

Összefoglaló a médiarendszer problémáiról

A médiarendszer szerkezeti szintű átpolitizáltsága: Az elmúlt évek legfontosabb és legveszélyesebb tendenciája a magyar médiarendszerben a nyíltan politikai kötődésű médiavállalkozások térnyerése. Ez a folyamat nem kizárólag a politikai jellegű médiumokat érinti; ezek esetében sajnos az akár szervezeti jellegű politikai kötődés sem újdonság, ami mégis új, az az érintett médiumok agresszív terjeszkedése; ennek legnyilvánvalóbb példája a Lánchíd Rádió. A szerkezeti szintű átpolitizáltság azért különösen veszélyes, mert a szórakoztató tartalmakat közlő médiumokra is kiterjed. Ez egyrészt korrupciós kockázatokat rejt, különösen az állami reklámbevételek átláthatatlan felhasználásával. Másrészt fontos mozgatója a politikailag elkötelezett médiabirodalmak gazdasági megerősödésének, a kereskedelmi bevételek átcsatornázásával a kifejezetten politikai jellegű médiumokhoz; például a Class FM az azonos tulajdonosi és reklámértékesítő háttéren keresztül finanszírozója lehet a Lánchíd Rádiónak és a Heti Válasznak. Harmadrészt politikai manipulációs lehetőségként is megjelenik, a szórakoztató tartalmak között és azokban elrejtve a közönség olyan részének elérésével, amelyre egyébként nem volna lehetőség; a Class FM híreinek súlyos kormánypárti elfogultságát a Médiatanács is megállapította. A folyamat egyáltalán nem ért a végéhez. A kereskedelmi televíziós piacon való pozíciószerezést (TV2) az állam jogalkotási eszközökkel – a reklámadó lebegtetésével – is megtámogatta.

Manipulált reklámpiac: A magyar médiapiac mérete, illetve a gazdasági válság reklámpiaci hatásai önmagukban is sérülékennyé teszik a médiarendszer finanszírozási alapjait. A bizonytalan gazdasági alapok minden esetben növelik a kormányzati befolyásolás kockázatát, és rontják a politikai és gazdasági érdekektől független, átfogó tájékoztatás esélyeit. A magyar médiarendszerben az elmúlt időszak egyik meghatározó médiapolitikai eszközévé vált a kormányzati hirdetések, illetve az állami tulajdonban lévő vállalatok reklámköltségeinek elosztása. Ez legnyilvánvalóbban a rádiós piacon hozott létre teljesen torz viszonyokat, ahol az egyes szereplők teljesítménye, hallgatottsága teljesen elvált a reklámbevételek nagyságától. Ez az országos kereskedelmi rádiós piacon jelentős mértékben hozzájárult egy politikailag támogatott szereplő (Advenio Zrt. – Class FM) monopóliumának kialakulásához. Az állami reklámköltségek ráadásul a piaci reklámozók számára is üzenetértékűek: a kereskedelmi reklámok követik az állami reklámokat a preferált médiumokhoz. A gyenge reklámpiac és a torz reklámpiaci viszonyok mindezeket túl növelik az egyes médiumok kiszolgáltatottságát a piaci reklámozók irányában is

Gyenge közszolgálati elkötelezettség: Az újságírók, a nyilvánosságban dolgozók közszolgálati elkötelezettségének, társadalmifelelősség-tudatának gyengesége nem csak a közszolgálati intézményrendszer évtizedes, de az elmúlt években kiteljesedő hitelességvesztésében és agóniájában érhető tetten. Problémája ez az újságíró társadalom jelentős részének, és végső soron a nyilvánosság egészének. A szerkesztőségek és az újságírók politikai elköteleződése és a saját politikai oldal harcos védelme hosszú ideje akadály a normális társadalmi párbeszédnek, ami akkor is súlyos kudarc a nyilvánosság működésének, ha egyenes következménye a párbeszédképtelen politikai kultúrának, illetve – e politikai

kultúrával szoros összefüggésben – a közönség közélettől való teljes elfordulásának. Az ezen túllépni képes újságírói teljesítmények a közönség meglehetősen kis részét elérő médiumokban kaphatnak helyet, az ezzel azonosulni nem akaró kereskedelmi médiumok pedig – az RTL Klub híradásaiban az utóbbi időkből látható, talán a hírszolgáltatási piac egészére hatni tudó változásokig legalábbis – a teljesen apolitikus működés mellett döntöttek. Az újságírói közszolgálati elkötelezettség alacsony mivolta egyenesen vezet az újságírói szolidaritás gyengeségéhez vagy éppen hiányához, valamint a közös szakmai minimumok hiányához. A közszolgálati elkötelezettségben mintaként szolgálni hivatott közszolgálati intézményrendszerben az új médiaszabályozás a végletekig felerősítette a nagyrészt korábban is jelen lévő szervezeti, műsorkészítési és gazdálkodási zavarokat. Az új szabályozás egy politikailag jól irányítható, átláthatatlan, a minimális szakmai normákat is kiiktatni képes rendszert hozott létre, amely talán végleg lehetetlenné tette, hogy a közszolgálati média hiteles hírforrásként jelenjen meg.

Átpolitizált és kiszámíthatatlan felügyeleti rendszer: Az elmúlt évek nyilvánosságot torzító folyamatai nem mehettek volna végbe az új médiatörvényekkel létrehozott szabályozási környezet és médiahatóság nélkül. A szabályozás és a felügyeleti rendszer akkor is lényeges összetevői a nyilvánosság torzulásainak, ha sem a korábbi jogi környezet, sem a korábbi médiahatóság nem garantálta megfelelően a társadalmi párbeszéd feltételeit. A médiaszabályozásban továbbra is jelen vannak a szerkesztőségeket és az újságírókat folyamatos bizonytalanságban tartó, az önkényes értelmezésnek teret adó előírások, illetve a kilátásba helyezett súlyos szankciók. A Médiatanács továbbra is politikailag egyszínű, működésének számos pontján átláthatatlan, Európában példa nélküli hatalommal működő szervezet. A fenti folyamatokban játszott szerepét legnyilvánvalóbban a frekvenciapályáztatások mutatják, amelyek fontos eszközei a politikailag elkötelezett médiavállalkozások terjeszkedésének. Meghatározott médiumok és vállalkozások előnyben részesítése a pénzügyi támogatások elosztásánál is látható. A médiatartalom felügyeletében pedig a hatóság nem alakított ki olyan gyakorlatot, ami a szabályozásból eredő bizonytalanságokat képes lett volna eloszlatni.

Polyák Gábor