tehát szabad közlés attól függetlenül közkinccs, hogy ki mit közöl. Habermas gondolatmenetében talán az a legfigyelemreméltóbb felismerés, hogy a kommunikáció az egyetlen olyan elem a plurális társadalmak mindennapjaiban, amelyben kénytelenek vagyunk közös szabályokat betartani.

Végül további néhány szót a magyar kiadásról. A fordítónak azzal a szinte lehetetlen feladattal kellett megbirkóznia, hogy németül írott társadalomtudományi szöveget olvasmányos magyar változatban közvetítsen. Ez különösen nehéz Habermas esetében, aki egyszerre több társadalomtudományi terület szaknyelvén ír. A kötetet elsősorban a terminológiai beavatott olvasóknak ajánlom. A fordító Felkai Gábor az egész elméleti háttérhez írott nagyon alapos és áttekinthető bevezető tanulmánya hasznos kalauz, de leginkább edzett olvasóknak. *(Jürgen Habermas: A kommunikatív etika. Új Mandátum, 2001. Fordította és a bevezetőt írta Felkai Gábor)*



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>



2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

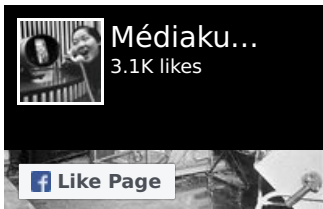
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2001 tél

Kritika

[Jenei Ágnes:](#)

Ellentmondások az olasz médiában: a törékeny rendszer

Paolo Mancini: Il sistema fragile - I mass media in Italia tra politica e mercato

Paolo Mancini a Perugiai Egyetemen oktatója, a Politikatudományi Karon kommunikáció szociológiát tanít, kutatási területe a politikai kommunikáció. A Sistema fragile - I mass media in Italia tra politica e mercato (A törékeny rendszer - Az olasz média a politika és a piac között) című könyve azoknak szól, akik szeretnének megismerkedni az olasz médiarendszer sajátosságaival.

A könyv egyik alapkérdése - amelyet a külföldiek oly gyakran tesznek fel az olasz médiakutatóknak - a következő: hogyan vált Berlusconi a jelenkori olasz történelem egyik főszereplőjévé. Mancini megvilágítja azokat az okokat, folyamatokat, amelyek a jelenlegi, kissé bizarrnak tűnő helyzet kialakulásához vezettek. Mint ismeretes, a 2001-es választások után a legjelentősebb magán médiabirodalom tulajdonosa lett a miniszterelnök, így - bár nem közvetlenül - az olasz közszolgálati rádió és televízió üzletpolitikájának fő alakítója. A helyzet ellentmondásosságát jelzi, hogy az olasz televíziós piac két legnagyobb, szinte kizárólagos versenytársa hosszú évek óta a RAI, vagyis az olasz közszolgálati televízió és Berlusconi Mediaset nevű televíziós társasága. Jellemző, hogy a köznyelvben is elterjedt a duopólium kifejezés.

A szerző a múlton keresztül értelmezi az olasz médiarendszer sajátosságait, anomáliáit. Interpretációja a könyvben nem tárgyalt legújabb olasz tömegkommunikációs jelenségekre is érvényes.

Az anomáliák prezentálásával a szerző maga utal a legkézenfekvőbbnek tűnő értelmezésre Jeffry Alexander funkcionalista elemzéséből kiindulva. E feltételezés szerint - ideáltipikus esetben - az egyre komplexebbé váló társadalmaknak egy bizonyos fejlődési szakaszukban szükségük van egy új, önálló rendszer létrehozására, amely közvetít a többi, funkcióit tekintve egyre inkább szakosodó társadalmi alrendszer között, valamint a társadalmi alrendszerek és az állampolgárok között. Az így kialakuló kommunikációs rendszer tehát teljesen független a többi rendszertől. Érdeemes megjegyezni, hogy Alexander a rendszerek funkcionális szétválasztásában látja a modernitás lényegét. A tömegkommunikáció elsődleges funkciója a közvetítés, a társadalmi integritás elősegítése. Az elmélet azonban csak részben használható. Nem képes árnyalt magyarázatot kínálni ama sajátosan olasz kontextusra, amelyben az állam és polgárai között közvetítő szervezetek (pártok, mozgalmak, érdekképviseletek stb.) túlburjánzása gátolta, lehetetlenné tette a tömegkommunikációs rendszer önállósá válását. Az olasz médiarendszer ugyanis sohasem vált függetlenné a többi társadalmi alrendszertől. Ezért igen törékeny. Gazdasági szempontból természetesen nem az. Azonban professzionális és funkcionális identitását tekintve nem tud a többi rendszertől függetlenül a társadalmi folyamatokra hatni, nem önálló, stabil rendszer: törékeny.

A helyzetet elemezve a szerző visszanyúl a kezdetekhez, majd bemutatja az olasz médiatörténet egyes fázisait és meghatározó szereplőit. Eközben részletesen megvizsgálja és elemzi a legelterjedtebb szakmai modellek és formanyelvek születésének kulturális összefüggéseit is.

Az olasz tömegkommunikáció hajnalát és fejlődését vizsgálva természetesen magyarázatot kapunk arra, miért nem sikerült a rendszernek szakmailag és funkcionálisan függetlenné válnia.

Mancini bemutatja a nyomtatott sajtó történetét, kiemelve két, a jelenlegi helyzet értelmezése szempontjából fontos mozzanatot. Az egyik a politika és a sajtó szinte szimbiotikus kapcsolata, és ebből fakadóan a sajtó részrehajló magatartása, ami szöges ellentétben áll az angolszász országokban kialakult, objektivitásra törekvő újságírói gyakorlattal. A másik az irodalmi szálakkal szakítani nem akaró, szubjektív, értelmező újságírói hagyomány.

Olaszországban az újságírás a kezdetektől fogva összefonódik a politikával. Ebben a tekintetben kísértetiesen hasonlít Franciaországra. A párhuzam illusztrálására a szerző - médiakutatótól szokatlan - irodalmi példákat hoz, Balzac hősét, Lucien de Rubemprét az Elveszett illúziókból és Maupassant Szépfűjút.

A 19. században a politikai lapok már az olasz reformkortól, a Risorgimentótól kezdve mindig a különféle politikai

érdekcsoportok legfőbb szervezkedési eszközének számítanak. A múlt században Mussolini (aki maga is újságíróként kezdte pályafutását) diktatúrája alatt az újságírás a politikai rendszer ideológiáját közvetíti, természetesen a politika szolgálatában áll. Ugyanakkor a fasizmus elleni harcban is óriási szerepet játszanak a politikai lapok: a szabadság eszményének terjesztésén kívül a küzdelem megszervezésében nyújtanak gyakorlati segítséget. A második világháború után az újságírói gyakorlat az egyes pártokhoz kötődve él tovább egészen a hetvenes évek végéig. Bár a pártok napilapjai fokozatosan eltűnnek a piacról, az olasz sajtó a politikának még mindig kitüntetett helyet tart fenn, ugyanakkor a véleménynyilvánítás gyakorlatával, az oly gyakori állásfoglalással maga is politizál. Berlusconi tehát, aki a politika és a média legszorosabb összefonódását szimbolizálja, tulajdonképpen egyszerűen hagyománykövetőnek tekinthető.

A politika és a tömegkommunikáció szoros kapcsolatától eltekintve is megállapítható, hogy Olaszországban mindig is erős volt a részrehajló, bizonyos szempontokat, érdekeket tükröző, a jelenségeket meghatározott perspektívából, ideológiai szemüvegen keresztül értelmező, azokhoz kommentárt, magyarázatot fűző újságírás hagyománya. Ez az irodalmi szalonokban meghonosodott újságírói gyakorlat folytatásaként is felfogható. Az irodalmi gyökerekből táplálkozó, azoktól elszakadni nem tudó és nem akaró újságírás a valóság értelmezését és értékelését tűzte ki céljául. A modern újságírás alapját képező tényprezentáló attitűdnek, a száraz, de lényegretörő stílusnak ez természetesen az ellenkezője. Az olasz újságírói hagyomány az eseményeket nyelvestétikai elvek szerint mutatja be, stílusa ezért gyakran terjengős, hosszú körmondatokkal ékelt, a művészi szépségre törekvő. Berlusconi ezt a hagyományos, interpretáló, tényszerűséget negligáló újságírói gyakorlatot a maga hasznára fordítja. Technikai kivitelezését tekintve professzionális minőségű, de nyíltan részrehajló műsorszámokat gyárt. Kiváló példa erre három országos, általános műsorszolgáltató csatornája közül a Rete 4 tévéhíradója.

Kereskedelmi televízióinak sikerét elemezve a szerző különféle okokat tár fel. Bemutatja a hetvenes évek végére önfeledt szórakozást igénylő közönséget, amelynek szükségletét az akkori tömegkommunikációs eszközök nem tudják, illetve nem kívánják kielégíteni. A minőségi nyomtatott sajtó továbbra sem mond le az olvasói tábor neveléséről, meghatározott álláspontokról, világnézetekről való meggyőzéséről. Ez részben még ma is így van. Ugyanakkor az angolszász országoktól eltérően az olasz napilapok piacáról a tárgyalt időszakban teljesen hiányzik – a napilapok szintjén még ma is hiányzik – a bulvársajtó. Az értelmiségi, komoly, gyakran elkötelezett lapok nevelő szándéka elől tehát sokan menekülnek, de a nyomtatott sajtó nem nyújt alternatívát. Így a közönség a – legalább – passzív időtöltést nyújtó televíziós fogyasztást preferálja. Ezzel egyidőben az olasz politikai pártok is kezdik elveszíteni szocializációs és kommunikációs funkcióikat, ezeket is egyre inkább a televízió tölti be. A monopóliumot élvező RAI azonban szintén a nevelő és ismeretterjesztő közszolgálati funkcióinak próbál eleget tenni, a nézők itt sem számíthatnak felhőtlen, öncélú szórakozásra.

Miközben tehát az olasz társadalom szekularizációja visszafordíthatatlan folyamattá válik, ezzel párhuzamosan, az új közönségigényekre válaszolva a kereskedelmi média jelenik meg a piacon. Ezt természetesen a jogi háttér megváltozása is elősegíti. A szerző ismerteti azokat a törvényeket, amelyek lehetővé teszik a piac liberalizálását, hangsúlyozva, hogy ez is rendhagyóan, olasz módra, a politika és a média összefonódását tükrözve történik. Az országos műsorszolgáltatás joga a részleges liberalizálást követően is (azaz 1976 után) állami monopóliumnak számít, ezt a problémát azonban Berlusconi szellemesen megkerüli: minimális időeltéréssel sugározza az egyes vételkörzetekben műsorszámait, így tulajdonképpen az egész országban ugyanazt az adást nézheti közönsége, de néhány percnyi eltéréssel, hogy ne minősüljön országos műsorszolgáltatásnak. Az olasz parlament pedig tizennégy éven keresztül szemet huny előlött, és hagyja, hogy az építési vállalkozóból lett médiatulajdonos kiépítse kiadóvállalatát. E ponton Mancini hosszasan és részletekbe menően elemzi Berlusconinak és Craxinak, az akkori szocialista párt vezetőjének híressé vált kapcsolatát, kiemelve az ebből származó kölcsönös előnyöket.

Berlusconi és a kereskedelmi televíziózás felemelkedését természetesen nem lehet egyszerűen politikai kapcsolataiból levezetni. Az olasz társadalom és a jogi környezet változásán, a már említett új szükségletek megjelenésén túl a siker kulcsa az akkori, meglehetősen kedvező gazdasági feltételekben keresendő. A hetvenes évek végén az olasz kereskedelmi disztribúciós rendszer átalakul, a kiskereskedelem fokozatosan átadja helyét a nagy disztribúciós láncoknak, szupermarketeknek és hipermarketeknek. A megváltozott körülmények között a termékek minőségét, megbízhatóságát már nem a sarki boltos garantálja, hanem szimbolikus identitásuk, a márkanév. Ezt kell az akkori években megismertetni a fogyasztókkal, amire a legalkalmasabb tömegkommunikációs eszköz a televízió lenne, ha a közszolgálati televízió vállalkozna erre a szerepre. Vonakodása, korlátozásai nem tetszenek a rohamosan fejlődő gazdaság szereplőinek. Berlusconi ekkor lép színre, hogy kereskedelmi csatornáival kielégítse a nagyvállalatok, cégek reklámfelületek iránti igényét. Az ebből származó bevételekből pedig a médiamágnás kiépíti birodalmát.

A szerző hangsúlyozza, hogy a kereskedelmi televízió műsorszerkesztési stratégiája több szempontból is innovatívnak tekinthető. Megvizsgálja az Umberto Eco által neotelevíziózásnak nevezett jelenségeket (a műsorfolyam kialakulása, a reklám nyelvének más műfajokra gyakorolt hatása, a szórakoztatás, a szenzációkeltés stb.), és elemzi a kereskedelmi televíziózás céljait. Ugyanakkor feltárja, hogyan alakult át és milyen új tartalmakkal telt meg a közszolgálati fogalma az elmúlt évtizedek során.

A kilencvenes évekhez érve Mancini az olasz társadalmi-politikai változások tükrében elemzi a médiarendszer átalakulását. Két lényeges momentumra tér ki: az egyik az 1990-es törvény jóváhagyása, mely legalizálja a Berlusconi által teremtett duopóliumot, bár korlátozza a médiabirodalom terjedését. A másik a Tiszta Kezek nevű korrupcióellenes bírói akció. Az ezzel kapcsolatos társadalmi öntisztulás folyamatának minden hagyományos párt áldozatul esik. Berlusconi nem tudja tovább működtetni politikai kapcsolatrendszerét, annál az egyszerű oknál fogva, hogy az megszűnik. Érdekei védelmében ekkor lép a politika mezejére. Egyre több hatalmat összpontosít kezében, és egyre több polémiát gerjeszt az összeférhetetlenség kérdésében. Azonban elegánsnak és arrogánsnak egyaránt ítélt bűvészmutatványokkal mindig talál valamilyen látszatzettségű megoldást a legégetőbb kérdésekre.

Sajnos a szerző elemzéséből kimarad a Forza Italia (Berlusconi pártja) 2001-es választásokon aratott győzelme utáni helyzet elemzése. A kéziratot 2000-ben zárta le, így a legújabb jelenségeket nem, csak a hozzájuk vezető utat ismerhetjük meg.

A média világa oly mértékben változik, hogy egy bő, politikai választásokkal tarkított év eltelte után a könyvet akár elavultnak is tarthatnánk. Mancininak azonban sikerül az aktuális pillanat rögzítésén túlmutató elemzést készítenie. Az olasz médiakutatók körében természetesen ismert helyzet egyes elemeit, összefüggéseit úgy tárja fel és úgy rendszerezi, hogy az okok és következmények letisztult, kikristályosodott képét adja közre.

Távolságtartó elemzése rendkívül olvasmányos, bővelkedik konkrét példákban. Alapos, tudományos igényességgel megírt mű azok számára, akik nem ismerik az olasz tömegkommunikációs rendszert, és azoknak, akik értelmezési keretet keresnek az általuk megfigyelt jelenségeknek. Erénye, hogy minden állítását empirikus kutatások, felmérések eredményeivel, bőséges - egyébként nehezen hozzáférhető - adatokkal támasztja alá. Mivel az olasz médiarendszer alakulása sok hasonlóságot mutat a magyar média fejlődésével, a könyv a hazai médiakutatók számára rendkívül hasznos olvasmány lehet. Ugyanakkor minden olasz szakos hallgatónak és olaszul tudó, az olasz civilizáció iránt érdeklődőnek kiváló eszközt nyújthat a mai olasz társadalom alaposabb megismeréséhez. *(Il sistema fragile - I mass media in Italia tra politica e mercato. Roma: Carocci editore, 2000, ára: 14,98 Euro. A kiadó internetes elérhetősége: www.carocci.it)*



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

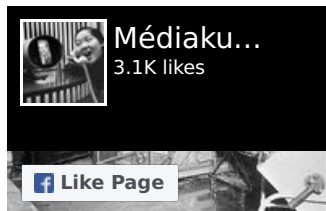
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)