

MÉRTÉK MÉDIAELEMZŐ MŰHELY

A SAJTÓ- SZABADSÁG HELYZETE – 2014.



MÉRTÉK FÜZETEK

4. szám



MÉRTÉK FÜZETEK

4. szám

2015. február

Szerző:
Navratil Szonja

A SAJTÓSZABADSÁG HELYZETE – 2014.



MÉRTÉK MÉDIA MŰHELY

A szerkesztőség tagjai

Mong Attila, Nagy Krisztina
Polyák Gábor, Urbán Ágnes
Uszkiewicz Erik

Kérdésével forduljon hozzánk:

info@mertek.eu
www.mertek.eu

Kiadja

Mérték Médiaelemző Műhely
Közhasznú Nonprofit Kft.
[Mertek Media Monitor
Nonprofit Ltd.]
H-1042 Budapest, Árpád út 90-92.

Felelős kiadó

Urbán Ágnes, ügyvezető igazgató

Felelős szerkesztő

Polyák Gábor



ISBN 978-963-12-7979-5
ISSN 2559-8937

4. A sajtószabadság helyzete, 2014 (pdf)

Navratil Szonja
Mérték Médiaelemző Műhely Közhasznú
Nonprofit Kft.

TARTALOM

Az elemzésről	5
Legfontosabb megállapításaink	6
1. Sajtószabadság-index	9
1.1. Újságírók	9
1.2. Médiamenedzserek	12
1.3. Lakosság	13
2. A sajtószabadság érvényesülésének szempontjai	17
2.1. Újságírók	18
2.2. Médiamenedzserek	19
2.3. Vélemények összevetése	20
3. A média működésének megítélése	23
3.1. Újságírók	23
3.2. Médiamenedzserek	24
3.3. Lakosság	24
3.4. Vélemények összevetése	25
4. A médiára nehezedő politikai és gazdasági nyomás	27
4.1. Újságírók	27
4.2. Médiamenedzserek	33
4.3. Lakosság	36
4.4. Vélemények összevetése	37
5. Médiaszabályozás	39
5.1. Újságírók	39
5.2. Médiamenedzserek	39
5.3. Lakosság	40
5.4. Vélemények összevetése	40
6. A média pluralizmusa	43
7. Újságírói hivatás	45
7.1. Öncenzúra	45
7.2. Hivatástudat, hivatásszeretet	46

**További információkért
lépjön kapcsolatba velünk!**

MÉRTÉK MEDIA MONITOR
1042 Budapest, Árpád út 90-92., Hungary
<http://mertek.eu> • info@mertek.eu

AZ ELEMZÉS RŐL

A kutatás célja

A Mérték Médiaelemző Műhely először 2012-ben készítette el a sajtószabadság-indexét, amely három párhuzamos kutatás eredményeiből áll össze. Három csoportot vizsgáltunk: újságírókat, médiamenedzsereket (médiatulajdonosok, médiavállalkozások vezetői, illetve a médiavállalkozások menedzsmentje), illetve egy országos reprezentatív minta keretében a lakosság sajtószabadságról alkotott véleményét is felmértük. A lakossági kutatás reprezentatív mintán készült, míg az újságírói és a médiamenedzserei minta nem reprezentatív. Arra voltunk kíváncsiak, hogy hogyan vélekedik a három csoport a sajtószabadság állapotáról, a hazai média működési mechanizmusairól, a sajtóra nehezedő politikai és gazdasági nyomásgyakorlás jellegéről, illetve vizsgáltuk az újságírói hivatás társadalmi szerepét, valamint az öncenzúra jelenségét.

Kutatásunkat 2014-ban mindhárom csoport tekintetében megismételtük, a következőkben az eltel három év adatainak összehasonlító elemzését adjuk közre. A médiamenedzserekről készült kutatás részletes elemzését a Publicus Intézet készítette el.¹ Elemzésünk menedzserekre vonatkozó megállapítása a Publicus Intézet tanulmányán alapulnak.

Módszertan

Kutatásaink során arra törekedtünk, hogy a sajtószabadság érvényesüléséről, illetve média működési mechanizmusairól átfogó képet kapjunk. Az újságírók és a médiamenedzserek kérdései szakmai jellegűek voltak, a lakosság esetében pedig olyan kérdéseket tettünk fel, amelyek nem igényeltek külön szakértelmet, vagy újságírói szakmai tapasztalatot, így a kérdések száma itt volt a legkevesebb.

A lakossági kérdőív reprezentatív mintán készült, míg az újságírói és a médiamenedzserei minta nem. Az újságírói adatfelvételt a Mérték Médiaelemző Műhely, a médiamenedzserekre vonatkozó kutatást a Publicus Intézet, a lakossági felmérést pedig a Medián Közvélemény-és Piackutató Intézet végezte. A lakossági minta 2014 októberében került felvételre, 1200 fős reprezentatív mintán. A médiamenedzserekre vonatkozó kutatás 2014 novemberében történt, és mindösszesen 51 menedzser válaszolt kérdéseinkre.

Az újságírók közül igyekeztünk minél szélesebb kört elérni, a nyomtatott, illetve az online sajtó, valamint a rádiók és a televízió csatornák, illetve a közszolgálati médiumok részre is megküldtük az online kérdőívet, törekedve arra, hogy baloldali közeli és jobboldali közeli médiumok egyaránt szerepeljenek a

¹ Az elemzést közzé tesszük a Mérték honlapján (<http://mertek.eu>).

mintában. Alapvetően a hírsajtót kívántuk lefedni, így a bulvársajtó kimaradt a mintából. A kérdőívet a válaszadók anonim módon töltötték ki, ennek következtében nem tudjuk, hogy pontosan mely médiumoktól, milyen arányban válaszoltak. Az online kérdőíveket 170 újságíró töltötte ki. Az újságírói mintában 55% volt az újságírók aránya, 40% a szerkesztőké, 3% a menedzsereké és 1% a tulajdonosoké és 1% a sales-eké. A válaszadók majd háromnegyede (82%) budapesti lakos, 8%-uk megyeszékhelyen, 8%-uk pedig vidéki városban él. A mintában szereplők elsöprő többsége (90%) főiskolai, vagy egyetemi diplomával rendelkezik. A válaszadó újságírók többsége (53%) az online médiában dolgozik, 26%-uk a nyomtatott sajtóban, 6%-uk a kereskedelmi televíziókban, 3%-uk a közszolgálati rádióban, 6%-uk a kereskedelmi rádiókban, 2%-uk pedig a közszolgálati televízióban. A kérdőívet 2014 októberében kérdeztük le.

Az elemzésben mérleg-indexet alkalmazunk azért, hogy számszerűsítve mutassuk be a vélemények alakulását. A mérleg-index úgy készült, hogy azoknál a kérdéseknél, ahol egy-egy állítás fontosságára voltunk kíváncsiak ott az egyáltalán nem fontos -100 pontot, a nem fontos -50 pontot, a fontos +50 pont, a nagyon fontos +100 pontot ért. Ahol pedig a változásra kérdeztünk rá, ott a romlott -100 pontot, a nem változott 0 pontot, a javult +100 pontot ért.

Elemzésünket témákra osztva készítettük el, minden fejezet egy témát dolgoz fel, minden fejezetben külön tárgyaljuk az egyes csoportok válaszainak alakulását, majd a fejezet végén összevetjük a csoportok véleményét.

Az anyaggal kapcsolatos visszajelzéseiket, észrevételeiket, kérdéseiket küldhetik Navratil Szonja részére, a navratil.szonja@mertek.eu címen, valamint közzétehetik a Mérték honlapján és Facebook-oldalán.

LEGFONTOSABB MEGÁLLAPÍTÁSAINK

A három csoportból csak a médiamenedzserek értékelik inkább jónak a sajtószabadság magyarországi állapotát. A lakosság se jónak, se rossznak, az újságírók pedig inkább rossznak tartják a helyzetet.

A sajtószabadságról alkotott véleményeket mindegyik csoport esetében a média politikától való függetlensége befolyásolja legerősebben. Akik úgy látják, hogy erős a médiára nehezedő politikai és gazdasági nyomásgyakorlás, azok az átlagnál rosszabbnak látják a sajtószabadságot. Ellenben azok, akik alacsonynak látják a politikai és a gazdasági nyomásgyakorlás mértékét, mindhárom csoportban az átlagnál jobbra értékeli a sajtószabadságot. A lakossági vélemények alakulását ezen kívül még a pártpreferencia befolyásolja.

Lakosság

A lakosság esetében tendencia kevésbé mutatható ki, az eltelt három évben ugyanis a közönség véleménye egyelten kérdés tekintetében sem változott szignifikánsan.

A közönség a sajtószabadság állapotát egy kicsit jobbnak látja, mint 2013-ban. A változás nem szignifikáns, hiszen 4,6-ról 4,9-re javult a sajtószabadság helyzetéről alkotott kép. Úgy tűnik, hogy a lakosság véleménye ellentmondásos: miközben a sajtószabadság megítélése jobb lett, az egyes részválaszok viszont a média működésének romlását mutatják. A lakosság sajtószabadságról alkotott képe bizonytalan, bár 83%-uk látja úgy, hogy a médiát éri politikai nyomásgyakorlás, a sajtószabadság állapotát mégis jobbnak látják, mint 2013-ban.

A politikai és gazdasági nyomásgyakorlás tekintetében a lakosság véleménye az újságírókhoz és a menedzserekhez képest keveset változott. Az erős magyarázóerővel bíró pártpreferencia viszont ebben az esetben már kevésbé határozza meg a vélemények alakulását.

A lakosság esetében 2012 óta 9 százalékponttal csökkent azok aránya, akik szerint vannak elhallgalt jelenségek a hazai médiában.

Újságírók

Az újságírók véleményének időbeli változása tendenciaként értelmezhető, a sajtószabadságról alkotott kép ugyanis láthatóan folyamatosan romlik. Az újságírók véleményének negatív irányú változását az okozza, hogy egyre többen érzik úgy, nő a politikai nyomásgyakorlás mértéke. Három év alatt 9-ről 29%-ra nőtt azok aránya, akik úgy érzik, hogy a munkahelyük pénzügyi háttere nagyon erősen függ a politikától, és 33%-ról 52%-ra nőtt azok aránya, akik szerint olyan erős a politikai nyomás, hogy az már korlátozza a sajtószabadságot.

Az újságírók szerint a sajtószabadság érvényesülésének két legfontosabb eleme 2014-ben a szabad reklámpiac, illetve az ezzel szorosan összefüggő állami reklámköltés átláthatósága és a közszereplők szabad bírálhatósága volt. Amíg az előző két évben a médiahatóságnak a politikai pártok jelöltjeivel való feltöltése az első két helyen szerepelt, 2014-re az egyre súlytalanabbá váló Médiatanács politikai függősége csak az ötödik legfontosabb eleme lett a sajtószabadságnak. Az a tény, hogy a megkérdezett újságíróknak csak 8%-a tartotta a Médiatanácsot a sajtószabadság érvényesülését erősítő intézménynek, jól mutatja a média és a sajtószabadság sajátosan magyar problémáit.

Médiamenedzserek

A menedzserek sajtószabadságról alkotott képe 2012 és 2013 között majdnem egy pontot javult, majd 2014-re romlott egy kicsit. A három megkérdezett csoport közül a médiamenedzserek ítélik egyedül inkább jónak a sajtószabadság állapotát.

A menedzserek esetében is igaz, hogy a politikai nyomásgyakorlás percepciója szoros összefüggésben van a sajtószabadságról kialakított képpel. A három csoport sajtószabadságról alkotott véleménye közötti különbség tehát abból ered, hogy a többi csoporthoz képest a kutatásban részt vevő médiamenedzserek egyre kisebb része érez politikai, vagy gazdasági nyomásgyakorlást. Ezt az eredményt nyilvánvalóan befolyásolta a minta nagysága és összetétele: kevés médiamenedzser volt hajlandó válaszolni a kérdéseinkre, és a kritikusabb véleményt valló médiumoknál dolgozó médiamenedzserek elutasították a válaszadást.

Úgy tűnik, hogy a menedzserek és az újságírók véleménye, ha nem is ellentétes egymással, de erős különbségeket mutat. Mind a sajtószabadság, mind a változások esetében azt látjuk, hogy az újságírók inkább rosszabbnak, a menedzserek inkább jobbnak látják a hazai média állapotát. A médiamenedzserek sajtószabadságról alkotott véleménye erőteljesen megosztott. A megosztottság mellett azonban a menedzserek véleményének alakulásában tendenciát fedezhetünk fel, a többségük ugyanis folyamatosan legalább jónak értékeli a sajtószabadság hazai helyzetét.

1. SAJTÓSZABADSÁG-INDEX

A három csoportból csak a médiamenedzserek értékelik inkább jónak a sajtószabadság magyarországi állapotát. A lakosság se jónak, se rossznak, az újságírók pedig inkább rossznak tartják a helyzetet. Az előző évhez képest mindhárom vizsgált csoport esetében nagyon kicsi a változás mértéke, azaz a csoport tagjainak véleményében nem történt szignifikáns módosulás. Bár 2013 óta keveset változott a sajtószabadság megítélésnek mértéke, a vizsgált csoportok véleménye különböző.

Az újságírók szerint a sajtószabadság helyzete évről-évre egyre rosszabb, amíg az egytől tízes skálán 2012-ben még majdnem közepesre értékelték a sajtószabadságot, addig 2014-ben már csak egy kicsivel jobbra, mint négyes. Ezzel szemben a lakosság véleménye, ha csak egy kicsit is, de javult a sajtószabadságról, hiszen már majdnem elérte a közepes értéket. A menedzserek sajtószabadságról alkotott képe viszont nehezen értelmezhető, 2012 és 2013 között majdnem egy pontot javult, majd 2014-re romlott egy kicsit. A három megkérdezett csoport közül a médiamenedzserek ítélik egyedül inkább jónak a sajtószabadság állapotát.

↘ *Sajtószabadság-index (1-10-es skála)*

	2012	2013	2014	Változás
Lakosság	4,6	4,6	4,9	Javult
Újságírók	4,8	4,3	4,1	Romlott
Médiamenedzserek	5,4	6,2	5,9	Romlott

Az újságírók véleményének negatív irányú változását továbbra is a leginkább a média politikához való viszonya magyarázza. Azaz egyfelől egyre többen érzik úgy, hogy nő a politikai és gazdasági nyomásgyakorlás mértéke, másfelől ezek az újságírók egyre rosszabbak látják a hazai sajtószabadság állapotát.

A médiamenedzserek sajtószabadságról alkotott véleményét hasonlóan az újságírókéhoz a média politikához való viszonya befolyásolja. Az újságírókkal szemben azonban a menedzserek a kis romlás ellenére is inkább jónak látják a sajtószabadság hazai helyzetét. Ezt az eredményt nyilvánvalóan befolyásolta a minta nagysága és összetétele: kevés médiamenedzser volt hajlandó válaszolni a kérdéseinkre, és a kritikusabb véleményt valló médiumoknál dolgozó médiamenedzserek elutasították a válaszadást.

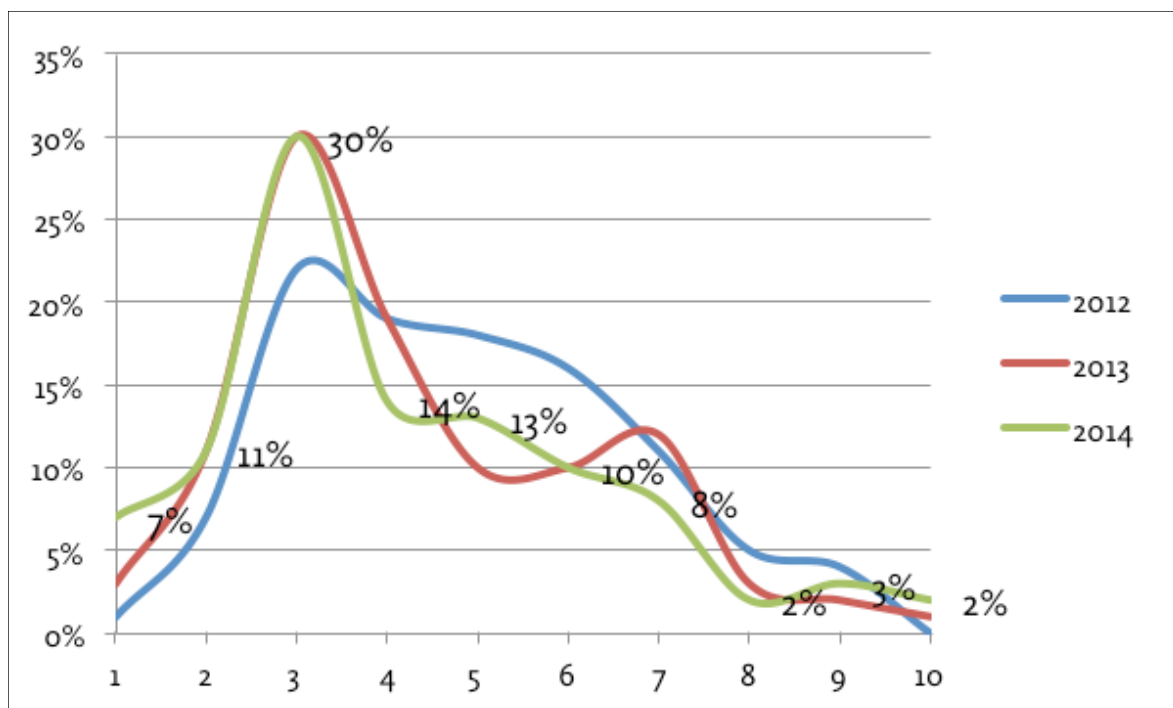
Csakúgy, mint a korábbi években a pártpreferencia hat leginkább a lakossági vélemények alakulására. A Fidesz szavazók inkább jónak, az MSZP szavazói inkább rossznak értékelik a hazai sajtószabadság állapotát. Azok, akik semmiképpen nem mennének el szavazni, szintén inkább rossznak látják a sajtószabadság helyzetét. A lakosság véleménye valamelyest javult 2013 óta, ennek oka talán a pártpreferencia arányainak változása lehet. A Fidesz szavazótábor 7 százalékponttal emelkedett 2013 óta, az MSZP szavazóinak aránya viszont 3 százalékponttal csökkent. Azaz a Fidesz szavazóinak növekedésével nőtt azok aránya, akik a sajtószabadság állapotát inkább jónak érzékelik. A lakossági kérdőív 2014 szeptemberében került lekérdezésre, tehát az akkori pártpreferencia adatokat tükrözi.

1.1. Újságírók

Az újságírók sajtószabadságról alkotott véleménye az alábbi diagram alapján jól láthatóan folyamatosan egyre rosszabb. Az index eloszlását megvizsgálva azt láthatjuk, hogy amíg 2013 és 2014-ben nagyon hasonló volt a legrosszabb értékek százalékos aránya, 3-as értéket mindkét évben a válaszadók 30%-a adott, addig a sajtószabadságot jónak ítéelő válaszadók aránya stagnál, vagy éppen csökken.

Mindkét évben 45 és 48% között mozgott azoknak az aránya, akik szerint a sajtószabadság helyzete az 1-es és a 3-as érték között van, azaz kifejezetten rossznak mondható. Azok aránya, akik 8-as, vagy annál magasabb értéket adtak, akik szerint tehát a sajtószabadság állapota nagyon jó, 2013-ban 6%, 2014-ben 7% volt.

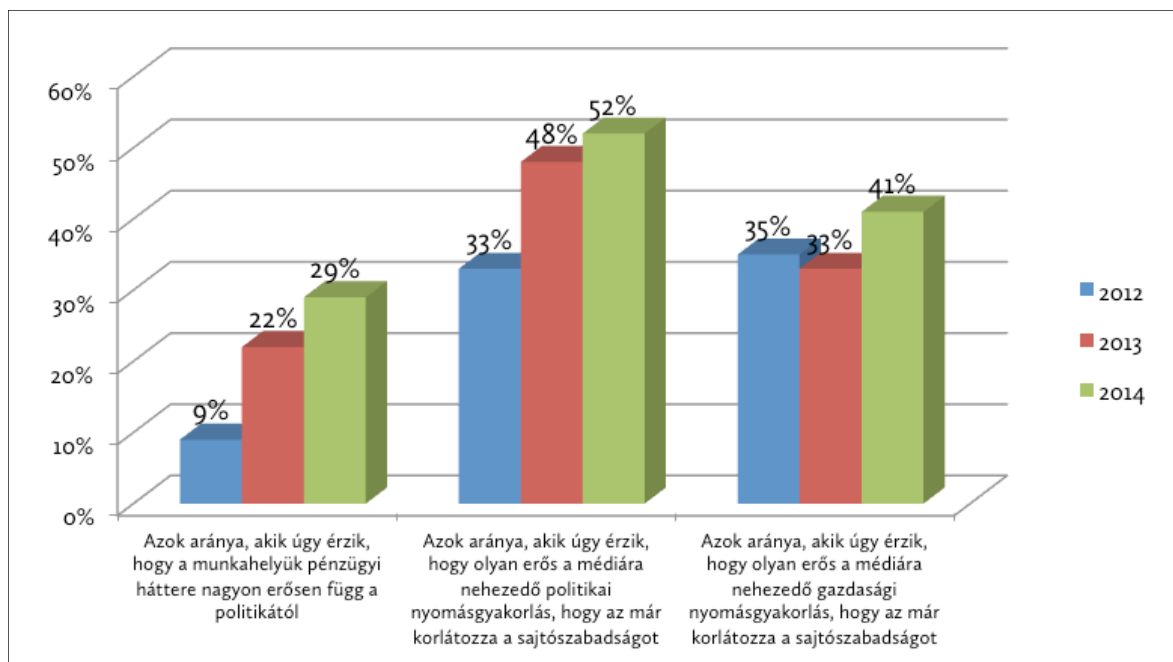
↓ Az újságírói sajtószabadság-index megoszlásai



A sajtószabadság értékelése egyfelől összefügg a médiára nehezedő politikai, illetve gazdasági nyomásgyakorlásról alkotott képpel, másfelől hatással van rá az újságíró munkahelye is. Azok, akik szerint nagyon gyenge a média felé irányuló politikai és gazdasági nyomásgyakorlás, a sajtószabadság értékét átlagosan 6-osra, azaz inkább jóra értékelték. Ehhez képest azok, akik szerint nagyon erős a politikai és a gazdasági nyomásgyakorlás mértéke, 3-as értéket adtak, azaz a sajtószabadság állapotát inkább rossznak látják. Az újságíró munkahelye is befolyásolja a sajtószabadság megítélését, a nyomtatott és az online sajtó munkatársainak véleménye megegyezik a teljes minta átlagával, azaz szerintük a sajtószabadság értéke 2014-ben 4,1 körül mozog. A közszolgálati televízió és rádió újságírói szerint viszont jobb a helyzet, ők majdnem 6-osra (5,7) értékelték a sajtószabadság állapotát. A kereskedelmi televízió és a közösségi rádió újságírói viszont az átlagnál rosszabbnak látják a sajtószabadságot, ugyanis átlagosan 3-asra értéket adtak.

Az újságírók szerint a sajtószabadságnak továbbra is a politikai függetlenség a legfontosabb eleme. A vélemények romlásában vélhetően az is közrejátszik, hogy a mintában megnőtt azok aránya, akik úgy érzik, hogy a politika olyan mértékben fenyegeti a médiát, amely már korlátozza a sajtószabadságot. Az adatok azt mutatják, hogy évről évre nőtt azok aránya, akik a legerősebbnek érzékelték a politikai, a gazdasági nyomásgyakorlás mértékét, illetve akik úgy vélték, hogy munkahelyük pénzügyi háttere nagyon erősen függ a mindenkori politikától. Három év alatt 9-ről 29%-ra nőtt azok aránya, akik úgy érzik, hogy a munkahelyük pénzügyi háttere nagyon erősen függ a politikától, és 33%-ról 52%-ra nőtt azok aránya, akik szerint olyan erős a politikai nyomás, hogy az már korlátozza a sajtószabadságot.

↓ Az újságírók véleménye a média politikától való függetlenségéről



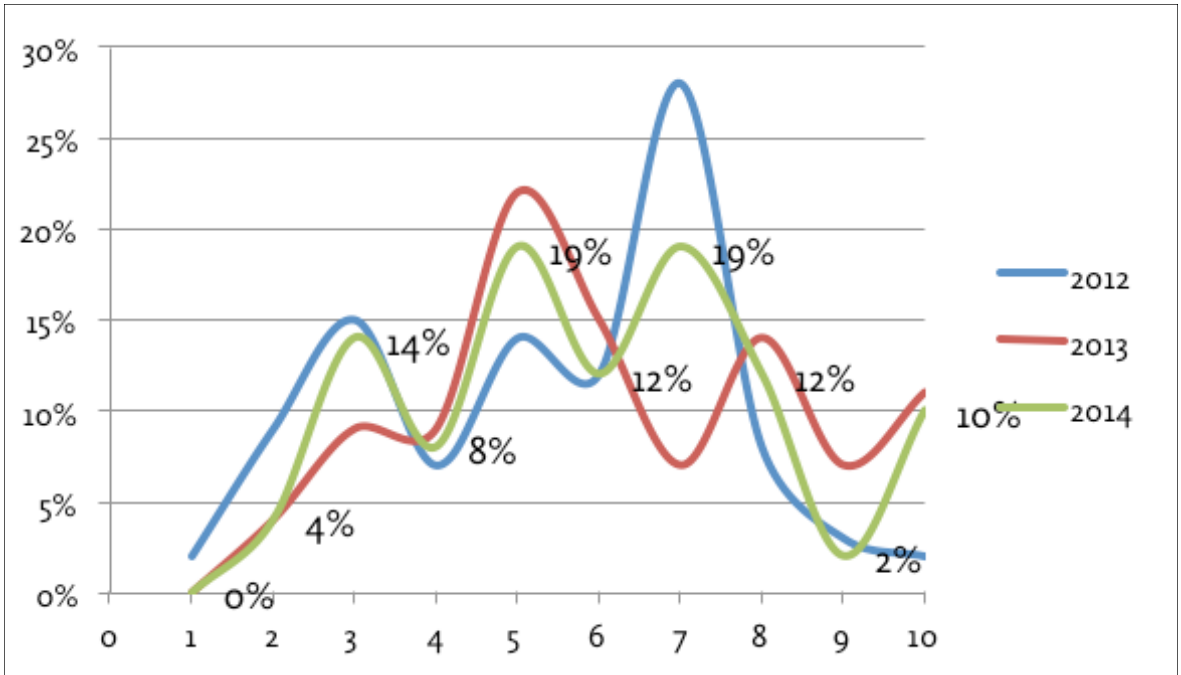
Amennyiben a politikai és gazdasági nyomásgyakorlás illetve a sajtószabadság összefüggéseinek időbeni változásait vizsgáljuk, úgy azt tapasztaljuk, hogy az újságírók szorosabb kapcsolatot érzékelnek a két változó között, mint tavaly. Tavalyhoz képest ugyanis romlott a sajtószabadság megítélése azok között, akik szerint akár a médiára gyakorolt politikai, akár a gazdasági nyomásgyakorlás nagyon erős. Azaz nyomásgyakorlás mértékéről alkotott percepció nagyban befolyásolja a sajtószabadság megítélését. Minél rosszabb a nyomásgyakorlásról alkotott vélemény, annál rosszabb a sajtószabadság helyzetének megítélése is.

	...azok szerint a sajtószabadság-index átlagértéke	
	2013	2014
Akik szerint a médiára gyakorolt politikai nyomásgyakorlás mértéke nagyon erős,...	3,7	3,3
Akik szerint a médiára gyakorolt gazdasági nyomásgyakorlás mértéke nagyon erős,...	3,6	3,2

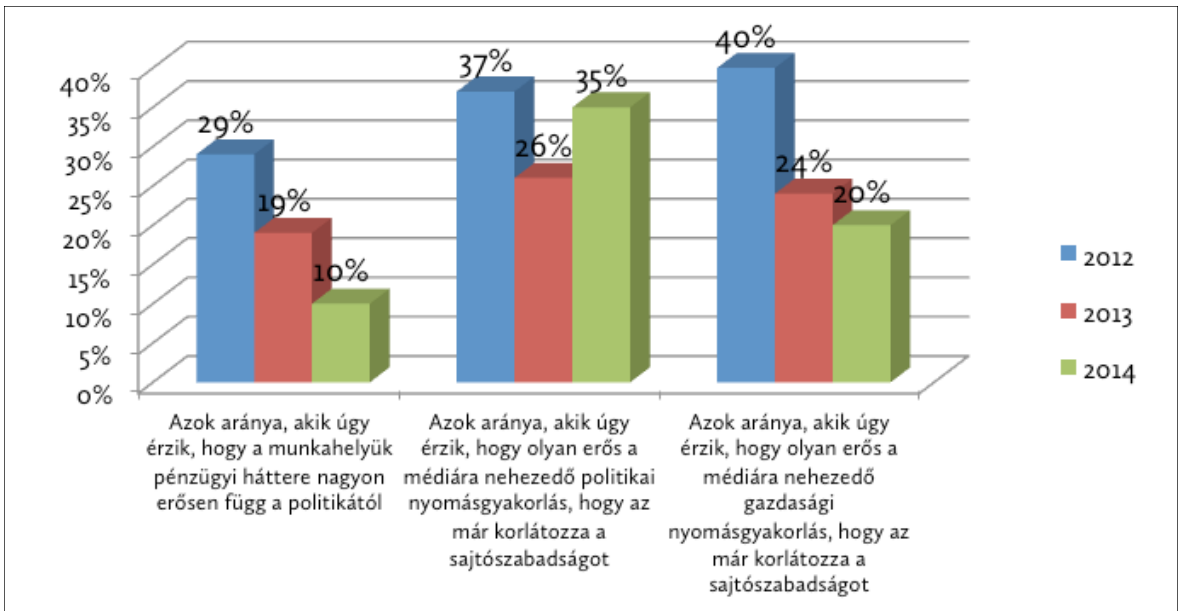
1.2.Médiamenedzserek

Az alábbi ábra arra hívja fel a figyelmet, hogy a médiamenedzserek sajtószabadságról alkotott véleménye erőteljesen megosztott. A megosztottság mellett azonban a menedzserek véleményének alakulásában tendenciát fedezhetünk fel, a többségük ugyanis folyamatosan legalább jónak értékeli a sajtószabadság hazai helyzetét. Azok aránya, akik a sajtószabadság helyzetére legalább jó értékelést adtak (hatos értéktől felfelé), mindhárom évben egyformán magas volt, 2012-ben 53%, 2013-ban 54%, és végül 2014-ben 55%. A médiamenedzserek többsége tehát úgy tűnik, hogy a szabályozás változásaitól függetlenül elégedett a sajtószabadság állapotával.

↘ A médiamenedzserek sajtószabadság-indexének megoszlásai



↘ Médiamenedzserek véleménye a média politikától való függetlenségéről



A fenti ábrán egyszerre mutatjuk be azok arányát, akik a legerősebbnek érezték a politikai és a gazdasági nyomásgyakorlást, illetve azokat, akik úgy vélték, hogy a munkahelyük pénzügyi háttere erősen függ a politikától.

Azon menedzserek aránya, akik a gazdasági nyomásgyakorlást erősnek érezték, valamint azoké, akik szerint a munkahelyük pénzügyi háttere erősen függ a politikától, évről évre csökken. Három év alatt felére csökkent azok aránya, akik szerint erős a médiára nehezedő gazdasági nyomásgyakorlás.

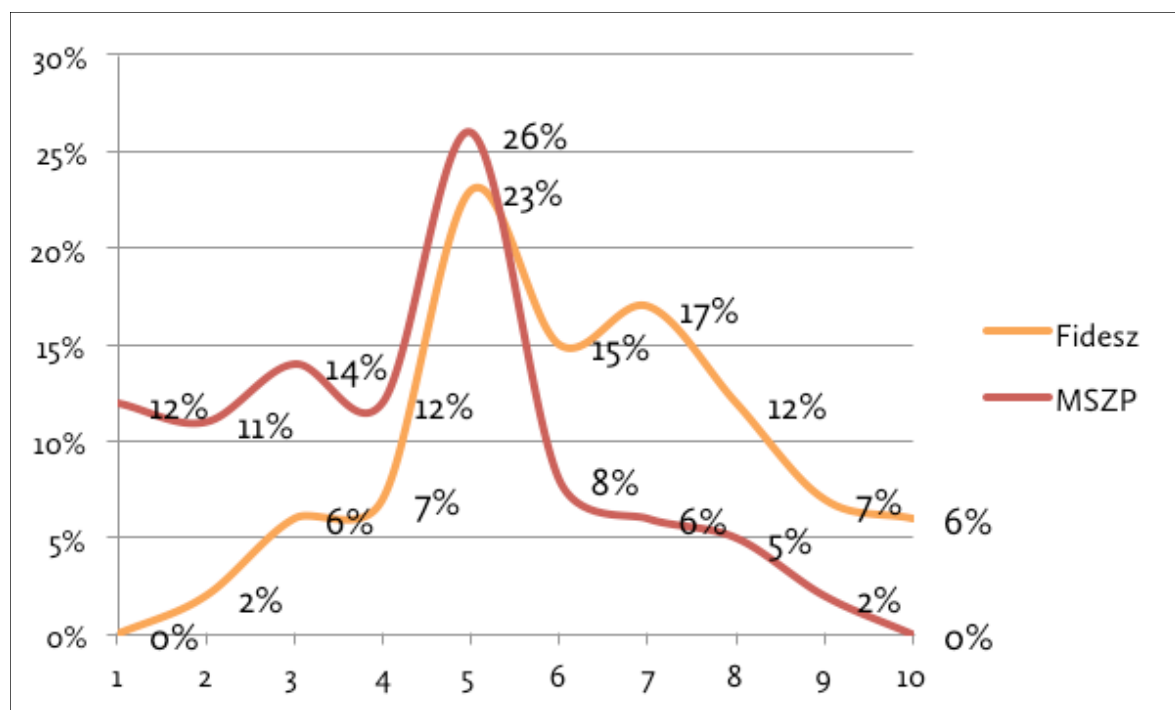
A politikai nyomásgyakorlást azonban a 2013-as javulást követően 35% vélte nagyon erősnek. Azaz a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás percepciója romlott az előző évhez képest. A menedzserek politikai nyomásgyakorlásról megfogalmazott véleménye polarizált, hiszen 18%-uk egyáltalán nem lát politikai nyomást, viszont összesen 55%-uk véli azt, hogy valamilyen politikai nyomásgyakorlás éri a médiát, azaz ennyien adtak hármas vagy négyes értéket a politikai nyomásgyakorlásra.

1.3. Lakosság

A lakossági vélemények alakulására leginkább a pártpreferencia hat. A Fidesz/kormánypárti szavazók inkább jónak, az MSZP/ellenzék szavazói inkább rossznak értékelik a hazai sajtószabadság állapotát. A lakosság véleménye valamelyest javult 2013 óta, ennek oka talán a pártpreferencia arányainak változása lehet. A Fidesz szavazótábor 2014 szeptemberéig 7 százalékponttal emelkedett 2013 óta, az MSZP szavazóinak aránya viszont 3 százalékponttal csökkent. Azaz a Fidesz szavazóinak növekedésével nőtt azok aránya, akik a sajtószabadság állapotát inkább jónak érzékelik.

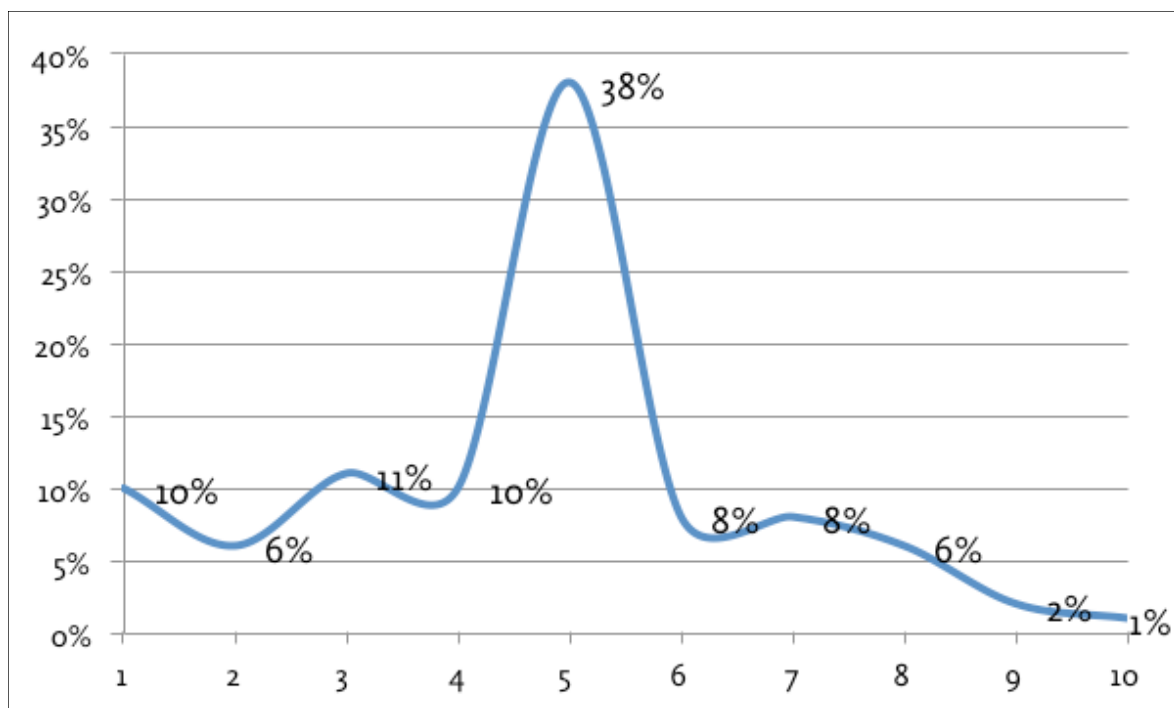
Míg 2012 óta minden évben a Fidesz szavazóinak többsége, majdnem 60%-a hatost vagy afölötti értéket adott a sajtószabadság állapotára, addig az MSZP szavazóinak körülbelül a 60%-a (2013-ban 55%, 2014-ben 63%) négyesre vagy rosszabbra értékelte a sajtószabadság helyzetét.

↓ Lakossági sajtószabadság-index megoszlása pártpreferencia szerint (2014)



Bár mindhárom vizsgált évben leginkább a pártpreferencia határozta meg a lakosság sajtószabadságról alkotott véleményét, azért a média és a politika kapcsolata, a politikai függetlenség kérdése a lakosság megítélése szerint is összefügg a sajtószabadság értékelésével. Azok ugyanis, akik szerint erős a politikai nyomásgyakorlás a média irányába, csak 4,2-es értéket adtak, azok viszont, akik szerint nincs politikai nyomás egyáltalán, az átlag fölé, 7-re értékelték a sajtószabadság helyzetét.

↓ Lakossági sajtószabadság-index megoszlása – akik semmiképpen nem mennének el szavazni (2014)



A bizonytalanok, akik nem mennének el szavazni, az átlag alatt, 4,1-re értékelték a sajtószabadság állapotát. Összesen 37%-uk vélte úgy, hogy a sajtószabadság állapota inkább rossz, és csak 25%-uk érzékelte inkább jónak a sajtószabadságot 2014-ben Magyarországon.

2. A SAJTÓSZABADSÁG ÉRVÉNYESÜLÉSÉNEK SZEMPONTJAI

A következőben az vizsgáltuk, hogy az általunk fontosnak vélt állítások közül melyek milyen erővel befolyásolják a sajtószabadság megítélését. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a médiamenedzserek illetve az újságírók számára milyen fontossággal bírnak az egyes szempontok. Az elemzésben mérleg-indexet alkalmazunk, hogy számszerűsítve mutassuk be a vélemények alakulását.

↓ Ön szerint az alábbiak közül mi szükséges a sajtószabadsághoz?
(egyáltalán nem fontos=-100 pont, nem fontos=-50 pont, fontos=+50 pont, nagyon fontos=+100 pont)

	Újságírók			Médiamenedzserek		
	2012 mérleg	2013 mérleg	2014 mérleg	2012 mérleg	2013 mérleg	2014 mérleg
Az állami reklámpénzek és támogatások elosztása a médiapiacra átlátható	*	83 pont	87 pont	*	80 pont	90 pont
A reklámpiacon az állam hagyja a piaci mechanizmusok érvényesülését, abba hatósági eszközökkel nem avatkozik bele	*	*	80 pont	*	*	67 pont
A tulajdonos, a menedzsment és a szerkesztőség kapcsolata átlátható	*	*	76 pont	*	*	70 pont
A médiahatóság nem kizárólag politikai pártok jelöltjeiből áll	83 pont	79 pont	76 pont	75 pont	60 pont	84 pont
A közszereplők szabadon, jogi fenyegetettség nélkül bírálhatók	*	78 pont	82 pont	*	68 pont	60 pont
A nyomtatott és online sajtótermékek felett csak a független bíróság gyakorolhat felügyeletet, más szerv nem	80 pont	77 pont	78 pont	51 pont	43 pont	64 pont
A médiaügynökségek és a politikai pártok között nincs összefonódás	*	*	74 pont	*	*	62 pont
Kiszámítható szabályozási és finanszírozási háttérrel rendelkező reklámpiac	*	*	72 pont	*	*	70 pont
A médiatulajdonosok és a politikai pártok között nincs összefonódás	82 pont	72 pont	67 pont	67 pont	73 pont	69 pont
Szerkesztőségi cikkekhez fűzött kommentekért a szerkesztőséget nem terheli felelősség, csak a kommentelőt	*	*	62 pont	*	*	53 pont
A szerkesztőség munkáját etikai kódex szabályozza, (amelynek része a tulajdonos, a menedzsment és a szerkesztőség kapcsolatának rendezése)	73 pont	69 pont	57 pont	66 pont	58 pont	60 pont
Erős újságírói szakmai szervezetek képviseli az újságírókat	47 pont	67 pont	64 pont	60 pont	46 pont	41 pont
a szabályozásban jelentős szerepe van az önszabályozásnak	56 pont	60 pont	53 pont	62 pont	40 pont	60 pont
Közpénzből finanszírozott közszolgálati műsorszolgáltatás működik	28 pont	39 pont	20 pont	42 pont	38 pont	38 pont
Az újságíróknak érdemi beleszólása van a főszerkesztő megválasztásába	26 pont	36 pont	35 pont	19 pont	8 pont	33 pont
A médiatermékek inkább magyar tulajdonban vannak	-48 pont	-47 pont	-47 pont	-3 pont	9 pont	-7 pont

2.1. Újságírók

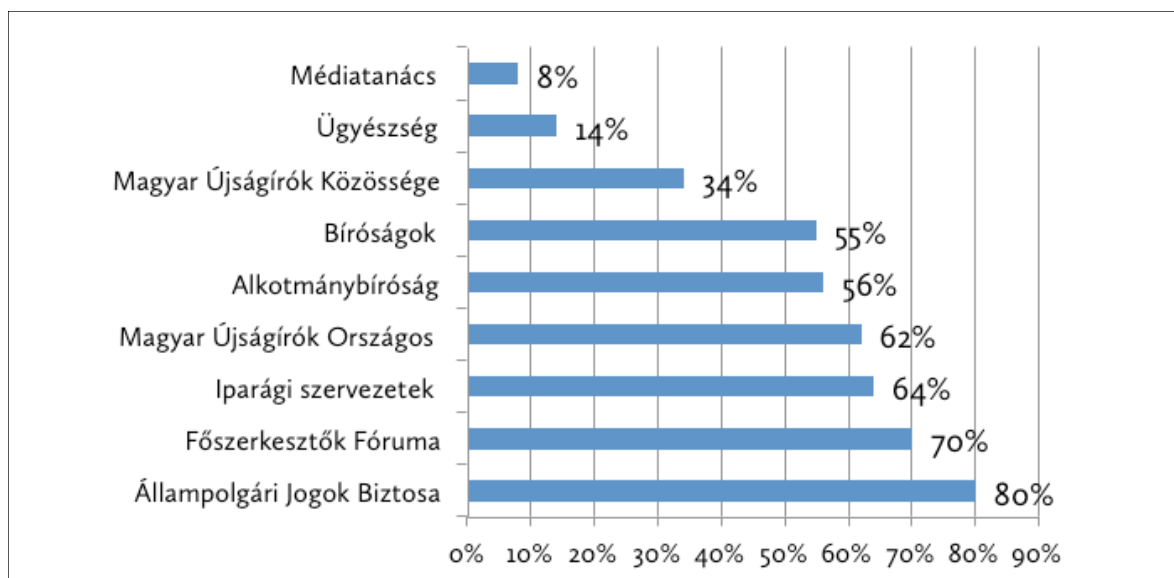
A sajtószabadság érvényesülési szempontjainak változásai azt mutatják, hogy az újságírók a gyors kormányzati intézkedésekre szintén gyorsan és meglehetősen érzékenyen reagálnak. Az újságírók szerint a sajtószabadság érvényesülésének két legfontosabb eleme 2014-ben a szabad reklámpiac, illetve az ezzel szorosan összefüggő állami reklámköltés átláthatósága és a közszereplők szabad bírálhatósága volt. Érdekes módon csak ennek a két szempontnak a fontossága nőtt az előző évhez képest. Úgy tűnik tehát, hogy magyar újságírók számára a sajtószabadságnak van egy gazdasági feltétele, a reklámpiac, és ezen belüli az állami reklámpiac átlátható működése, és van egy a véleménynyilvánítás szabadságát biztosító feltétele, a közszereplők szabad bírálhatósága.

A válaszokból egyfajta preferencia sorrend rajzolódik ki, hiszen például a médiatulajdonosok és a politikai pártok közötti összefonódás feltehetőleg azért veszített az eltelt három évben 15 pontot a jelentőségéből, mert újabb, aktuálisabb szempontok kerültek előtérbe, mint például az állami reklámköltségek átláthatósága.

Amíg az előző két évben a médiahatóságnak a politikai pártok jelöltjeivel való feltöltése az első két helyen szerepelt, 2014-re az egyre súlytalanabbá váló Médiatanács politikai függősége csak az ötödik legfontosabb eleme lett a sajtószabadságnak. A médiahatósághoz hasonlóan a médiatulajdonosok és a pártok közötti összefonódás hiánya is egyre kevésbé fontos szempontja a sajtószabadságnak. 2012 óta, valamennyi állítás közül a legtöbbet, összesen 15 pontot csökkent a fontossága. Úgy tűnik, hogy a média és a politika viszonyában most a reklámpiac szabadságát, átláthatóságát tartják a legfontosabb területnek az újságírók. A szakmai függetlenség (az újságírói szakmai szervezetek képviseletének jelentőségét, az újságíróknak a főszerkesztő megválasztásába történő beleszólását, illetve az önszabályozást soroltuk ide) szempontjai is veszítettek jelentőségükből, a közszolgálati műsorszolgáltatás működése pedig csak 20 pontot kapott 2014-ben és ezzel az utolsó előtti helyre került. Úgy tűnik, hogy az újságírók egyre kevésbé hisznek az önszabályozásban, mivel „a szerkesztőségi munkát etikai kódex szabályozza” állítás 16 pontot esett három év alatt. Az érdekérvényesítés viszont egyre fontosabbá válik, az erős újságírói szakmai szervezetek szempontja három év alatt 17 pontot javult.

Ebben az évben nemcsak a sajtószabadság érvényesülésének szempontjait vizsgáltuk, hanem azt is, hogy a média működését biztosító intézmények, illetve a független szervezetek milyen mértékben járulnak hozzá a sajtószabadság érvényesüléséhez. A kérdésben szereplő intézményeket mi adtuk meg előre, a szakmai szervezetek, valamint a bíróságok és az ombudsman mellett az ügyészség azért került bele a listába, mert úgy gondoltuk, hogy a sajtószabadsághoz hozzátartozik az is, hogy az állami büntetőpolitika hogyan viszonyul az újságírókkal szembeni büntetőeljárásokhoz. Az ügyészség ilyen irányú aktivitása, vagy épp passzivitása képes a sajtószabadság érvényesülését befolyásolni.

↘ Az alábbi intézmények közül melyik erősíti inkább a sajtószabadság érvényesülését? (2014)



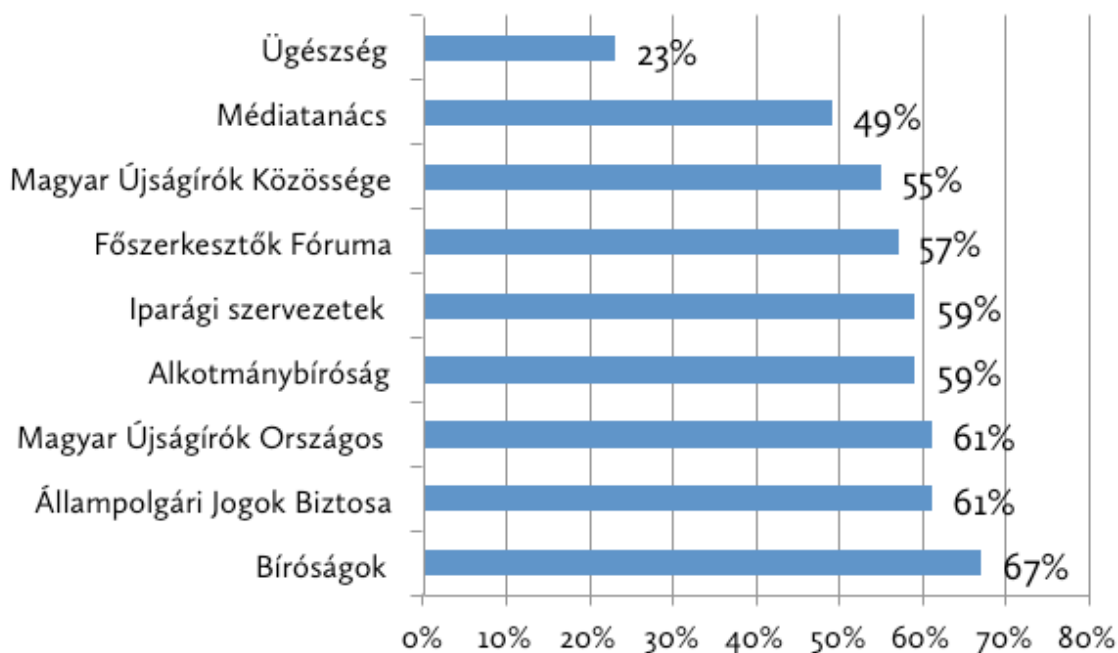
Az intézmények közül a szakmai szervezetek emelkedtek ki. Az újságírók 2014-ben úgy látták, hogy az ombudsman után leginkább a szakmai szervezetek, a Főszerkesztők Fóruma, az iparági szervezetek, illetve a MUOSZ járulnak hozzá a sajtószabadság érvényesüléséhez. Komoly kritikaként értelmezhető, hogy csak az 56%-a jelölte meg az Alkotmánybíróságot, 55%-uk pedig a rendes bíróságokat. Ezek az adatok erős bizalmatlanságról tanúskodnak. Az a tény, hogy a megkérdezett újságíróknak csak 8%-a tartotta a Médiatanácsot a sajtószabadság érvényesülését erősítő intézménynek, jól mutatja a média és a sajtószabadság sajátosan magyar problémáit.

2.2. Médiamenedzserek

A menedzserek szerint a sajtószabadság legfontosabb feltétele az állami reklámpénzek és támogatások átlátható elosztása. 2013 óta 10 ponttal növekedett a vélemények mérlege ennél a tételnél, és az idei 90 pontos átlag azt jelenti, hogy konszenzus van a válaszadók körében: ez a feltétel fontos. A második legfontosabb feltételnek az bizonyult, hogy a médiahatóság ne kizárólag politikai pártok jelöltjeiből álljon. Itt az is figyelemreméltó, hogy 2013-hoz viszonyítva nagyon jelentős a növekedés.

A legjelentősebb pozitív véleményváltozás a szakmai függetlenség szempontjai között tapasztaltunk, „Az újságíróknak érdemi beleszólása van a főszerkesztő megválasztásába.” szempontnál 25 pontos emelkedés történt 2013 óta. Jelentősen növekedett a független bíróságoknak tulajdonított fontosság, miközben csökkent az önszabályozásnak tulajdonított. Ebben nyilván szerepet játszik az is, hogy 2014-ben több adat-nyilvánosságot érintő perben is a média szereplőknek adtak igazat a bíróságok az állammal, illetve más hatóságokkal szemben.

↓ Az alábbi intézmények közül melyik erősíti inkább a sajtószabadság érvényesülését? (2014)



A médiamenedzserek többsége szerint az ügyészség, és a Médiatanács erősíti a legkevésbé a sajtószabadság érvényesülését. Ugyanakkor a többség szerint a kérdőíven szereplő többi intézmény inkább erősíti a sajtószabadságot, mint szűkíti. Akik viszont kritikusak a sajtószabadság helyzetével, azok inkább a szakmai intézményekben bíznak.

2.3. Vélemények összevetése

Az újságírók és a menedzserek szerint a sajtószabadság érvényesülésének legfontosabb feltétele a reklámpiac szabadsága, átláthatósága. Mindkét csoport képviselői az állami reklámpénzek átlátható elosztásának szempontját helyezték az első helyre. Érdekes különbség, hogy amíg az újságírók a médiahatóságot immár kevésbé tartják a sajtószabadság meghatározó szereplőjének, addig a menedzserek számára továbbra is nagyon fontos szempont, hogy a hatóság ne kizárólag politikai pártok jelöltjeiből álljon.

A menedzserek és az újságírók véleménye a sajtószabadság érvényesülését segítő intézmények rangsorában sem egyezik, amíg a menedzserek a bíróságokat tekintik a legerősebb szerepelőnek, addig az újságírók az ombudsmant tették az első helyre, a bíróságokat pedig csak a hatodik helyre sorolták. A menedzserek és az újságírók eltérően látják a Médiatanács szerepét: az újságírók szerint a Médiatanács szinte egyáltalán nem erősíti a sajtószabadságot, a menedzserek majdnem fele azonban úgy látja, hogy igen. A két csoport véleménye abban is különbözik, hogy az újságírók szerint az eltelt három évben csökkent a Médiatanács sajtószabadság érvényesülésében betöltött szerepe, a menedzserek szerint viszont nőtt.

3. A MÉDIA MŰKÖDÉSÉNEK MEGÍTÉLÉSE

Ebben a kérdéscsoportban azt vizsgáltuk, hogy a három csoport hogyan értékeli a média általános működését, történt-e változás az eltelt egy évben. Olyan állításokat fogalmaztunk meg, amelyek befolyásolhatják a média állapotát, működését. Azt szerettük volna megtudni, hogy egy év alatt érzékeltek-e változást a vizsgált csoportok. A menedzserek és az újságírók esetében ugyanazokat a kérdéseket tettük fel, a lakosság esetében viszont kevesebb kérdést, mivel úgy véltük, hogy bizonyos kérdések túlságosan szakmaiak. Az elemzésben mérleg-indexet alkalmaztunk, hogy számszerűsítve mutassuk be a vélemények alakulását.

A válaszadók nem ismerik az előző évi eredményeket, így nem azokhoz képest válaszolnak a kérdésekre, hanem a saját benyomásaik alapján. A média működéséről alkotott kép az évenkénti pontszámok alakulásából olvasható ki. Így az alábbi táblázat azt mutatja meg, hogy a 2012-ben felvett adatokhoz képest milyen irányú volt az újságírók, illetve a menedzserek véleményének változása. Azokban az esetekben, ahol egyre magasabbak lettek a negatív pontszámok, ott a válaszadók romlást érzékelnek, ahol pedig pozitív számokat kaptunk, vagy a negatív számok egyre közelítettek a nullához, ott javulást látnak. A változás viszonyítási alapja az első, 2012-es adatfelvétel.

↘ *Hogyan változott? (romlott=-100 pont, nem változott=0 pont, javult=+100 pont)*

	Újságíró			Médiamenedzser		
	2012.	2013.	2014	2012	2013	2014
A médiavállalkozások és a politikai pártok összefonódása	-60 pont	-83 pont	-86 pont	-40 pont	-39 pont	-47 pont
Az újságírói munka megbecsültsége	-59 pont	-81 pont	-72 pont	-49 pont	-41 pont	-33 pont
A közszolgálati médiaszolgáltatás minősége	-69 pont	-79 pont	-80 pont	-16 pont	-4 pont	-14 pont
A médiavállalkozások működési feltételei	-65 pont	-77 pont	-90 pont	-45 pont	-39 pont	-45 pont
Az újságírói munka jogi feltételei	-67 pont	-70 pont	-69 pont	-22 pont	-17 pont	-20 pont
A megjelenő vélemények sokszínűsége	-47 pont	-65 pont	-67 pont	-15 pont	+2 pont	-8 pont
A médiahatóság működésének kiszámíthatósága	-50 pont	-50 pont	-38 pont	-24 pont	+15 pont	-2 pont
A gyermekekre ártalmas tartalmak mennyisége	8 pont	-18 pont	+1 pont	+38 pont	+7 pont	+2 pont

3.1. Újságírók

Amíg 2013-ban az újságírói munka megbecsültsége az előző évhez képest romlott jelentős mértékben, addig 2014-ben a médiavállalkozások működési feltételei esetében érzékeltek jelentős, 13 pontos romlást az újságírók. Úgy tűnik, hogy a különböző kérdésekre adott válaszok egymást erősítve azt mutatják, hogy az újságírók számára a legnagyobb problémát a működés feltételeinek változása jelentette 2014-ben. Elképzelhető, hogy a működési feltételek romlásának érzete – más tényezők mellett – a reklámadó hirtelen és rendkívül gyors bevezetésének is köszönhető.

A közszolgálati médiaszolgáltatás, az újságírói munka jogi feltételei, a vélemények sokszínűsége tekintetében a tavalyi évhez képest nem érzékeltek az újságírók érdemi változást. Az újságírói munka megbecsültségének, a médiahatóság működésének kiszámíthatósága és a gyermekekre ártalmas tartalmak sokszínűségének megítélése javult a tavalyi évhez képest.

3.2. Médiamenedzserek

A menedzserek szerint még 2013-ban 3 területen pozitív volt a válaszok mérlege, de 2014-ben már csak egyetlen ilyen terület maradt: a gyermekekre ártalmas tartalmak mennyisége. Érdekes módon azonban a menedzserek úgy érzik, hogy a hazai médiában a gyermekekre ártalmas tartalmak mennyisége évről-évre nő, hiszen az eltelt 3 évben 36 pontot esett ennek a tételnek a megítélése. Az újságírói munka megbecsültsége viszont évről évre javul, bár még mindig erősen negatív a megítélése.

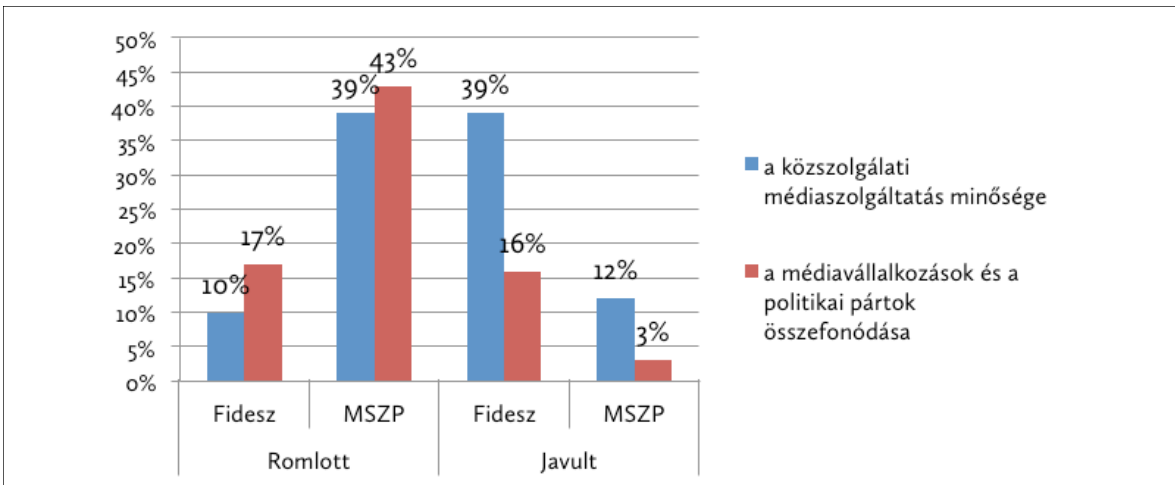
3.3. Lakosság

↓ *Hogyan változott? (romlott=-100 pont, nem változott=0 pont, javult=+100 pont)*

	2012.	2013.	2014.
Az újságírói munka minősége, megbecsültsége	-24 pont	-15 pont	-15 pont
A közszolgálati médiaszolgáltatás minősége	-14 pont	-5 pont	-5 pont
A gyermekekre ártalmas tartalmak mennyisége	-12 pont	-5 pont	-8 pont
A megjelenő vélemények sokszínűsége	-17 pont	-15 pont	-11 pont
A médiavállalkozások és a politikai pártok összefonódása	-26 pont	-25 pont	-26 pont

A sajtószabadság megítélése a közönség véleménye szerint nem változott érdemben. Úgy tűnik, hogy a média működését folyamatosan rossznak látják, de a romlás mértéke lassú. Ugyanakkor a három év adatait együtt nézve az újságírói munka minősége, illetve a közszolgálati médiaszolgáltatás minősége esetében a lakosság egy lassú, de biztos javulást érez. Bár a lakossági vélemények a legpozitívabbak, a legkevesebb pontot mégis mindhárom megkérdezett csoport, így a lakosság szerint is a médiavállalkozások és a politikai pártok összefonódása kapta.

↓ *A lakosság véleményének változása pártpreferencia szerinti bontásban (2014)*



Ebben az esetben is a pártpreferencia magyarázza leginkább a vélemények alakulását. Az MSZP szavazóinak 39%-a szerint romlott a közszolgálati médiaszolgáltatás minősége, viszont a Fidesz szavazóinak ugyanennyi, 39%-a szerint javult.

3.4. Vélemények összevetése

Az újságírók véleménye szerint inkább romlott a helyzet 2012 óta, hiszen valamennyi állítás megítélése rosszabb lett. A közönség sem tartja jónak a média működését, hiszen csak negatív pontszámokat adtak, de a romlás mértéke szerintük lassabb, mint az újságírók szerint. Úgy tűnik, hogy a menedzserek és az újságírók véleménye, ha nem is ellentétes egymással, de erős különbségeket mutat, mind a sajtószabadság, mind a változások esetében azt látjuk, hogy az újságírók inkább rosszabbnak, a menedzserek inkább jobbnak látják a hazai média állapotát.

4. A MÉDIÁRA NEHEZEDŐ POLITIKAI ÉS GAZDASÁGI NYOMÁS

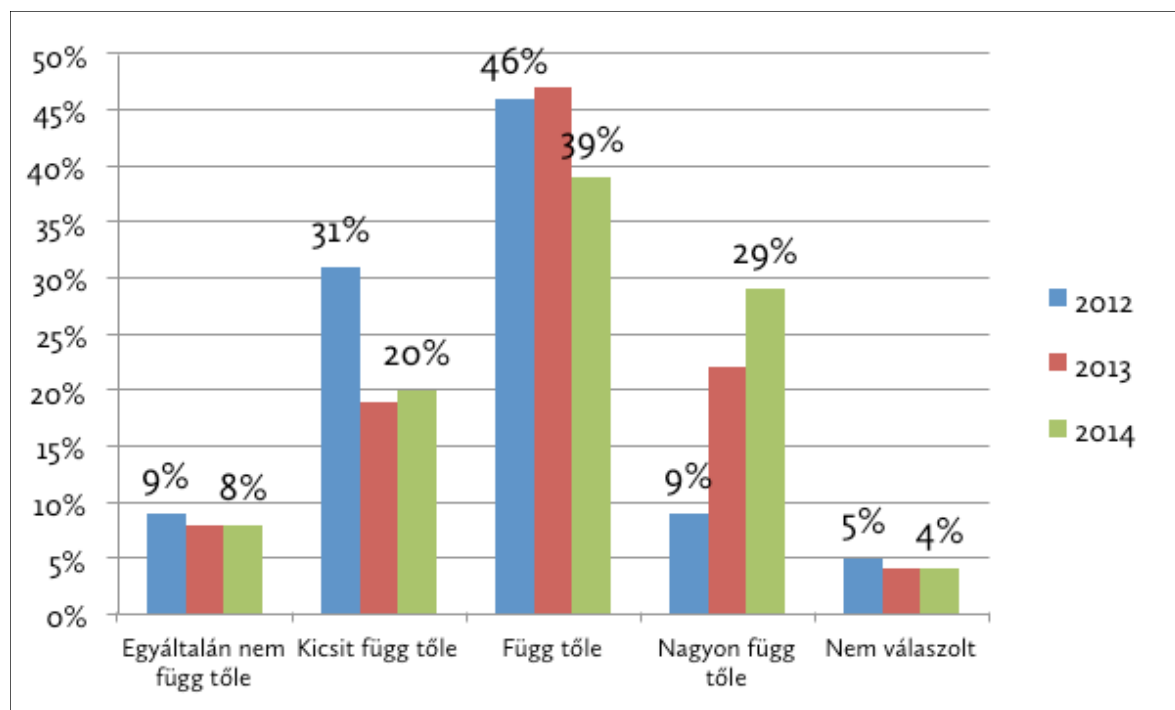
A politikai és gazdasági nyomásgyakorlás, azaz a média függetlensége a sajtószabadság alakulásának szempontjából talán a legmeghatározóbb terület. A szakma, az újságírók és a menedzserek véleménye megegyezik abban, hogy a sajtószabadságot a médiára nehezedő gazdasági és politikai nyomás befolyásolja legerősebben.

Szándékosan nem adtunk pontos definíciót a nyomásgyakorlásra. Inkább azt szeretnénk volna feltárni, hogy a három vizsgált csoport mit és hogyan érzel a médiára nehezedő nyomásgyakorlás jelenségéből.

4.1. Újságírók

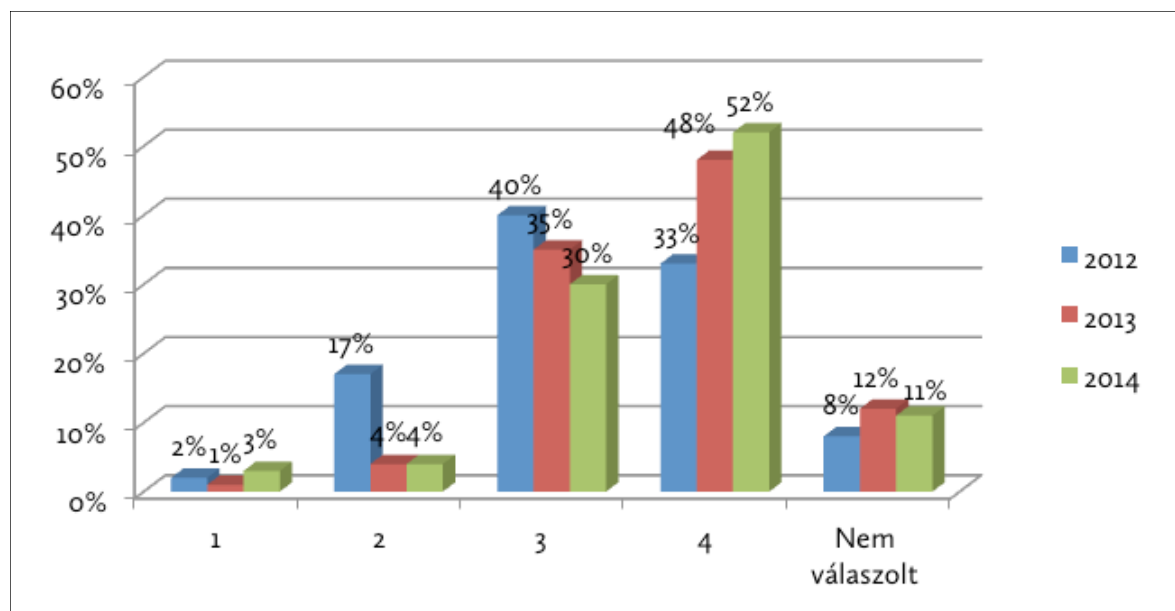
A megkérdezett újságírók szerint a média egyre inkább függ a politikától. 2012 óta 11 százalékponttal csökkent azoknak az aránya, akik szerint a munkahelyük pénzügyi háttere csak kicsit függ a politikától, viszont 9%-ról 29%-ra nőtt azok aránya, akik úgy vélik, hogy a munkahelyük nagyon erős függésben van a mindenkori politikától. A trend egyértelmű, az újságírók körében folyamatosan nő azoknak az aránya, akik úgy érzik, hogy a munkahelyük, a média pénzügyileg függ a politikától.

↓ Mennyiben függ az Ön munkahelyének pénzügyi háttere a mindenkori politikától?



Az újságírók az egyik legnagyobb problémának a politikai nyomásgyakorlást látják ma Magyarországon. Az alábbi ábra azt mutatja, hogy 2012 óta majdnem 20 százalékponttal nőtt azok aránya, akik szerint a politikai nyomás olyan erős, hogy az már korlátozza a sajtószabadságot, viszont 13 százalékponttal csökkent azok aránya, akik nagyon kicsinek látják ezt a nyomást.

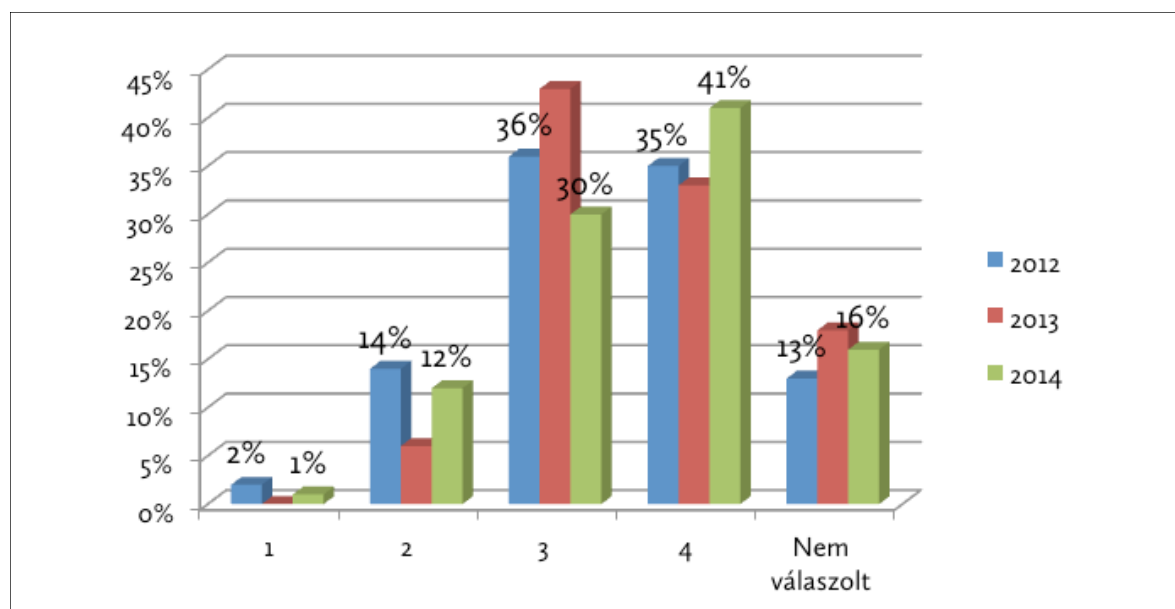
↓ Ön szerint Magyarországon milyen mértékű a médiára gyakorolt politikai nyomásgyakorlás?
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)



A probléma súlyosságát jelzi, hogy 2014-ben a megkérdezett újságíróknak több mint fele, 52%-a érezte úgy, hogy olyan erős a sajtót érő politikai nyomás, hogy az már korlátozza a sajtószabadságot.

Fontos megjegyezni, hogy a politikai nyomásgyakorlásról alkotott véleményt erősen befolyásolja a személyes tapasztalat. Azoknak az újságíróknak, akik úgy nyilatkoztak, hogy személyesen is tapasztaltak politikai nyomást, a 75%-a a politikai nyomásgyakorlás mértékét olyan erősnek érezte, hogy az már korlátozza a sajtószabadságot. Akik viszont nem rendelkeztek ilyen jellegű személyes élménnyel, azoknak csak a 42%-a értékelte nagyon erősnek a nyomásgyakorlás mértékét.

↓ Ön szerint Magyarországon milyen mértékű a médiára gyakorolt gazdasági nyomásgyakorlás?
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)



A gazdasági nyomásgyakorlás esetében is nőtt azoknak az aránya, akik úgy érezték, hogy a nyomás olyan erős, hogy az már a sajtószabadságot veszélyezteti. Ugyanakkor a megkérdezettek 12%-a csak kismértékű a gazdasági nyomásgyakorlást érzékelt. A politikával összehasonlítva az újságírók a gazdasági nyomásgyakorlást gyengébb súlyúnak vélik, mint a politikait.

Amíg a nyomtatott médiában dolgozóknak csupán 36%-a érezte nagyon erősnek a gazdasági nyomást, addig ez az arány az online médiában dolgozó újságírók esetében 56% volt. Elképzelhető, hogy az online média erősebben ki van téve a gazdasági nyomásgyakorlásnak, hiszen a politikaihoz hasonlóan itt is erősen befolyásolja a vélemények alakulását a személyes tapasztalat.

4.1.1. A nyomásgyakorlás eszközei

Úgy tűnik, hogy a nyomásgyakorlás egyes módozatai nem változtak a vizsgált három év alatt, az eszközök szerepének sorrendje ugyanaz. A nyomásgyakorlás mértékének növekedésével összhangban viszont szinte valamennyi eszköz szerepe megerősödött. A 2013-as folyamatok folytatódni látszanak, a gazdasági eszközök szerepe fontosabb, mint a politikai eszközöké.

Az újságírók tehát úgy látják, hogy a politikai nyomásgyakorlás mértéke erőteljesen nő, a gazdaságié kevésbé, de az is növekszik, a nyomásgyakorlás eszközei azonban jellemzően gazdaságiak. A legfontosabb nyomásgyakorlási eszköz az állami hirdetések elosztása. A gazdasági befolyásolás szerepének jelentőségét támasztja alá, hogy a reklámadót az újságírók az eszközök között a második helyre sorolták. A magánhirdetői döntések szerepének növekedését a szűkülő médiapiacon az egyes hirdetőktől való növekvő függést okozhatja.

A politikai eszközök közül a politikusok közvetett befolyása, illetve a médiahatóság döntéseinek, vagy inkább azok lehetőségének szerepe növekedett érdemben.

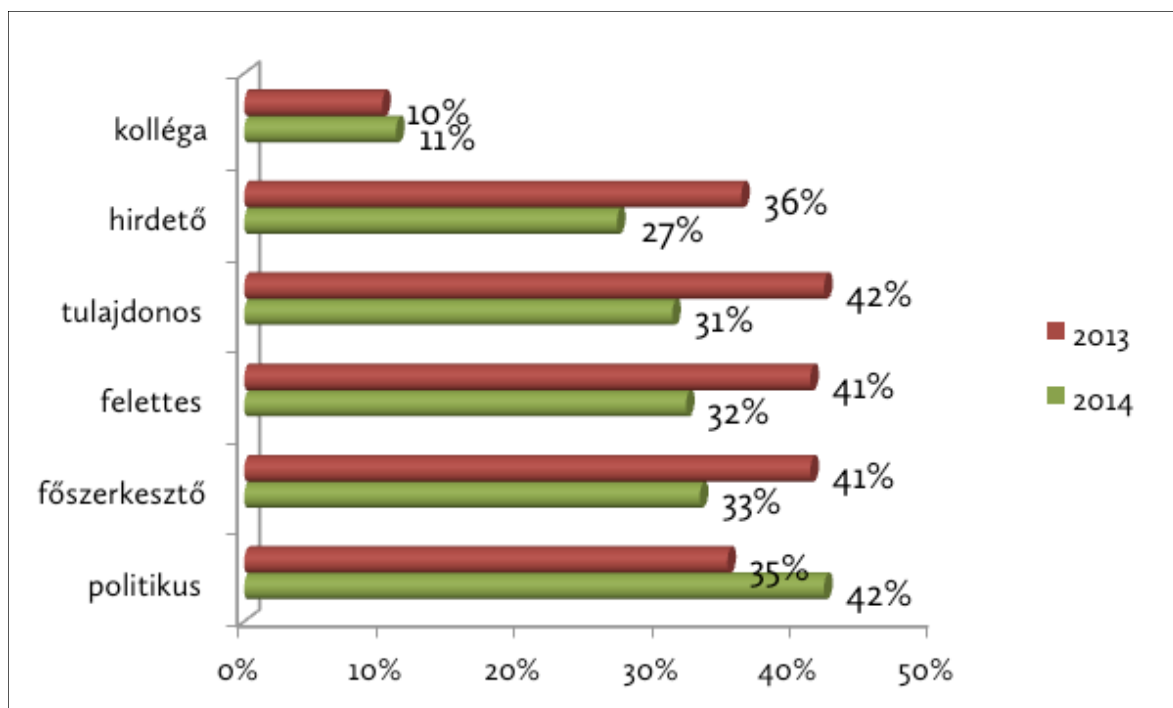
↓ *Milyen erős Ön szerint az alábbi eszközök szerepe a médiára gyakorolt nyomásgyakorlásban? (mérleg-index: nincs semmiféle szerepe a nyomásgyakorlásban=-100 pont, nagyon erős szerepe van=+100 pont)*

	2012.	2013.	2014.
az állami hirdetési döntések (hirdetésmegvonás kritikus tartalom miatt, baráti tartalom jutalmazása)	+44 pont	+54 pont	+52 pont
Reklámadó bevezetése			+40 pont
a politikusok közvetett nyomása, a főszerkesztőn, menedzsmenten keresztül az újságírókra	+28 pont	+36 pont	+39 pont
a különböző médiahatósági döntések szerepe (bírságok, engedélyek, frekvenciaengedélyek)	+21 pont	+29 pont	+33 pont
a hirdetők közvetett a főszerkesztőn és a menedzsmenten keresztül gyakorolt befolyása	+26 pont	+27 pont	+31 pont
a magán hirdetői döntések (hirdetésmegvonás kritikus tartalom miatt, baráti tartalom jutalmazása)	+9 pont	+19 pont	+23 pont
a politikusok nyomása közvetlenül az újságírókra (telefonok, közvetlen kapcsolatok)	+4 pont	+7 pont	+6 pont
a hirdetők közvetlen befolyása az újságírókra	-11 pont	-4 pont	-3 pont

4.1.2. A nyomásgyakorlás forrásai

Ellentmondásosnak nevezhető, hogy az újságírók az előző évekhez képest mindkét típusú nyomásgyakorlást erősebbnek érzik, mégis azt látjuk, hogy a tulajdonostól, a feletttestől, a főszerkesztőtől érkező nyomásgyakorlás mértéke szignifikánsan csökkent. Egyedül a politikustól érkező nyomásgyakorlás mértéke nőtt.

↓ Kérjük, értékelje, hogy kitől érkezett a nyomásgyakorlás? (2014)

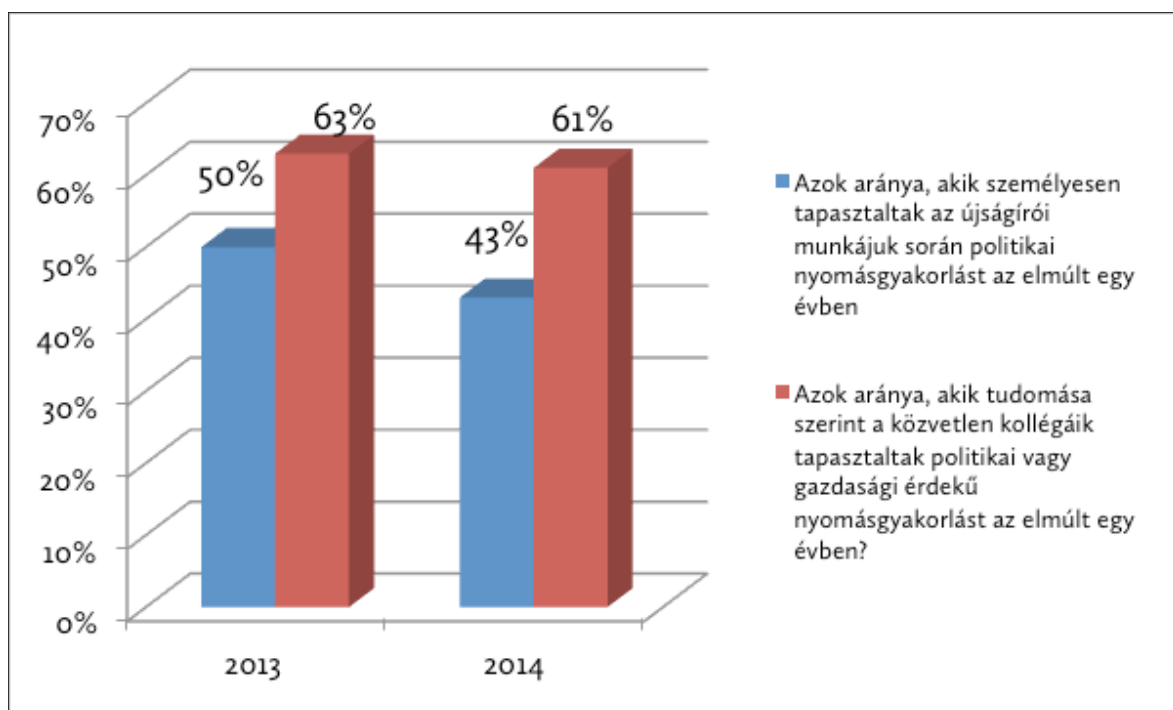


4.1.3. Személyes tapasztalat

Politikai nyomásgyakorlás

Akik személyesen tapasztalták meg a politikai nyomásgyakorlást, azok aránya 2013-ban 50% volt, 2014-re pedig 43%. Érdekes jelenség, hogy miközben évről évre erősebbnek érzékelik az újságírók a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás mértékét, addig a személyes tapasztalatokkal rendelkezők aránya nem igazodik ehhez a változáshoz. 2012 óta majdnem megkétszereződött azok aránya, akik szerint olyan erős a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás, hogy az már veszélyezteti a sajtószabadságot. Mind-ehhez képest a személyes tapasztalatokkal rendelkezők aránya nem követte a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás érzetét. 2013 óta ráadásul 7 százalékponttal csökkent a politikai nyomásgyakorlás terén személyes tapasztalatokkal rendelkezők aránya.

Általában saját magunkról nehezebben állítunk rosszat, mint másokról, ezért lehetséges, hogy többen vannak azok, akik azt feltételezik, hogy a kollégáikat érte valamiféle nyomásgyakorlás, mint azok, akik személyes tapasztalatról beszámolnak. Amíg a megkérdezett újságírók 50%, illetve 2014-ben 43%-a jelzett személyes tapasztalatot, addig a kollégák esetében a válaszadók körülbelül 60%-a feltételezte, hogy érkezett feléjük valamiféle nyomásgyakorlás.



A politikai nyomásgyakorlás jellege alapján két csoportra osztható, ügyek elhallgatására, illetve nem a valóságnak megfelelő tájékoztatásra. Akik személyesen tapasztaltak politikai nyomásgyakorlást azoknak az 50%-a alkalmazza az előbbi és a 30%-a az utóbbi megoldást. Mivel több választ is meg lehetett jelölni, így a számok nem adhatóak össze. A politikai nyomásgyakorlás terén személyes tapasztalatokkal rendelkezők fele alkalmazta az ügyek elhallgatását, és kicsivel kevesebb, mint a harmaduk a valóságnak nem megfelelő tájékoztatást. Elképzelhető tehát, hogy van olyan újságíró, aki egyszerre mindkét módszert alkalmazta már.

Gazdasági nyomásgyakorlás

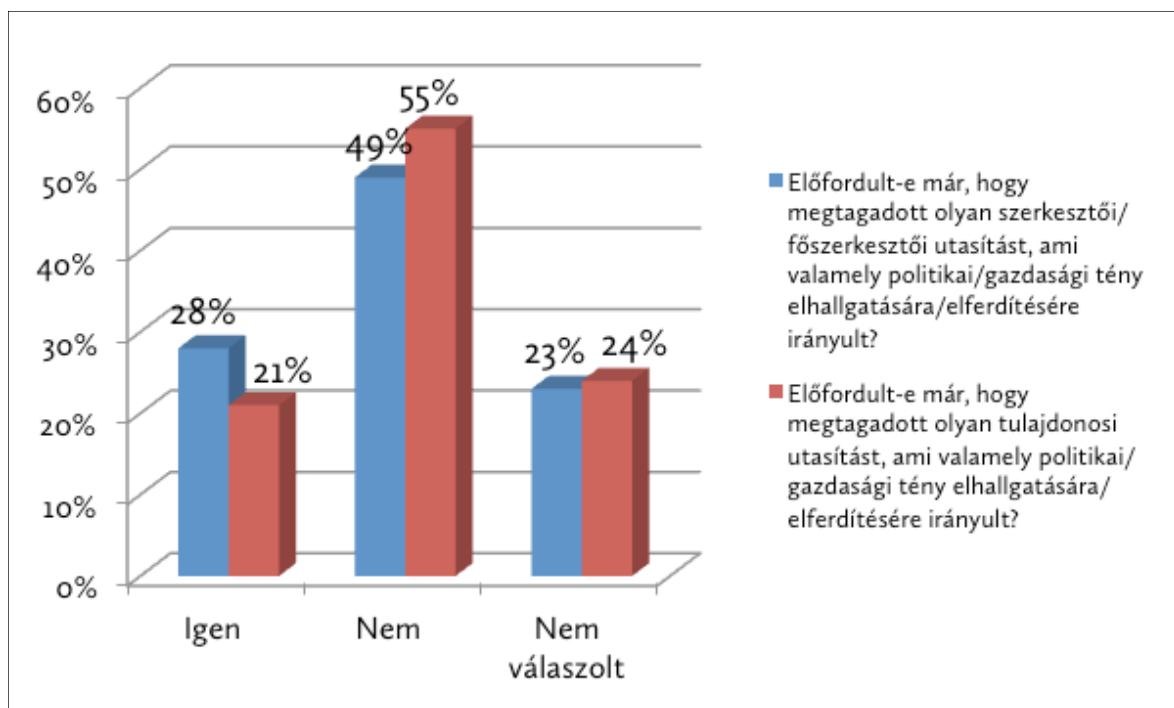
Az elmúlt két évben a megkérdezettek 50%-a személyesen is tapasztalt már gazdasági nyomásgyakorlást a munkája során, a szerkesztők között azonban jelentős mértékben csökkent az arányuk. Amíg 2013-ban a szerkesztők között 72% volt a személyes tapasztalatokkal rendelkezők aránya, addig 2014-ben 58% nyilatkozott így. Az újságírók aránya szinte változatlan, 50% körül mozgott mindkét évben.

A gazdasági nyomásgyakorlást csakúgy, mint az előző évben a hirdetők és a politikusok személye határozta meg. A hirdetők, politikusok a rájuk kedvező tartalmat részesítik előnyben, a kedvezőtlen pedig megpróbálják ellehetetleníteni. De a nyomásgyakorlás történhet egy téma, vagy politikus személyének mellőzése érdekében is, azaz, hogy róla ne jelenjen meg semmi a sajtóban. Az újságírókat a gazdasági nyomásgyakorlás közvetlenül egzisztenciális fenyegetés formájában is éri, mint a munka elvesztése, fizetésemelés elmaradása.

Ellenállás

A korábbi évek eredményei alapján egy új kérdéskört illesztettünk be a nyomásgyakorlás témakörébe. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az újságírók az egyébként erős politikai és szintén elég magas gazdasági nyomásgyakorlásnak ellenállnak-e.

Egyfelől azt kell megállapítanunk, hogy a nyomásgyakorlás mértékéhez képest kifejezetten magasnak nevezhető azok aránya, akik nem engedelmeskedtek, és megtagadták az utasítást. A szerkesztői, főszerkesztői utasítás esetében ez az arány 28%, a tulajdonosi utasítás esetében pedig 21%.

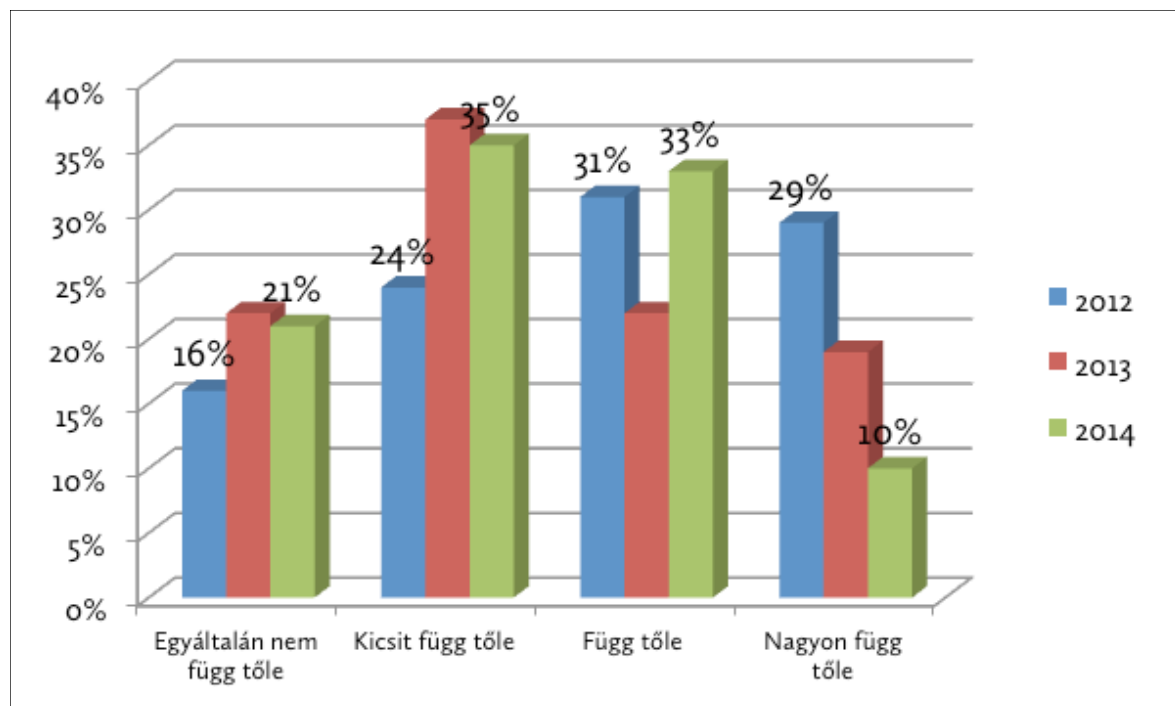


Az ellenállásra vonatkozó válaszokat érdekes összevetni azzal a kérdéssel, hogy milyen irányból érkezik a nyomásgyakorlás. Amíg ugyanis arra kérdeztünk rá, hogy honnan érkezik az újságíró felé a nyomás, a tulajdonosra és a főszerkesztőre érkezett válaszok között csak 2 százalékpont különbség volt. Ehhez képest az ellenállás esetében 7 százalékpont a különbség. Érdekes továbbá, hogy milyen nagy a nem válaszolók aránya ennél a kérdésnél, hiszen majdnem a minta negyede nem árulta el, hogy ellenállt-e szerkesztő, tulajdonosi nyomásgyakorlásnak.

4.2. Médiamenedzserek

A tendencia úgy tűnik az, hogy a médiamenedzserek egyre kisebb része érez nagyon erős politikai, vagy gazdasági nyomást a médián.

↓ Mennyiben függ az Ön munkahelyének pénzügyi háttere a mindenkori politikától?

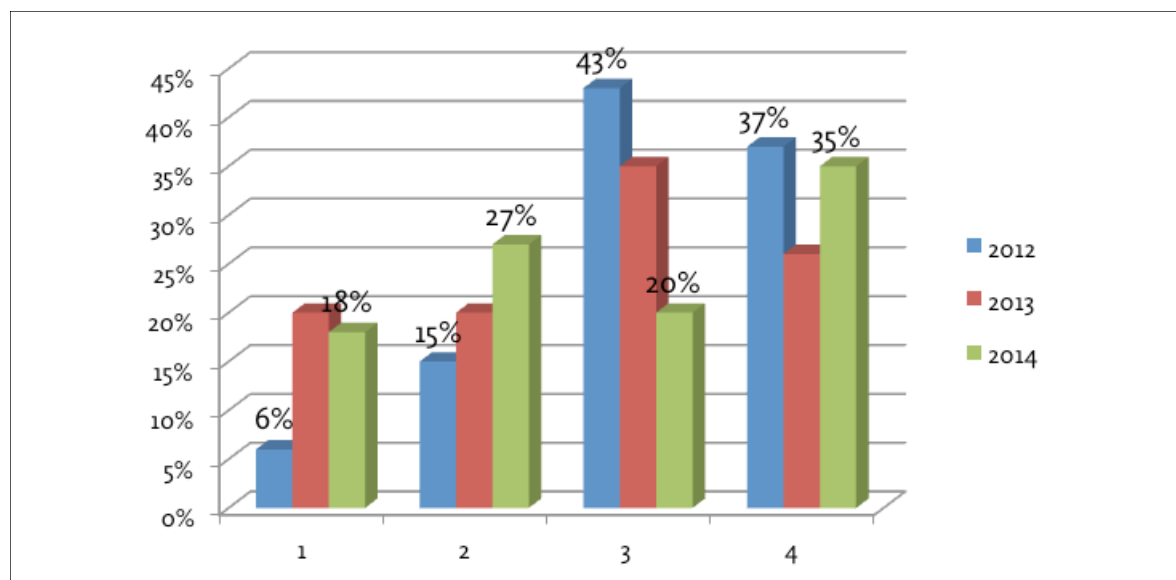


2012-ben többen érezték úgy, hogy munkahelyük pénzügyi háttere függ a politikától, mint 2013-ban. A 2013-as és a 2014-es arányok közt viszont kicsi a különbség. Jól látható azonban a csökkenő tendencia, azaz a menedzserek 2012-ben még erősen ítélték meg a politikai függést, amely 2013-ra megváltozott.

Azok aránya, akik úgy gondolták, hogy a munkahelyük pénzügyi háttere csak kicsit függ a politikától 2012-ről 2014-re 24%-ról 35%-ra nőtt, azok aránya viszont, akik szerint ez a függés nagyon erős 29%-ról 10%-ra csökkent. A 2012 és 2013 közötti változás okait nem tudjuk pontosan, de magyarázatként szolgálhat például a minta nagysága és összetétele is. Ugyanis kevés médiamenedzser volt hajlandó válaszolni a kérdéseinkre, a kritikussabb véleményt valló médiumoknál dolgozó médiamenedzserek elutasították a válaszadást. Lehetséges azonban az is, hogy a médiapiac tulajdonosi átrendeződése is szerepet játszhat az eredményben.²

² A médiapiac átrendeződéséről a Mérték elemzései itt olvashatóak:
Urbán Ágnes: Állami reklámköltés 2008-2012, <http://mertek.eu/jelentesek/allami-reklamkoltes-2008-2012>
Nagy Krisztina: Mária országa – a Médiatanács újrajrja a rádiós piacot, <http://mertek.eu/jelentesek/maria-orszaga-a-mediatanacs-ujrajrja-a-radios-piacot>

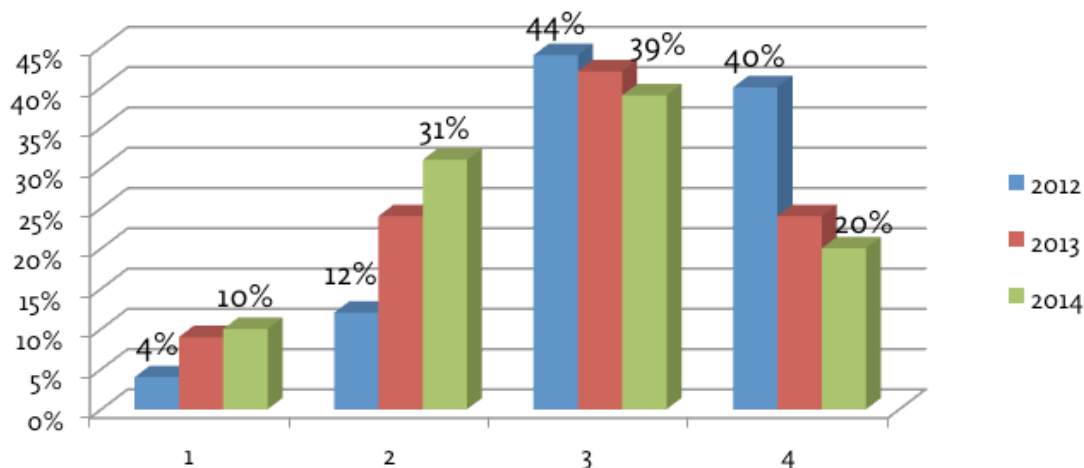
↓ Ön szerint Magyarországon milyen mértékű a médiára gyakorolt politikai nyomásgyakorlás?
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)



A politikai nyomásgyakorlás mértéke nem változott egyértelműen. Ugyan emelkedett azoknak az aránya, akik szerint nincs (6%-ról 18%-ra), vagy kicsi (15%-ról 27%-ra) a politikai nyomás mértéke, viszont azok aránya, akik úgy látják, hogy a nyomásgyakorlás már a sajtószabadságot is veszélyezteti, 2013-hoz képest szintén emelkedett, a vélemények megoszlása így visszaért a kiinduló értékhez. A hármas érték esetében viszont erőteljes csökkenés történt, amíg 2012-ben még a menedzserek 43%-a érzékelt valamilyen politikai nyomást a médián, addig 2014-ben már csak 20%-uk látta így. A képet talán árnyalja, ha a hármas és négyes értékeket együtt vizsgáljuk, azaz azokat nézzük meg, akik úgy látták, hogy létezik a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás, az ő arányuk 2012-ben még 80% volt, 2014-ben már viszont csak 55%.

A médiamenedzserek véleményének alakulására leginkább az hat, hogy hogyan viszonyulnak a sajtószabadság politikai függetlenségéhez, azok, akik szerint nem megfelelő a sajtószabadság helyzete, nagy jelentőséget tulajdonítanak a politikai függetlenségnek.

↓ Ön szerint Magyarországon milyen mértékű a médiára gyakorolt gazdasági nyomásgyakorlás?
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)



Egyre több menedzser véli úgy, hogy a gazdasági nyomásgyakorlás alacsony, és egyre kevesebb, a 2012-es vélemények fele aránya, azaz 20%, hogy olyan erős, amely már korlátozza sajtószabadságot. Azt azonban fontos megjegyezni, hogy összességében még mindig több mint a minta fele, 59% (a hármas és négyes értékek összessége) látja úgy, hogy a médiára nehezedik gazdasági nyomásgyakorlás.

4.2.1. A nyomásgyakorlás eszközei

A 2013-as adatokhoz hasonlóan a menedzserek véleménye szerint a legtöbb eszköz szerepe csökkent. Ennek oka a nyomásgyakorlás mértékében érzett csökkenés lehet. Meglepő módon a gazdasági nyomásgyakorlás eszközeinek (állami és magán hirdetői döntések) csökkent a szerepe. A csökkenés magyarázható azzal, hogy lecsökkent a menedzserek ingerküszöbe és már nem vesznek észre olyan mozzanatokat, mint amelyeket korábban, 2012-ben még nyomásgyakorlásnak véltek. Ezzel szemben szignifikánsan emelkedett a hirdetők közvetlen befolyása és a médiahatósági döntések szerepe. Külön érdekesség, hogy a menedzserek szerint a hirdetőknél közvetlenül az újságírókra gyakorolt befolyása nőtt, az újságírók azonban épp ellenkezőleg látják a helyzetet, szerintük ugyanis ennek az eszköznek a szerepe a legkisebb, és 2013 óta nem változott érdemben. (nem válaszolt)

↓ Milyen erős Ön szerint az alábbi eszközök szerepe a médiára gyakorolt nyomásgyakorlásban? (mérleg-index: nincs semmiféle szerepe a nyomásgyakorlásban=-100 pont, nagyon erős szerepe van=+100 pont)

	2012.	2013.	2014.
Az állami hirdetési döntések (hirdetésmegvonás kritikus tartalom miatt, baráti tartalom jutalmazása)	+52 pont	-10 pont	-6 pont
A magán hirdetői döntések (hirdetésmegvonás kritikus tartalom miatt, baráti tartalom jutalmazása)	+10 pont	-33 pont	-25 pont
A politikusok közvetett nyomása, a főszerkesztőn, menedzsmenten keresztül az újságírókra	+39 pont	+9 pont	-3 pont
A politikusok nyomása közvetlenül az újságírókra (telefonok, közvetlen kapcsolatok)	+5 pont	-24 pont	-28 pont
A hirdetők közvetlen befolyása az újságírókra	-13 pont	-33 pont	-13 pont
A különböző médiahatósági döntések szerepe (bírságok, engedélyek, frekvenciaengedélyek)	+22 pont	+2 pont	+18 pont
A hirdetők közvetett a főszerkesztőn és a menedzsmenten keresztül gyakorolt befolyása	+26 pont	+10 pont	-4 pont

4.2.2. A nyomásgyakorlás forrásai

A kérdőíven szereplő hat lehetséges nyomásgyakorló közül a médiamenedzserek 37 %-át nem érte semmilyen befolyásolás, a 63%-ukat viszont igen. A válaszadók sajtószabadság helyzetéről alkotott véleményét a leginkább a politikusoktól, a közvetlen felettétől és a tulajdonostól érkező nyomásgyakorlás befolyásolja negatívan. A hirdetők, a főszerkesztők és a kollégák felől érkező nyomásgyakorlások viszont nem érintik a válaszadók sajtószabadságról alkotott véleményeit.

4.2.3. Személyes tapasztalat

Amíg 2013-ban a médiamenedzserek 41 %-a tapasztalt személyesen a munkája során politikai nyomást, addig 2014-ben már 45%-uk. Bár a különbség nem jelentős ugyan, de ellentmond a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás csökkenő tendenciájának. Elképzelhető, hogy a válaszadók érzékenysége változott meg 2012 óta.

Azok, akik személyesen is tapasztaltak politikai nyomásgyakorlást rosszabbnak látják a sajtószabadság helyzetét, mint az átlag. A személyes tapasztalattal rendelkezők körében 5 pont a sajtószabadsággal való elégedettség átlaga, a teljes minta esetében viszont 6,8 pont az átlag. 2013-ban még ennél is szorosabb volt az összefüggés: tapasztalt nyomást= 4,7 pont, nem tapasztalt=7,3 pont volt. Azok körében tehát, akik nem tapasztaltak politikai nyomást kicsit romlottak a sajtószabadság helyzetéről alkotott vélemények, míg azok körébe, akik tapasztaltak nyomást kedvezőbb lett az értékelés.

A politikai nyomás leginkább bizonyos ügyek elhallgatására irányul, a válaszadók 20%-a találkozott ezzel a munkája során. A nevek hangsúlyozására irányuló nyomás a második leggyakoribb, ezt a válaszadók 16%-a jelölte meg. A nem a valóságnak megfelelő tájékoztatás pedig a harmadik leggyakoribb nyomásgyakorlási forma.

Tovább árnyalja a képet, hogy a politikai és gazdasági nyomásgyakorlással szembeni ellenállás mértékét kifejezetten alacsonynak érzékelik a menedzserek. Arra a kérdésre, hogy: *„Előfordult-e már, hogy azt tapasztalta, hogy a médiumnál, ahol dolgozik egy újságíró megtagadott olyan szerkesztői/főszerkesztői utasítást, ami valamely politikai/gazdasági tény elhallgatására/elferdítésére irányult?”* – 2014-ben a válaszadók 6%-a válaszolt igennel. Arra a kérdésre pedig, hogy: *„Előfordult-e már, hogy azt tapasztalta, hogy a médiumnál, ahol dolgozik egy újságíró megtagadott olyan tulajdonosi utasítást, ami valamely politikai/gazdasági tény elhallgatására/elferdítésére irányult?”* – mindössze 2% válaszolt igennel.

4.3. Lakosság

A lakossági szerint a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás, ha csak egy kicsivel is, de növekedett 2013 óta. A három év adatait egyszerre nézve azt tapasztaljuk, hogy azok aránya, akik szerint erős (3-as értéket adtak) a politikai nyomás 33%-ról 39%-ra emelkedett. A két szélsőérték esetében pedig 2014-ben a vélemények aránya visszatért a 2012-es szintre.

↘ *A nyomásgyakorlás mértéke a politikai pártok irányából*
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)

	2012.	2013.	2014.
1	3%	5%	2%
2	9%	10%	10%
3	33%	36%	39%
4	44%	41%	44%
Nem tudja	10%	7%	5%

A pártpreferenciákat megvizsgálva azt láthatjuk, hogy amíg a Fidesz szavazók 30%-a szerint nagyon erős a politikai nyomásgyakorlás mértéke, addig ez az arány az MSZP szavazóknál 54%. A vélemények azonban közelíteni látszanak, ha azt vizsgáljuk meg, hogy mekkora a Fidesz és az MSZP szavazói között azoknak az aránya, akik legalább 3-as értéket adtak a politikai pártok irányából érkező nyomásgyakorlásra, akkor azt láthatjuk, hogy a Fidesz szavazóinak a háromnegyede (77%) véli úgy, hogy van nyomásgyakorlás, az MSZP szavazói esetében ez az arány 89%. A pártpreferencia tehát itt már nem magyarázza a vélemények megoszlását olyan erővel, hiszen a lakosság 83%-a szerint a négyfokozatú skálán legalább hármas a médiára nehezedő politikai nyomásgyakorlás mértéke. Úgy tűnik, hogy a lakosság véleménye nem egyértelmű:

miközben úgy látják, hogy erős a médiát érő politikai nyomásgyakorlás, aközben a média működését bizonyos tekintetben jónak tartják (lásd 3.3. pont).

↘ *A nyomásgyakorlás mértéke a hirdetőik irányából*
(Az 1-es érték azt jelenti, hogy nincs nyomásgyakorlás, a 4-es érték pedig azt, hogy olyan erős a nyomásgyakorlás, hogy az korlátozza a sajtószabadság hazai érvényesülését.)

	2013.	2014.
1	6%	5%
2	21%	21%
3	34%	41%
4	29%	26%
Nem tudja	9%	7%

A lakosság a hirdetői és a politikai nyomásgyakorlás mértékének változásait hasonlóan látja, azok aránya, akik szerint erős a nyomásgyakorlás (3-as érték) 34%-ról 41%-ra nőtt 2103 óta.

4.4. Vélemények összevetése

A három csoport közül egyértelműen az újságírók látják a legrosszabbnak a médiára nehezedő nyomásgyakorlást. Az elmúlt három évben az újságírók között 17%-ról 4%-ra csökkent azok aránya, akik szerint kicsi a politikai nyomásgyakorlás mértéke és 33%-ról 52%-ra nőtt azok aránya, akik szerint olyan erős, hogy az már korlátozza sajtószabadságot. A kutatásban részt vett menedzserek véleménye egy kicsit más, mint az újságíróké hiszen 2012 óta 6%-ról 18%-ra nőtt azoknak az aránya, akik szerint nem létezik politikai nyomásgyakorlás, és 43%-ról 20%-ra csökkent azok aránya, akik szerint erős a politikai nyomásgyakorlás. Mindemellett a médiamenedzserek 35%-a nagyon erősnek érzi a médiát érő politikai nyomásgyakorlást. A lakosság véleménye az újságírókhoz és a menedzserekhez képest keveset változott, azonban az egyébként erős magyarázóerővel bíró pártpreferencia ebben az esetben kevésbé határozza meg a vélemények alakulását.

5. MÉDIASZABÁLYOZÁS

A média működését és a sajtószabadság alakulását nyilvánvalóan befolyásolja a jogszabályi környezet, így a szabályozással kapcsolatban is kíváncsiak voltunk a három csoport véleményére.

5.1. Újságírók

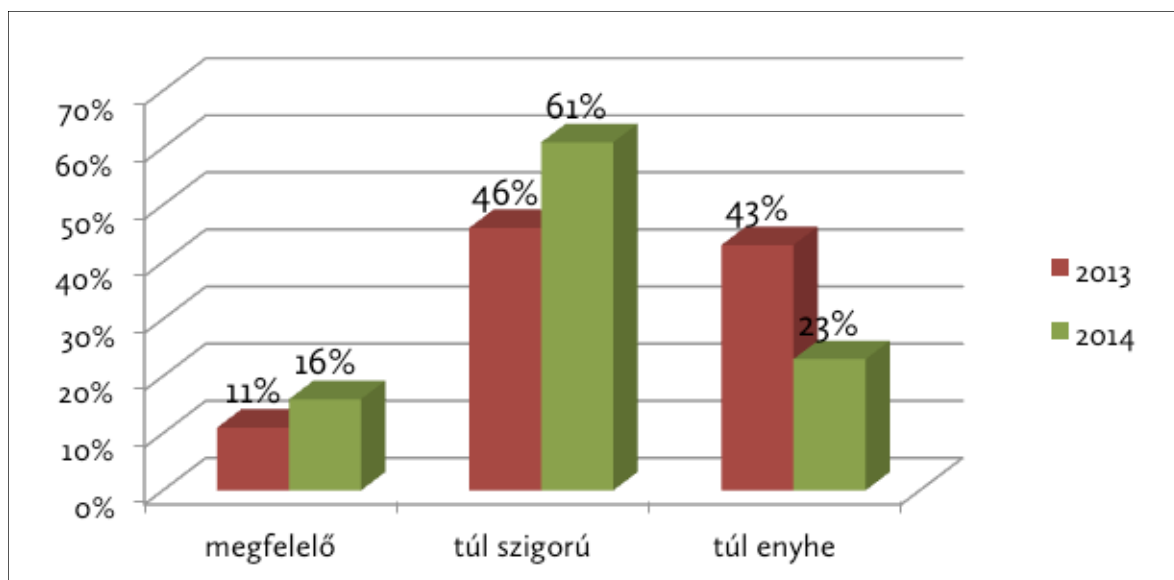
Az újságírók nagy többsége, 82%-a úgy véli, hogy a jelenlegi médiaszabályozás túl szigorú, a szabályozás megítélése tehát nem változott 2013 óta, hiszen akkor 80% volt ez az arány. Továbbra is elenyésző azoknak az aránya, akik szerint a jogszabályok túl enyhék lennének. A szabályozás megítélése összefügg a sajtószabadságról alkotott képpel, mivel akik úgy látják, hogy a szabályozás megfelelő, azok jóval az átlag felett, 6,5-re értékelik a sajtószabadságot, a többség pedig, akik szerint túl szigorú a szabályozás átlag alatt, 3,8-ra értékeli a sajtószabadság helyzetét.

A médiaszabályozásnak az újságírói munkára gyakorolt hatása elég stabilnak tűnik, az elmúlt 3 évben végig 50% körül mozgott azoknak az aránya, akik szerint a munkájukat meghatározza a médiaszabályozás, 12 és 15 % között volt azoknak az aránya, akik szerint nagyon erősen hat a médiaszabályozás az újságírói munkára. Akik szerint viszont nem hat a szabályozás az újságírói munkára, azok a minta 30% körül voltak.

5.2. Médiamenedzserek

A menedzserek szabályozásról alkotott véleménye valamiért jelentősen megváltozott az eltelt két évben, 46%-ról 61%-ra emelkedett azok aránya, akik szerint túl szigorú a szabályozás, viszont 20 százalékpontot esett azok aránya, akik szerint túl enyhe. Úgy tűnik, hogy a médiamenedzserek egyre nagyobb hányada elégedetlen a médiavilág jogi szabályozásával.

↓ *A médiamenedzserek szerint milyen a médiaszabályozás jelenleg*



A jogi szabályzásról alkotott vélemények az újságírókhoz hasonlóan összefüggnek a sajtószabadság helyzetéről alkotott véleményekkel. Azok a menedzserek, akik a sajtószabadság helyzetével kapcsolatban kritikusabbak, azok szerint túlszabályozott a magyar médiavilág. Érdekes viszont megjegyezni, hogy a sajtószabadság helyzetével szembeni kritika erősen relatív, hiszen 5,3-a értéket adta azok, akik szerint túlszabályozott a magyar média. Azaz a közepesnél egy kicsivel jobbra értékelték a helyzetet.

5.3. Lakosság

A lakossági vélemények megoszlása csak kis mértékben változott 2013 óta, 42%-ról 39%-ra csökkent azok aránya, akik szerint a szabályozás túl szigorú, és 13%-ról 18%-ra emelkedett azok aránya, akik szerint túl gyenge. A 2013-as adatokhoz képest viszont már nem olyan erős a kormánypárt és az ellenzéki MSZP szavazóinak véleménye közötti különbség. Az előző évben ugyanis a Fidesz szavazóinak 29%-a nyilatkozott úgy, hogy a szabályozás túl szigorú, az MSZP szavazóinak pedig a 61%-a. Úgy tűnik, hogy a szabályozásról alkotott képet a pártpreferencia kisebb erővel befolyásolja, mint 2013-ban.

↘ *Milyen a médiaszabályozás jelenleg? (2014)*

	Fidesz	MSZP
Megfelelő	36%	22%
Túl szigorú	34%	52%
Túl enyhe	19%	16%

5.4. Vélemények összevetése

2013 óta a menedzserek és az újságírók véleménye, a menedzserek véleményének változása miatt közeledett egymáshoz. Az újságíróknak továbbra is a 80%-a véli úgy, hogy a szabályozás túl szigorú, a menedzsereknél viszont 46%-ról 61%-ra nőtt azok aránya, akik túl szigorúnak tartják a szabályozást.

A médiaszabályozásról alkotott kép szorosan összefügg a sajtószabadság értékelésével. Az újságírók és a menedzserek esetében is igaz, hogy azok, akik szerint túl szigorú a szabályozás, azok általában rosszabbnak értékelik a sajtószabadságot, akik szerint viszont a szabályozás megfelelő, inkább jónak látják a sajtószabadság helyzetét.

6. A MÉDIA PLURALIZMUSA

Arra a kérdésre, hogy vannak-e elhallgatott jelenségek a magyar médiában, mindegyik csoport legalább kétharmada úgy válaszolt, hogy vannak elhallgatott jelenségek. Érdekes jelenség viszont, hogy mindhárom csoport esetében, ha nagyon gyengén is, de évről-évre csökken azok aránya, akik szerint nem minden téma jelenik meg a médiában. A lakosság esetében 2012 óta 9 százalékpontot, a menedzsereknél 6 százalékpontot, az újságíróknál csak 4 százalékpontot csökkent azok aránya, akik szerint vannak elhallgatott jelenségek a hazai médiában.

↘ *Ön szerint a magyar médiában minden téma, jelenség a valódi súlyához mérten jelenik meg?*

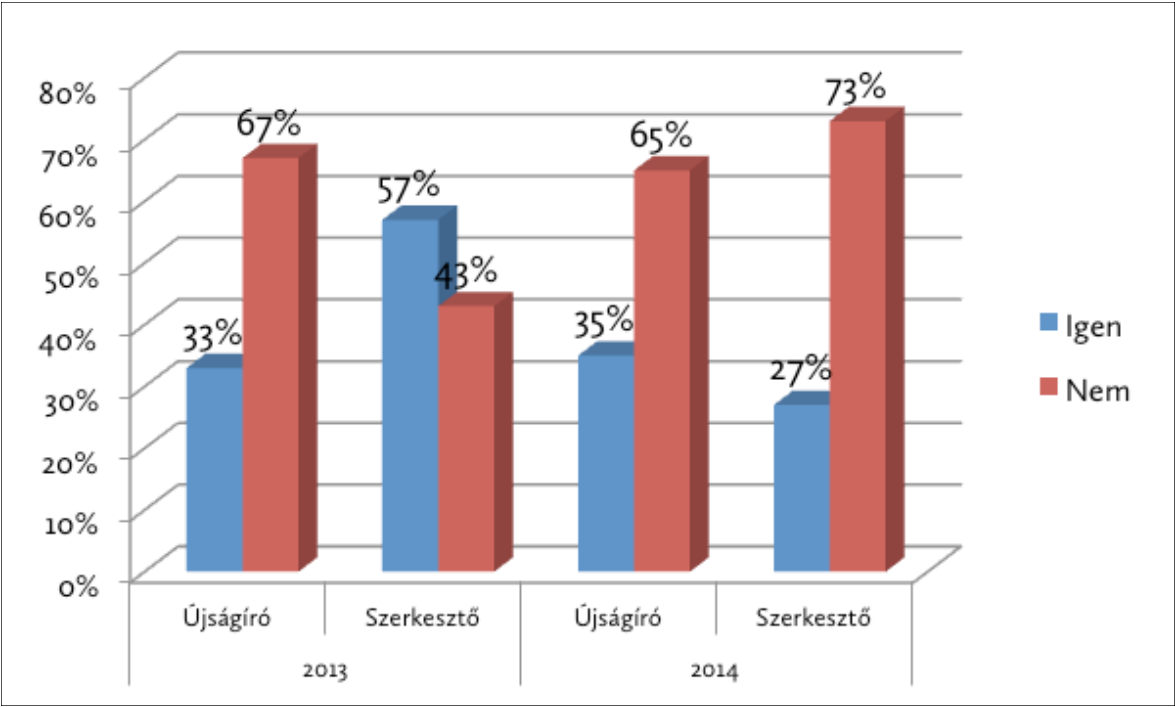
	Újságírók			Lakosság			Menedzserek		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Nem, vannak elhallgatott jelenségek.	77%	75%	72%	80%	75%	71%	96%	97%	90%
Igen, a médiumok többségében így van.	6%	5%	4%	13%	17%	21%	4%	3%	8%
Nem válaszolt	17%	20%	24%	7%	8%	8%	-	-	2%

7. ÚJSÁGÍRÓI HIVATÁS

7.1. Öncenzúra

2012-ben a válaszadó újságírók 22%-a válaszolta, hogy újságírói munkája során már elhallgatott, vagy elferdített politikai, gazdasági tény, annak érdekében, hogy elkerüljön valamilyen hátrányos következményt, ez az arány 2013-ban felugrott 34%-ra, majd 2014-re ismét visszaesett 21%-ra. Az alábbi ábra arra hívja fel a figyelmet, hogy az öncenzúrát alkalmazók arányában beállt változást a szerkesztők okozhatták. Az eltelt időszakban ugyanis 57%-ról 27%-ra esett azoknak a szerkesztőknek az aránya, akik öncenzúrát alkalmaztak.

↘ *Előfordult-e már az újságírói gyakorlatában, hogy valamely politikai/gazdasági tény elhallgatott/elferdített, annak érdekében, hogy elkerüljön valamilyen hátrányos következményt?*



A sajtószabadság megítélése és az öncenzúra alkalmazása közötti összefüggés immár kevésbé erős, mint korábban. 2013-ban ugyanis azok, akik nem alkalmaztak öncenzúrát jóval az átlag felett értékelték a sajtószabadság helyzetét. 2014-re viszont ez a különbség lecsökkent, és az átlaghoz képest csak kicsivel látták jobbnak a sajtószabadságot azok, akik maguk személyesen nem alkalmaztak öncenzúrát.

	...azok szerint a sajtószabadság-index átlagértéke	
	2013	2014
Akik alkalmaztak öncenzúrát, ...	3,7	3,7
Akik nem alkalmaztak öncenzúrát,...	4,8	4,3
Átlag	4,3	4,1

7.2. Hivatástudat, hivatásszeretet

Míg 2013-ban a válaszadó újságírók véleménye etikai, szakmai kérdésekben kifejezetten egységesnek volt mondható, 2014-re ez a helyzet megváltozni látszik. Az általunk megfogalmazott négy állítás közül háromban háromnegyed-egynegyed volt a válaszok megoszlása, ami az előző évi kilenctized-egytizedes megoszláshoz képest jelentős változásnak nevezhető. Jól látszik, hogy az újságírók véleménye akkor mutat nagyobb eltérést, ha a helyes újságírói magatartás következtében esetleges üzleti, anyagi kár, hirdetési bevételtől való esés, vagy versenyhátrány merül fel. Úgy tűnik, hogy az egzisztenciális félelem, a megkérdoztetek egyharmadában felülírja a helyes újságírói magatartási minták követését.

↘ *Helyesen cselekszik-e*

	Újságíró		Menedzser	
	Igen	Nem	Igen	Nem
Az a főszerkesztő, aki a tulajdonos kifejezett kérése ellenére közöl leleplező cikket egy politikusról. A cikk következményeképpen a lap jelentős hirdetési bevételtől esik el, emiatt a szerkesztőségben négy embert el kell bocsátani?	72%	28%	41%	59%
Az az újságíró, aki interjút készít a saját tulajdonosával a lapja számára és elfogadja a feltételt: csak az előre jóváhagyott témákról kérdezheti őt, így kimaradnak a kellemetlen kérdések a tulajdonost ért korrupciós vádakról?	7%	93%	33%	67%
Az az újságíró, aki szolidaritást vállalva egy sajtótájékoztatóról kitiltott kollégájával, nem vesz részt az eseményen, miközben a lapjának legfőbb versenytársa exkluzív információkat közöl ugyanonnan?	72%	28%	22%	78%
Az a főszerkesztő, aki a tulajdonos kérésére kampányba kezd egy, a kiadót negatívan érintő kormányzati gazdasági intézkedés ellen, és heteken keresztül kizárólag az intézkedés hátrányos következményeit bemutató cikkeket közöl a címlapon?	23%	77%	18%	82%

A médiamenedzserek többsége nem tartja helyesnek, ha az újságírók a saját média anyagi érdekeivel szemben szolidárisak a kollégáikkal, illetve elítélik azt a főszerkesztőt, aki a tulajdonos kérése ellenére közöl cikket. A menedzserek kétharmada nem ért egyet azzal, hogy csak előre jóváhagyott kérdéseket lehet feltenni a tulajdonosnak.

A menedzserek véleménye azt tükrözi, mintha nem értenének egyet az újságírói hivatástudat, és etika alapvető szabályaival. A tulajdonos érdekei és a médiapiaci verseny ezeket a hivatásetikai normákat a menedzserek számára felülírják.

A 2013. és a 2014. évi adatok érdekes módon pontosan megegyeznek egymással, az újságírók 57%-a válaszolt úgy, hogy nem örülne annak, ha a gyermeke is ezt a hivatást választaná. Erősödött viszont az öncenzúra és a hivatásszeretet közötti összefüggés, akik alkalmaztak már öncenzúrát azoknak a 72%-a nem szeretné a gyermekét újságírói pályára küldeni. 2013-ban ez az arány még 63% volt. A negatív tapasztalatok összefüggnek a sajtószabadságról alkotott véleménnyel is: akik örülnének, ha a gyermekük is újságíró lenne, az átlag felett, 4,9-re értékelték, azok, akik nemmel válaszoltak, átlag alatt, 3,6-ra a sajtószabadság helyzetét.

A sajtószabadságról alkotott kép a menedzsereknél is szorosan összefügg az újságírói hivatás tiszteletével, amíg az újságírók többsége rossznak látja a sajtószabadság helyzetét, és 57%-uk nem örülne, ha a gyereke erre a pályára nőne, addig a menedzsereknél épp fordítva van, viszonylag jónak látják a sajtószabadság helyzetét, 53%-uk pedig szeretné, ha a gyereke az újságírói hivatást választaná.

Az újságírók 18%-a fogadott már el kisebb ajándékot riport vagy tudósítás elkészítésével kapcsolatban, 22%-uk fogadott el kisebb meghívást, például étterembe, és 1%-uk fogadott el pénzt. A kollégák esetében már magasabbak az arányok, hiszen a megkérdezett újságírók 32%-a tud arról, hogy kollégái fogadtak már el kisebb ajándékot, 36%-uk tud kisebb meghívásról, és 14%-uk pénzről.

Bár az általános emberi jellemző, hogy a saját hibáinkat kisebbnek tekintjük, mint mások, a kollégák hibáit, mégis meglepőnek tűnik, hogy 13 százalékpontnyi a különbség aközött, hogy saját maga fogadott-e el pénzt, és aközött, hogy ezt a kollégái tették-e. A pénzfogadás 14%-a kifejezetten magasnak mondható, még akkor is, ha ez csak a válaszadók percepciója.

