

MÉRTÉK MÉDIAELEMZŐ MŰHELY

MÉDIATÁJKÉP EGY HOSSZÚ VIHAR UTÁN

Médiapolitika 2010 után



MÉRTÉK FÜZETEK

24. szám



MÉRTÉK FÜZETEK
24. szám

2021. DECEMBER

Szerzők:
Kovács Ildikó,
Polyák Gábor,
Urbán Ágnes

Szerkesztő:
Urbán Ágnes

MÉDIATÁJKÉP EGY
HOSSZÚ VIHAR UTÁN
Médiapolitika 2010 után



MÉRTÉK MÉDIAELEMZŐ
MŰHELY

A szerkesztőség tagjai
Kovács Ildikó, Polyák Gábor,
Urbán Ágnes

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
Urbán Ágnes

A jelentés szerkesztése 2021.
december 07-én zárult le.



ISSN 2559-8937
ISBN 978-615-6406-04-0

TARTALOM

BEVEZETÉS _____ 5

A MAGYARORSZÁGI MÉDIAPIAC _____ 7

Történelmi háttér _____ 7
A tulajdonosi szerkezet átalakulása _____ 8
KESMA (Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány) _____ 9
A médiapiac jelenlegi struktúrája _____ 10
A média ökoszisztéma szerepe _____ 12
Állami reklámköltség _____ 13
Konklúzió _____ 19

A MÉDIA ÉS A NYILVÁNOSSÁG MŰKÖDÉSÉT ÉRINTŐ
SZABÁLYOZÁS 2010 UTÁN _____ 21

A 2010-es médiatörvények hatásai _____ 21
A Médiatanács működése _____ 24
Médiapiaci összefonódások ellenőrzése _____ 26
Reklámadó _____ 28
A politikai propaganda jogi megítélése _____ 30
Piactorzítás és európai versenyszabályozás _____ 32

A KÖZZSZOLGÁLATI MÉDIA MŰKÖDÉSE
MAGYARORSZÁGON _____ 35

Átláthatatlan szervezeti felépítés _____ 36
A közszolgálati média finanszírozása _____ 37
A hírügynökség szerepe _____ 39
A közszolgálati média, mint propagandagyár _____ 40

A HELYI MÉDIAPIACOK JELLEGZETESSÉGEI _____ 47

Politikai és piaci környezet _____ 47
Független médiaprojektek a helyi nyilvánosságban _____ 48
Az önkormányzati média a 2019-es választás után _____ 49
A Fidesz reakciója a helyi nyilvánosság átalakulására _____ 52
A helyi média szerepe a tájékozódásban _____ 53

AZ ÚJSÁGÍRÓK HELYZETE _____ 55

Újságíró-kutatások _____ 56
Újságíró-interjúk 2020-ból _____ 57
Az újságírók munkáját közvetlenül alakító jogi környezet _____ 59



BEVEZETÉS

Az alábbi tanulmány áttekintést ad arról, hogy a 2010 óta eltelt időszakban miként alakult át a magyarországi médiarendszer. Az a bő egy évtized, amely az illiberális állam építésével és az Európai Unió demokratikus értékeitől való eltávolodással jellemezhető, alapjaiban változtatta meg a hazai nyilvánosságot.

Különösen szembetűnő, hogy a médiarendszer átalakítása több szinten is megjelent, de a különböző lépések mégis összehangoltak voltak, egymást erősítették. Mindennek az alapját a szabályozási környezet megváltozása adta, de ezt gyorsan követték a további lépések. A közszolgálati média átalakítása propaganda-gépezetté, a piaci erőviszonyok felborítása és számos külföldi szakmai befektető kiszorítása, illetve az újságírói munka nehezítése lépcsőről-lépcsőre megfigyelhető volt az elmúlt időszakban. Az elemzésekben mindig kicsit rejtve marad, de nagyon fontos fejlemény a helyi nyilvánosság beszűkülése és néhány heroikusan küzdő független szerkesztőség harca a fennmaradásért.

A Mérték Médiaelemző Műhely rendszeresen megjelenő, egy-egy év fejleményeit elemző Lány Cenzúra jelentéseivel szemben ez a tanulmány a változások folyamat-jellegét mutatja be. A magyarországi médiarendszer 2010-es éveinek átalakulásának megértése fontos azoknak, akik belülről élték át ezt a folyamatot, hiszen a szemük előtt zajlottak az események, de nem feltétlenül volt mindig egyértelmű, hogy egy-egy lépés hogy illeszkedik a rendszerszintű átalakításokban. De a tanulmány legalább annyira fontos azoknak az európai polgároknak, akik mind a mai napig nem értik, hogy a médiaszabadság felszámolása hogy történhetett meg az Európai Unió egyik tagállamában, az uniós intézmények szeme láttára.

A projekt a Holland Nagykövetség Human Rights Fund támogatásával valósult meg.

A MAGYARORSZÁGI MÉDIAPIAC

A 2010-es években a magyar médiapiac drámai átalakuláson ment keresztül. A külföldi szakmai befektetők jelentős része kivonult az országból, helyüket magyar befektetők vették át, akik jellemzően erős kormánypárti kötődéssel rendelkeznek. Emblematikus médiamárkák szűntek meg vagy váltak teljesen hiteltelen propaganda médiává. Időközben az állam lett a legnagyobb hirdető és szinte kizárólag a kormánypárthoz kötődő médiacégek-nél futnak az állami kampányok. A független médiacégek a túlélésért küzdenek és egyre inkább támaszkodnak a fogyasztók adományaira, előfizetésére. Elmondható, hogy az az évtized, amit a Fidesz kormányzása és Orbán Viktor miniszterelnöksége fémjelez, médiaszabadság fekete időszaka Magyarországon.

Történelmi háttér

Magyarország a keleti blokk posztkommunista országaival egyetemben a nyolcvanas évek legvégén nyerte vissza sajtószabadságát, a diktatúra hosszú évtizedei után. A nem éppen zökkenőmentes átmenet utána a pártoknak csak 1996-ra sikerült megegyezniük, így akkor született meg a médiatörvény és akkor indult el a kereskedelmi televíziózás is. Egy évtized kellett ahhoz, hogy megszilárduljanak a demokratikus berendezkedés és a piacgazdaság legfontosabb intézményei és jellemzői. A bulvárlapok szárnyaltak, ahogyan a kereskedelmi médiumok is. A gazdaság növekedett, a hirdetőik pedig örömmel költöttek és növelték a lapok hirdetési bevételeit.

Azonban egyre nagyobb teret nyertek a digitális technológiák, melyek újfajta kihívást jelentettek. Kialakult a jelenleg is ismert felállás: előretört a Google, amely a Youtube videó-megosztó portál 2006-os felvásárlásával gyorsan dominánssá vált a teljes interneten. A Facebook 2008-ban vált magyar nyelven is elérhetővé és innentől robbanásszerű növekedést ért el a hazai felhasználók körében.

Ugyanebben az évben kezdődött a gazdasági válság is, amely újrendezte a hazai médiapiacot - a hirdetési bevételek zuhanni kezdtek. A nyomtatott lapok piacán 2012-ben 37,3 milliárd forint volt a hirdetési bevétel (46 százalékos csökkenés 2008-hoz képest), a televíziós piacon 48,7 milliárd forint (38 százalékos csökkenés), az online médiában pedig 33,6 milliárd forint (67 százalékos emelkedés 2008-hoz képest). A rádiós piac adatai nem összehasonlíthatók a módszertani váltás miatt, de a gazdasági válság hatása a médiapiacra egyértelműen negatív volt.

A gazdasági válság és az online platformok térhódítása globálisan jellemző volt. Emellett Magyarországon az elmúlt évtizedben elsősorban a politikai környezet befolyásolta a médiapiacot. 2010 áprilisában az Orbán-kormány került hatalomra és a szabályozási környezet átalakult. A 2010 végén elfogadott médiatörvény erős nemzetközi kritikát váltott ki, de valódi hatása csak évek múltán lett nyilvánvaló. A médiatörvény új médiarendszert hozott létre azzal, hogy lehetővé tette a politikai alapú döntéshozatalt, a közszolgálati média átláthatatlan működését és a teljes tulajdonosi struktúra átalakítását.

A tulajdonosi szerkezet átalakulása

A 2010-es években drámaian átalakult a magyar média tulajdonosi szerkezete. Ennek legfőbb oka, hogy a külföldi befektetők egy része kivonult a magyar piacról és helyüket hazai befektetők vették át. Az új tulajdonosok többsége politikai befektető, erősen kötődve a kormánypárthoz.

- a finn Sanoma eladta a lappiaci portfólióját, de nem kormánypárti befektetőnek, cég azóta is fontos része a független médiának (Central Media)
- a német Funke Gruppe kivonult a magyar piacról, megyei lapjai a kormányközeli médiabirodalomhoz kerültek
- a svéd Metro International SA eladta ingyenes napilapját, a Metropol ma már szintén kormányközeli lap
- a svájci Ringier és a német Axel Springer összeolvadása során a közéleti lapok kormányközeli befektetőhöz kerültek, ez a portfólió mind a mai napig fontos része a kormányközeli médiabirodalomnak
- a német televíziós csoport, a ProSiebenSat1 eladta a magyar TV2 kereskedelmi csatornát egy kormányközeli befektetőnek
- a német távközlési óriás, a Deutsche Telekom eladta a nagy presztízsű Origo hírportált, ez ma már a kormánypárti propaganda szócsöve

A tulajdonosváltások jól követhetőek voltak a Mérték évente megjelenő Lány Cenzúra jelentéseiben. Néhány médiamárka meg is szűnt az évek során. A két országos kereskedelmi rádió, a Class FM és a Neo FM elhallgatása mögött a Médiatanács frekvenciapályázat döntései állnak. A legolvasottabb politikai napilap, a Népszabadság 2016-ban zárt be, miután a Ringier-től egy osztrák üzletemberhez, egy strómanhoz került a lap tulajdonjoga.¹ A Heti válasz politikai hetilap a 2018-as választás után szűnt meg.

¹ Mertek Media Monitor (2016): A major step towards an authoritarian media regime in Hungary. <https://mertek.eu/en/2016/10/10/major-step-towards-authoritarian-media-regime-hungary/>

A tulajdonosi átrendeződéseknek különböző időszakai voltak az elmúlt évtizedben. Az első években, 2010 és 2014 között a legmeghatározóbb tulajdonos Simicska Lajos volt, aki Orbán Viktor régi jóbarátjaként és harcostársaként meghatározó szerepet töltött be a Fidesz gazdasági háttörőjének felépítésében. Simicska nemcsak a médiában, hanem más szektorokban, különösen az építőiparban is jelentős szereplővé vált, őt szokták az első magyar oligarchaként emlegetni. Idővel Orbán és Simicska kapcsolata konfliktusossá vált, ez a szélesebb nyilvánosság számára 2015 februárjában vált nyilvánvalóvá, amikor bekövetkezett a teljes szakítás.

A szakítás után Simicska a rendelkezésére álló médiacsatornákkal még próbálta segíteni az ellenzéki pártokat, de a 2018-as választás után teljesen visszavonult. Kettejük konfliktusából Orbán került ki győztesen.

Orbán tanult az esetből, arra jutott, hogy a média portfóliót diverzifikálni kell, senki nem szerezhet jelentős részesedést a magyar médiapiacból. Így 2015-től egyrészt növelni kellett a Fidesz-közeli befektetők szerepét a médiapiacon, ellensúlyozva azt, hogy Simicskához került a médiacégek egy része, másrészt új szereplőkre volt szükség. Orbán persze csak feltétlenül lojális üzletembereket engedett a média közelébe, de így is figyelt rá, hogy senkinek ne legyen olyan koncentrált hatalma, mint korábban Simicskának.

Ekkor vált a legjelentősebb szereplővé Mészáros Lőrinc, akinek nemcsak a médiapiaci, hanem egyéb érdekeltségei is látványos növekedésnek indultak a 2010-es évek közepén. Egyértelműen ő lett Orbán Viktor legfőbb bizalmasa és az ő esetében nem kellett attól tartani, hogy szembefordul a miniszterelnökkel. Mészáros egy egyszerű gázszelő volt Orbán szülőfalujában, korábban nem voltak ambíciói sem az üzleti, sem a politikai életben. Ő egyszerű végrehajtó, így a miniszterelnök számára sokkal jobban kezelhető, mint Simicska. Mindenesetre 2015 után Mészáros lett az elsőszámú oligarcha, de a médiapiacon más tulajdonosok is szerepet kaptak. Ez az időszak néhány évig tartott, 2018-ban azonban újabb jelentős változás következett be egy médiaholding megalakulásával. Orbán Viktor médiapolitikája ismét a centralizáció felé mutatott, minden korábbinál nagyobb tulajdonosi koncentráció alakult ki.

KESMA (Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány)

A Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány (KESMA) 2018-ban alakult meg. November 28-án majdnem minden jelentős Fidesz-közeli médiatulajdonos ingyenesen felajánlotta cégét a KESMA-nak.

A KESMA alapító okirata 2018 augusztusában született, az alapító Liszkay Gábor, egy közismert, Orbán Viktorhoz közelálló médiaszemélyiség. Az alapítvány kuratóriumába korábbi és jelenlegi fideszes parlamenti képviselőket választottak, valamint egy Fidesz-közeli kutatócég vezetőjét. Célja, hogy „a magyar tömegtájékoztatás részét képező nyomtatott sajtó, rádió, tv, online felületeinek értéktérmető valamint a magyar nemzeti öntudat erősödését szolgáló tevékenységét elősegítse”.² Összesen 476 médiamárka lett a KESMA része³ és ezzel a lépéssel jelentősen megnőtt a média tulajdonosi koncentrációja Magyarországon.

² <https://cepmf.hu/>

³ Bátorfy, A. (2018): Data visualization: this is how the pro-government media empire owning 476 outlets was formed <https://english.atlatszo.hu/2018/11/30/data-visualization-this-is-how-the-pro-government-media-empire-owning-476-outlets-was-formed/>

Ilyen nagyságrendű vállalati összefonódásnál a Gazdasági Versenyhivatalnak kötelező vizsgálni, hogy az összeolvadás csökkenti-e a versenyt a releváns piacon, és létrejöhet vagy megerősödhet-e a piaci erőfölény. Ugyanakkor a médiatörvény kötelezi a médiahatóságot is, hogy a média sokszínűsége szempontjából értékelje a tervezett tranzakciót. A kormány mentesítette mindkét hatóságot a döntés alól: verseny törvény 2013-as módosítása lehetővé teszi, hogy a kormány közérdekből nemzetstratégiai jelentőségűvé nyilvánítsa összefonódásokat és ezzel kivonja ezeket a hatósági vizsgálat alól. 2018 december 5-én a kormány gyakorolta ezt a jogát az új médiapiaci összefonódás esetében. Egy aznap megjelent kormánydöntés szerint a Fidesz-közeli alapítvány nemzetstratégiai jelentőségű lett és így mentesült a vizsgálat és engedélyezés alól.

A KESMA-birodalomban azóta nem történt érdemi fejlemény, inkább csak technikai változások. Még 2019-ben a Mediaworks ún. uralmi jogot szerzett a KESMA 29 vállalata felett,⁴ tehát ettől az évtől már a Mediaworks konszolidált pénzügyi jelentéséből olvasható ki a teljes cégcsoport pénzügyi teljesítménye. 2020-ban általános meglepetést keltett, hogy a kormánypárti médiabirodalom addigi elsőszámú embere, Liskay Gábor átadta az alapítói jogokat egy ügyvédnek, Kertész József Tamásnak. Kertész neve ismeretlen a médiavilágban, mindenesetre ügyvédként korábban is dolgozott Mészáros Lőrincnek, a miniszterelnök közeli barátjának.⁵

A médiapiac jelenlegi struktúrája

A médiapiaci szereplők jelenleg három nagy csoportba sorolhatók. Az első csoport a kormányközeli mediavállalatok köre, ezek egyértelműen kötődnek a kormánypárthoz. A második csoportba a független cégek tartoznak, ezek piaci bevételekből élnek egy-egy politikai oldalhoz sem köthetők. A harmadik kategória egy sajátos magyarországi jelenség, nevezetesen a pseudo-független médiumok köre. Ezek függetlennek tűnnek, de valójában erősen kötődnek a kormánypárthoz a tulajdonoson vagy a finanszírozási forráson keresztül.

A kormánypárti média köre igen pontosan definiálható. Magyarországon a médiatulajdonosi viszonyok meglehetősen átláthatóak, nem igényel hosszúságos nyomozásokat a tulajdonosok feltérképezése, nem jellemző az offshore háttér. Ebben a kategóriában elsősorban a KESMA alá tartozó médiamárkákról van szó, de van néhány olyan nagy elérésű média, amely nem része a KESMA-nak, de egyértelműen kormányközeli.

- a KESMA tulajdonában álló lapok (pl. az összes megyei napilap, Magyar Nemzet, Nemzeti Sport, Világgazdaság, Bors, Ripost, Metropol, Figyelő, Szabad Föld)
- a KESMA tulajdonában álló online portálok (Origo, 888)
- a KESMA tulajdonában álló tévék, rádiók (HírTV, Retro Rádió, KarcFM)
- TV2 kereskedelmi televíziós csoport
- Rádió1 rádiós hálózat
- Index hírportál
- PestiTV csatorna, illetve a Pestisrációk online oldal

A független médiacégek listája is jól azonosítható, ezek azok, amelyeknek a tulajdonosai távol vannak a politikai érdekcsoportoktól és bevételeik között nem jelentős az állami hirdetések szerepe. Ezek a cégek egyre nehezebb piaci körülmények között próbálnak fennmaradni, jellemző rájuk az innovativitás és több olyan médiamárka is van, amely a médiafogyasztók adományaira épít. Érdemes külön megemlíteni a Partizánt, amely a Covid-19 megjelenése óta naponta készít közéleti műsort és a közéleti viták legfontosabb terepe lett.

- RTL televíziós csoport
- online oldalak (24.hu, Telex, HVG Online, 444, stb.)
- oknyomozó projektek (Átlátszó, Direkt36)
- nyomtatott hetilapok (HVG, Magyar Hang, Magyar Narancs, Jelen, Élet és Irodalom)
- Partizán (youtube csatorna)
- Klub Rádió (online)

A legnehezebb azoknak a médiamárkáknak az azonosítása, amelyek a közvélemény szemében ugyan függetlennek számítanak és érezhetően ez a szerkesztőség öndefiníciója is. Valójában ezek a tulajdonos személye vagy a finanszírozási háttér miatt mégsem tekinthetők függetlennek.

- a tulajdonos egyértelműen függ a kormánytól, illetve állami hirdetések is megjelennek (ATV- ez esetben a tulajdonos egyházi vezetőként erősen függ a kormánytól)
- a hirdetési bevételek között nagyon jelentős az állami hirdetések aránya (Inforádió, Népszava)

A pseudo-független médiumok száma nem igazán magas, hatásuk mégis jelentős, hiszen kevésbé nyilvánvaló a médiafogyasztók számára az adott médiatermék politikai kapcsolata. Szó nincs arról, hogy ezek a médiumok szócsóként működjenek vagy propagandát közvetítenének, inkább az jellemző, hogy bizonyos témákban követik a kormánypárti narratívát vagy egyszerűen csak nem jeleskednek a kormánypárt számára kényelmetlen ügyek feltárásában.

⁴ Kovács, G. (2019): Vége, a fideszes média hivatalosan is birodalomává alakult https://hvg.hu/kkv/20190529_Vege_a_fideszes_media_hivatalosan_is_birodalomma_alakult

⁵ Sarkadi Nagy, M. (2020): Kertész József Tamás vette át Liskay Gábortól az orbánista médiholdingot alapító céget <https://blog.atlatszo.hu/2020/12/kertesz-jozsef-tamas-vette-at-liskay-gabortol-az-orbanista-media-holdingot-alapito-ceget/>

A média ökoszisztéma szerepe

A magyarországi médiarendszer 2010-es években történt átalakítása nemcsak a médiavállalatok tulajdonosi átalakítására épült, legalább ennyire fontos volt a teljes média ökoszisztéma megváltozása. A média ökoszisztéma alatt azokat a vállalatokat, szektorokat értjük, amelyek nem tartalomelőállítással foglalkoznak, mégis jelentős hatással vannak a médiavállalatok működésére. Ide tartozik például a hirdetési ipar vagy a médiatartalmak terjesztésével foglalkozó vállalatok.

A média ökoszisztéma fontossága a szélesebb közvélemény számára az Index megszűnésekor vált jól láthatóvá. Az Index esetében magának a kiadónak a tulajdonosi szerkezete nem változott, a szerkesztőség mégis csapdába került 2020 nyarára és ennek az ökoszisztémában bekövetezett változás volt az oka. Az Index működésében kulcsszerepet betöltő Indamedia Network holdingot szerezte meg egy kormányközeli üzletember, és mint kiderült, ez a holdig végezte a portál működéséhez szükséges szolgáltatásokat, így például a hirdetés értékesítést vagy a szerkesztőség informatikai rendszerének üzemeltetését. A kormánypárti erők tehát úgy szereztek meg a kontrollt a piacvezető hírportál felett és úgy érték el a szerkesztőség kollektív felmondását, hogy valójában a kiadó tulajdonosi szerkezetében nem történt változás.

A média ökoszisztémában szintén fontosak a terjesztő vállalatok. Ezen a területen is történtek változások a 2010-es években. A korábban francia tulajdonban álló Antenna Hungária műsorszóró vállalatot a 2014-ben államosította a kormány, ezzel tehát az egyik fontos terjesztési infrastruktúra került állami kézbe. Az Antenna Hungária működteti a digitális földfelszíni platformot, és 2016-ban az Euronews hírcsatorna kikerült az alapsomagból, éppen abban a társadalmi rétegben csökkentve a kínálatot, amelyben különösen nagy jelentősége lenne a pártatlan információknak. Természetesen nem bizonyítható, hogy a tulajdonosváltás és a csatornakinálat változás között közvetlen oksági kapcsolat volt, de az eset jól mutatja, hogy a növekvő állami szerepvállalás a terjesztési piacon milyen erős eszköz a nyilvánosság uralásában.

A nyomtatott lapok piacán szintén jól megfigyelhető az ökoszisztéma jelentősége. Az előfizetéses lapterjesztésben fontos szereplő az állami tulajdonban lévő Magyar Posta, ez önmagában lehetővé teszi a politikai szempontok érvényesülését a lapterjesztésben. Ennek jelentősége 2021-ben vált nyilvánvalóvá, amikor a Magyar Posta befejezte a napilapok házhoz szállítását. Figyelemreméltó, hogy a nyomtatott lapok piacán maga a nyomtatás is erős kontroll alá került. A 2018-ban indult kormánykritikus Magyar Hang hetilapot Szlovákiában kell nyomtatni, mert a kiadó egyetlen magyarországi nyomdával sem tudott leszerződni. A koronavírus-járvány kitörésekor, a logisztikai nehézségek miatt ismét igyekezett a kiadó magyarországi nyomdát találni, az ajánlatkérést azonban mindenhol elutasították, így a lap azóta is Szlovákiában készül.⁶

A média ökoszisztémában fontos megemlíteni a médiaügynökségek szerepét, hiszen a magyar állam domináns szerepe a hirdetési piacon az elmúlt években a médiaügynökségek piacán is éreztette hatását. A kereskedelmi alapon működő médiaügynökségek között piacvezető lett az állami hirdetések elköltésével megbízott ügynökség, de többször is változott, hogy ezt a szerepet melyik cég tölti be. Ez jól mutatja, hogy milyen kiszolgáltatottságot jelent, ha egy cég politikai kedvezményezettként szerez jelentős piaci részesedést: amilyen gyorsan felemelkedik, olyan gyorsan el is tűnhet az adott cég. A valódi versenyben megszerzett piaci részesedés sokkal stabilabb, mint az állami beavatkozásnak köszönhető pozíció. Ugyanakkor attól függetlenül, hogy éppen melyik médiaügynökség kezeli az állami hirdetéseket, a piactorzító hatás mindenképpen rombolja a médiapiaci versenyt.

Állami reklámköltés

A magyar médiapiacra a piactorzítás elsődleges eszköze az állami reklámköltés.⁷ Ez azt jelenti, hogy az állam (beleértve a kormányzatot, az állami tulajdonban álló vállalatokat és az állami fenntartású intézményeket) úgy költik el a hirdetési költségvetésüket, hogy abból a kormánypárthoz lojális média részesüljön.

A jelenség egyáltalán nem új. Korábbi kutatások már bizonyították, hogy az Orbán-rendszer, tehát 2010 előtt is jellemző volt, hogy az állami hirdetések nagyobb arányban mentek a kormányközeli médiához, mint a kormánnyal kifejezetten kritikus médiába.⁸ A piactorzítás azonban 2010 után látványosan felerősödött. Egyrészt minden korábbinál jelentősebb összegeket költöttek az állami hirdető, elsősorban a kormány nagyon aktív kommunikációs kampányai miatt. Másrészt az a korábbi gyakorlat, mely szerint az állam szívesebben költ a kormányközeli médiában, szélsőségessé vált: a kormánnyal kritikus médiumok lényegében egyáltalán nem jutnak állami reklámbevételekhez, ugyanakkor számtalan olyan médiatermék van, amelynél meghatározóvá váltak az állami források.

Az állami hirdetések növekvő mértékében szerepet játszott az is, hogy 2014-ben létrejött a Nemzeti Kommunikációs Hivatal. Ennek feladata, hogy összefogja az állami intézmények kommunikációját, lebonyolítsa a kapcsolódó közbeszerzéseket és ellenőrizze azok teljesítését. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a közzféra kommunikációs költsége teljesen központosítottá vált. Korábban, ha az intézményvezetők figyelembe is vették a kormányzat prioritásait, mégis szabadon dönthettek a hirdetésekről, annak alapján, hogy a saját célcsoportjukat milyen médiacsatornán tudták a leghatékonyabban elérni. Ma már ezek a döntések politikai alapon történnek, amit mi sem bizonyít jobban, minthogy a Nemzeti Kommunikációs Hivatal a Miniszterelnöki Kabinetiroda részeként működik.

Az állami reklámköltés piactorzító hatását az alábbiakban néhány ábrán mutatjuk be.

⁶ Bányai-Ferenczi, R. (2020): Elutasították a Magyar Hang ajánlatkérését, amikor a koronavírus miatt magyarországi nyomdát próbált találni, ezért amíg még lehet, továbbra is Szlovákiában nyomtatják a magyar hetilapot. <https://media1.hu/2020/03/20/elutasítottak-a-magyar-hang-ajanlatkereset-amikor-a-koronavirus-miatt-magyarorszag-nyomdat-probalt-talalni-ezert-amig-meg-lehet-tovabbra-is-szlovakiaiban-nyomtatjak-a-magyar-hetilapot/>

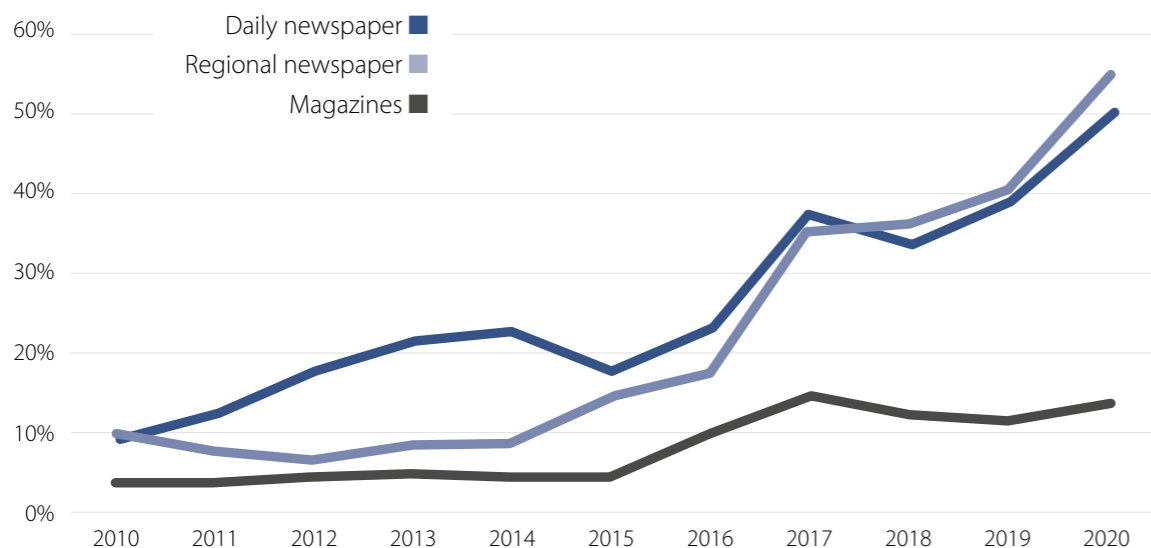
⁷ Bátorfy, A. – Urbán, Á. (2020) State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary, *East European Politics*, 36:1, 44-65, DOI: [10.1080/21599165.2019.1662398](https://doi.org/10.1080/21599165.2019.1662398)

⁸ <https://mertek.atlatszo.hu/allamihirdetesek/>

Az elemzés a Kantar Media adatbázisa alapján készült, ami az ún. listaárakat tartalmazza.⁹ Ez a médiumok által hivatalosan publikált listaárból és az értékesített reklámfelületből számítja a reklámköltési adatokat. A Kantar Média adatbázisa nem tartalmaz minden médiumot, hiányoznak olyan médiamárkák, amelyek fontosak a hír- és közéleti piacon (pl. Hír TV és ATV). A nagyobb kampányok esetében a listaárhoz képest jelentős kedvezményeket adnak a médiavállalatok. Éppen ezért a forintban kifejezett összegeket nem érdemes figyelembe venni, inkább a tendenciák és az egymáshoz viszonyított arányok írják le jól a helyzetet.

Az első ábra azt mutatja, hogy nyomtatott lapok piacának három fontos szegmensében miként alakult az állami hirdetési bevételek aránya a teljes hirdetési bevételben. Minél alacsonyabb ez az arány, annál kisebb az állam szerepe, tehát a szegmens piaci alapon működik. A magas arány azt mutatja, hogy jelentősek az állami bevételek, tehát nem a piaci erők dominálnak az adott szegmensben.

Az állami hirdetési bevétel aránya (az összes hirdetési bevétel százalékában) a nyomtatott lappiacon



Forrás: saját szerkesztés a Kantar Media adatai alapján

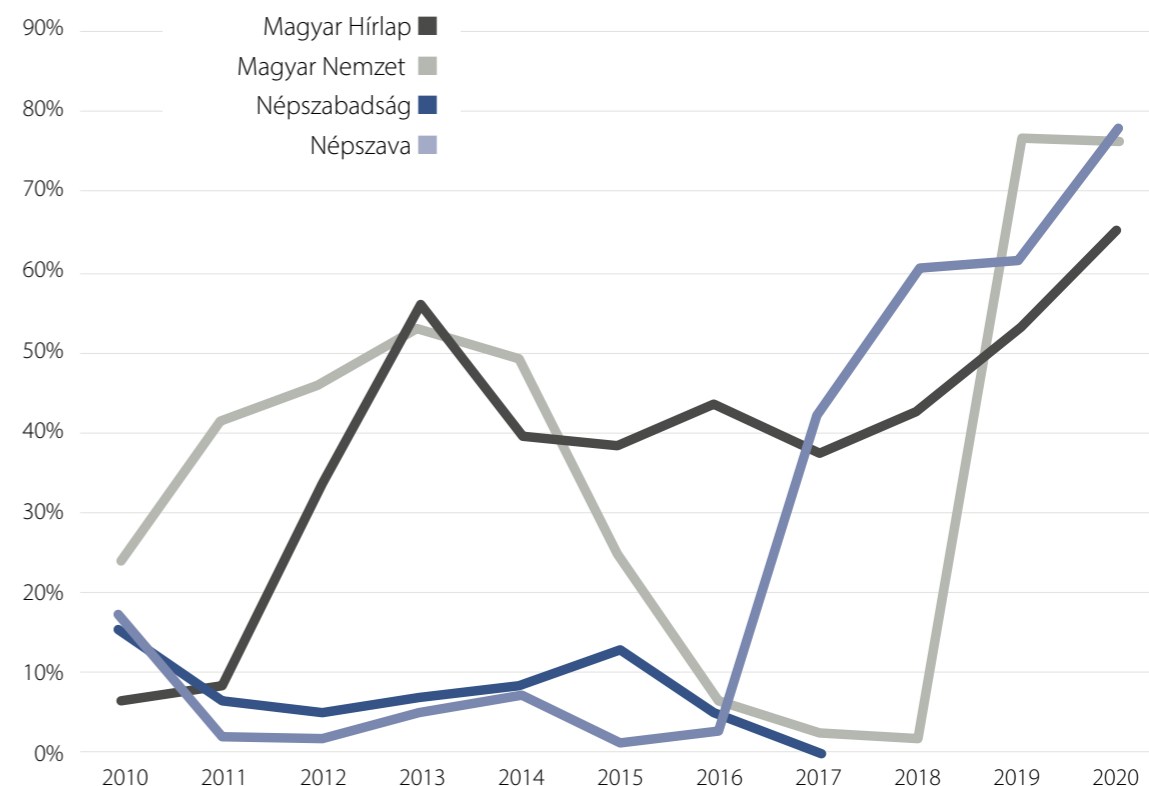
Az ábrán jól látható, hogy az elmúlt években a nyomtatott lapok piacán nőtt az állami hirdetések részaránya. Egyedül a magazin szegmensre lehet azt mondani, hogy továbbra is piaci körülmények között működik, a hirdetési bevételek túlnyomórészt kereskedelmi hirdetőktől származnak. Természetesen a legtöbb magazin témája teljesen független a politikától, jórészt fogyasztói magazinokról, hobbi magazinokról van szó.

A napilapok (legyenek akár országos, akár regionális napilapok), lényegében teljesen kiszolgáltatottá váltak az állami hirdetéseknek. Az adatok alapján kijelenthetjük, hogy az állami bevételek megszűnésével ezek a lapok rövid időn belül súlyos üzleti modell problémákkal néznének szembe, a bevételek fenntarthatósága erősen kérdéses.

⁹ Az elemzésben nominált árakat használunk.

Érdekes képet kapunk, ha megvizsgáljuk a politikai napilapok piacát. Jól látszódik, hogy a tulajdonosi szerkezet vagy a szerkesztőségi irányvonal megváltozása milyen módon befolyásolja az állami hirdetési bevételeket. Egyben az is egyértelmű, hogy 2020-ra a politikai napilapok már nem piaci alapon működnek Magyarországon, állami pénzek nélkül ezek a lapok aligha lennének fenntarthatóak.

Az állami hirdetési bevétel aránya (az összes hirdetési bevétel százalékában) a fontosabb politikai napilapoknál



Forrás: saját szerkesztés a Kantar Media adatai alapján

A Népszabadság hagyományos baloldali lap volt, még a Magyar Szocialista Pártnak is volt kisebbségi részesedése a kiadóvállalatban. Az elmúlt évtized egyik legnagyobb médiapiaci botrányát okozta, amikor a kiadót felvásárolta egy Fidesz-közeli befektető, majd 2016-ban bezárta a Népszabadságot. Három héttel később a teljes kiadót eladta Mészáros Lőrincnek, a miniszterelnök strómanjának.¹⁰

A Magyar Nemzet történetéről részletesen lehet olvasni a forrásokban. Az elmúlt évtizedben hol kormánypárti, hol kormánykritikus lapként jelent meg,¹¹ sőt, 2018 áprilisától 2019 februárjáig szünetelt is a megjelenés. A 2019-ben a KESMA portfólió részeként indult újra a lap.

¹⁰ Polyák, G. – Urbán, Á. (2016): A major step towards an authoritarian media regime in Hungary. MerteK Media Monitor, 10 October. <https://mertek.eu/en/2016/10/10/major-step-towards-authoritarian-media-regime-hungary/>

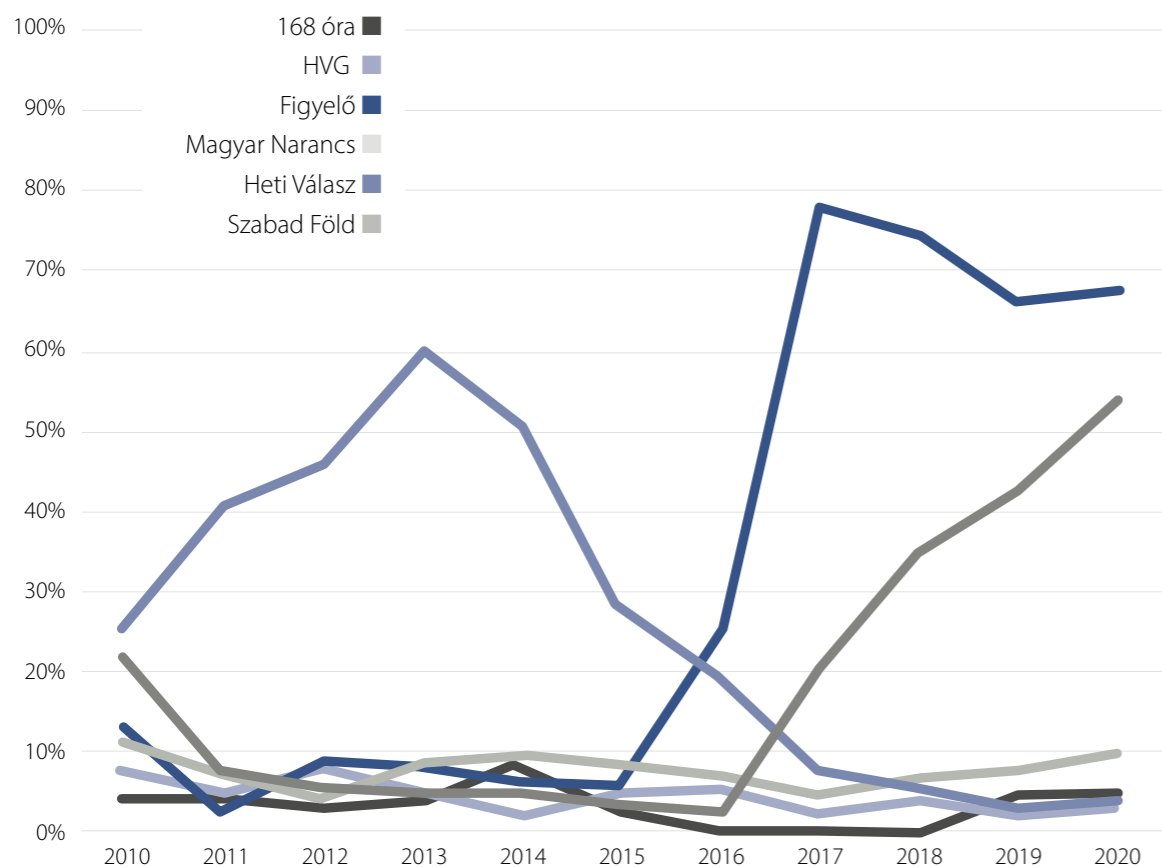
¹¹ Urbán, Á. (2018): Bleeding out the Simicska Empire. Mérték, 31 July. <https://mertek.eu/en/2018/07/31/bleeding-out-the-simicska-empire/>

A Magyar Hírlap kiadójánál nem volt érdemi változás a vizsgált időszakban, de a tulajdonos mindig is lojális volt a miniszterelnökhöz, Orbán Viktorhoz.

A Népszava helyzete a legmeglepőbb az ábrán. A baloldali lapot sokan az ellenzéki pártokhoz kötődőnek tartják, holott jól látszik, hogy bevételei jelentős része az állami hirdetőktől származik.

A politikai hetilapok piaca színesebb, hiszen itt vannak független szereplők is. Ugyanakkor az is szembetűnő, hogy a kormánypárthoz közel álló lapoknál milyen nagy az állami bevétel szerepe, tehát a piaci verseny teljesen kiegyensúlyozatlanná válik.

Az állami hirdetési bevétel aránya (az összes hirdetési bevétel százalékában) a fontosabb politikai hetilapoknál



Forrás: saját szerkesztés a Kantar Media adatai alapján

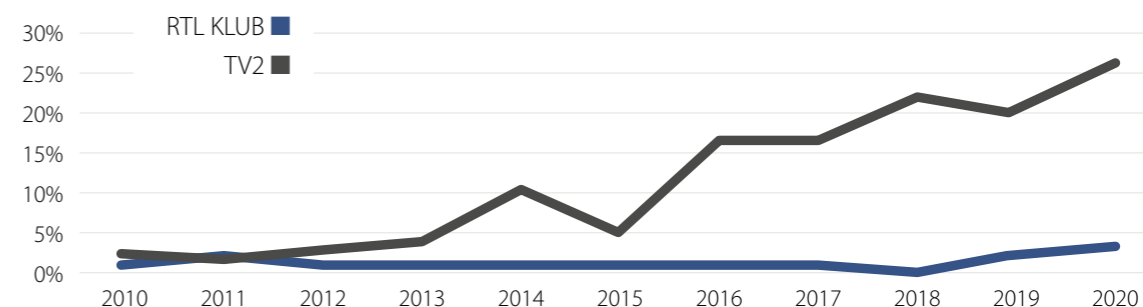
A Heti Válasz megszűnt 2018 nyarán, majd a laptól kirúgott újságírók egy kis csoportja elindított egy online lapot. A Válasz Online azóta is sikeresen működik, az üzleti modell közösségi finanszírozásra épül.

A Figyelő és a Szabad Föld is Fidesz-közeli befektetőhöz került, 2018-ban mindkét lap a KESMA része lett.

A Magyar Narancs és a HVG továbbra is független, a 168 órának 2020-ban új tulajdonosa lett. Az új tulajdonos kapcsolatba hozható a kormánypárttal, de tagadja, hogy Fidesz-közeli lapot szeretne csinálni.¹²

Egyértelműen látszódik az állami reklámköltség piactorzító hatása a televíziós piacon is.

Az RTL Klub és a TV2 állami hirdetési bevételei (listaáron)



Forrás: saját szerkesztés a Kantar Media adatai alapján

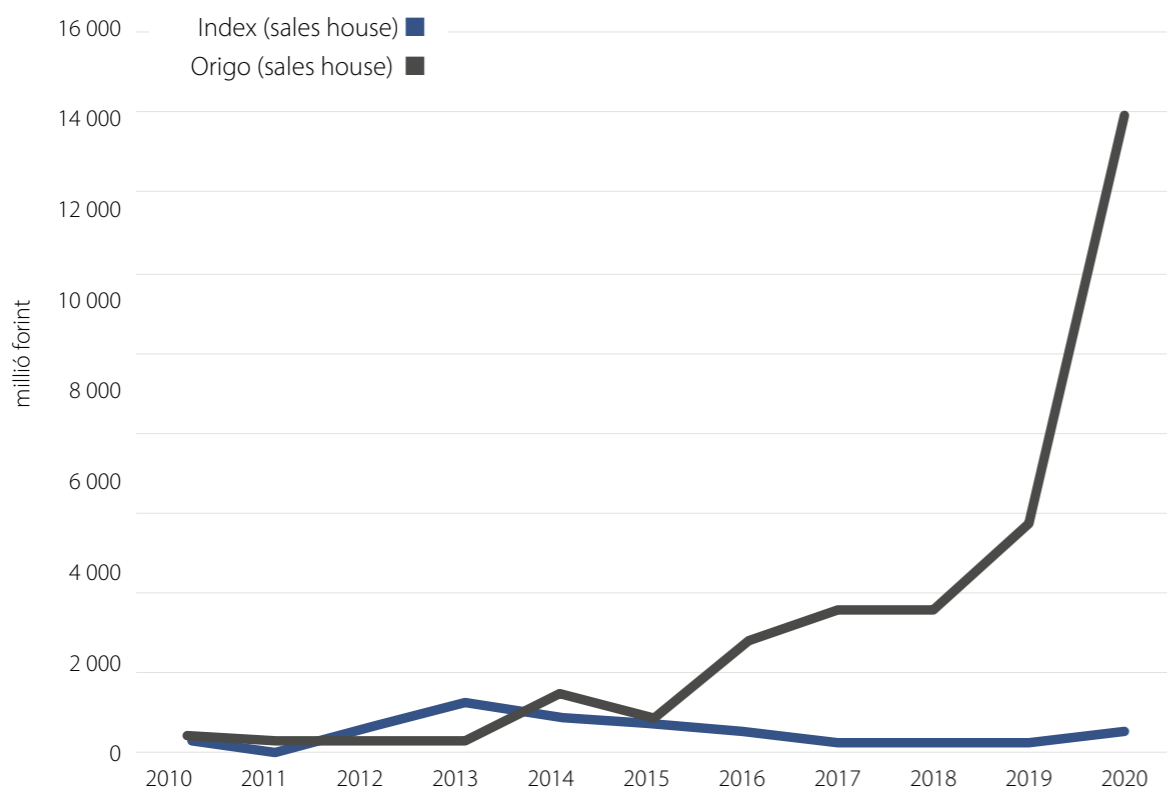
Az ábrán a két vezető kereskedelmi csatorna, az RTL Klub és a TV2 állami hirdetési bevétele látszódik. Az RTL Klub külföldi tulajdonban van, az RTL Group része. A TV2 2013 végén magyar tulajdonba került, ekkor a menedzsment vásárolta meg a céget. Később, 2015 őszén Andrew Vajna kormánybiztos vásárolta meg a csatornát, és bár Vajna azóta meghalt, de a TV2 azóta is kormányközeli tulajdonban van.

A TV2 az elmúlt években jelentősen megnövelte állami hirdetési bevételeit, holott a nézői piacon a két csatorna szoros versenyben áll egymással. Az, hogy az állam két hasonló közönségarányú csatorna közül szinte kizárólag az egyikben hirdet, aligha magyarázható mással, mint politikai okokkal.

Végül a két nagy hírportál, az Index és az Origo eredményeit hasonlítjuk össze, hiszen ez jól mutatja, hogy az online piacon is milyen erős az állami hirdetések piactorzító hatása.

¹² Stumpf, A. (2020): "Nem küldött senki" – az új sajtóbirodalmat építő Milkovics Pál Habonyról és cuki állatkákról. Válasz Online, 9 October. <https://www.valaszonline.hu/2020/10/09/milkovics-pal-pesti-hir-lap-168-ora-interju/>

Az Index és az Origo sales house állami hirdetési bevételei (listaáron)



Forrás: saját szerkesztés a Kantar Media adatai alapján

A két nagy hírportál esetében a sales house-ra van adat, ráadásul ezek neve többször változott az elmúlt másfél évtizedben, de így is leírható a trend. Miután 2015 végén kormányközeli befektetőhöz került az Origo, megugrottak az állami reklámbevételek.

Az Index független hírportálként működött az elmúlt évtizedben, egészen a szerkesztőség 2020 nyarán bekövetkezett felmondásáig. Várható, hogy az Index megszerzése után a kormánypárt jobban megosztja majd a hirdetéseket a két hírportál között. Eddig ez nem történt meg, de azt tudni kell, hogy az Index még a korábbi szerkesztőség felmondása után is kiegyensúlyozottabb portál maradt, mint az Origo. Az Origo jelenleg egyértelmű propagandát készít, a kormánypárt karaktergyilkosságainak egyik fontos eszköze.

Konklúzió

A magyar médiapiac rendkívül erőssé vált az állami beavatkozás az elmúlt évtizedben. Míg 2010 előtt alapvetően a globális tendenciák érvényesültek, ez 2010 után megváltozott: a piac helyett egyre inkább a politikai erők határozzák meg a nyilvánosság működését.

Természetesen nem meglepő, hogy a sajátos közép-kelet-európai történelmi háttér a média működésében is érezteti hatását és nagyobb az állam szerepe, mint a fejlett nyugati demokráciákban. Az ugyanakkor sajátos, hogy Magyarországon még a régió belül is különösen problémás a mediaszabadság helyzete. Ez nem független a politikai fejleményektől, az ún. illiberális demokrácia modelljétől. A Mérték összehasonlító elemzést készített Magyarország, Csehország, Románia és Szlovákia médiarendszeréről¹³ és egyértelműen kiderült, hogy itt a legerősebb az állam szerepe a média szintéren.

Különösen feltűnő az állami reklámköltség magas szintje, ami erősen piactorzó hatású. Gyakorlatilag a kormányközeli média számára ez felfogható egyfajta működési támogatásként, hiszen hosszú ideje kiszámíthatóan részesül belőle néhány kedvezményezett médiavállalat és az állam hirdetési tevékenysége láthatóan nem függ a piaci teljesítménytől. Ez egyben azt is jelenti, hogy azok a médiacégek, amelyek nem részesülnek az állami kampányokból, és kizárólag piaci bevételekből élnek, versenyhátrányba kerülnek.

¹³ Mérték Media Monitor (2021): Four Shades of Censorship. State Intervention in the Central Eastern European Media Markets. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2021/10/Mertek-fuzetek_19.pdf



A MÉDIA ÉS A NYILVÁNOSSÁG MŰKÖDÉSÉT ÉRINTŐ SZABÁLYOZÁS 2010 UTÁN

A 2010-es médiatörvények hatásai

A médiajogi jogalkotás nem sokkal a választások után, már 2010 nyarán elkezdődött: július 22-én fogadta el az Országgyűlés a régi médiatörvény, a rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény módosítását. Ez a módosítás megszüntette korábbi médiahatóságot, az Országos Rádió és Televízió Testületet, és 2010 októberével létrehozta a Médiatanácsot. Október 11-én már a Médiatanács tagjait is megválasztották, mégpedig kizárólag a Fidesz jelöltjeiből. A kilenc évre megválasztott testület elnöke Szalay Annamária lett, aki 2013-ban elhunyt, és helyére Karas Mónika került. A Médiatanács első tagjai Auer János, Kollarik Tamás, Koltay András és Vass Ágnes voltak.

A 2010-ben elfogadott médiatörvények – a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban Mttv.), valamint a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban Smtv.) – helyezték a hazai és a nemzetközi viták fókuszába a magyar mediaszabadság kérdését.

A két törvény 2010 és 2014 miatt néhány, lényeges pontot nem érintő, koncepcionális változást nem hozó módosításon esett át, amelyekkel a Fidesz-többség az Európai Bizottság (2011), az [Alkotmánybíróság](#)¹ (2012), majd az [Európa Tanács](#)² (2013) igen visszafogott kifogásainak tett eleget. A 2014-es választáson ismét – bár csak átmenetileg – megszerzett kétharmad birtokában a Fidesz [befejezte a](#)

¹ Polyák G. (2012) Lépéskenyszer – Javaslatok és elvárások a médiatörvény módosításához <https://mertek.eu/2012/05/02/lepeskenyszer-javaslatok-es-elvarasok-a-mediatorveny-modositasahoz/>

² Polyák G. és mások (2016) Levél az Európa Tanácsnak; https://mertek.eu/wp-content/uploads/2016/12/letter_hungarian_ngos_media_ce_2013.pdf

[közmédia átalakítását](#)³, azaz a 2010 óta egyébként is erősen központosított rendszerben összevonta az addig formálisan önálló közszolgálati médiaszolgáltatókat, és egyúttal végképp minden hatalmat az MTVA kezébe adott. Annak ellenére, hogy a Velencei Bizottság 2015-ben olyan [átfogó kritikát](#)⁴ fogalmazott meg a magyar médiaszabályozással kapcsolatban, amely lényegében a médiatörvények minden pontját összeegyeztethetetlennek találta a sajtószabadsággal, a magyar jogalkotó nem tartotta szükségesnek az újabb módosítást. 2015. februárjában a Fidesz elvesztette a kétharmados többségét és ezzel együtt a médiatörvények tetszőleges alakításának lehetőségét, így a médiaszabályozás le is került a jogalkotás napirendjéről.

A 2018-as választáson megszerzett újabb kétharmados többséget a kormánypártok leginkább a frekvenciapályázatok és a médiakoncentráció szabályozásának finomhangolására, illetve a médiatörvények a homoszexualitást diszkrimináló más jogszabályokkal való összhangba hozására használták. Lényeges módosítás, hogy a rádiós piacon gyakorlatilag megszűntek a piaci koncentráció korlátai. Míg 2019-ig egy piaci szereplő legfeljebb 12 helyi, vagy 4 helyi és 2 körzeti rádiót szerezhethetett, addig 2019 augusztusa óta akár 19 helyi, vagy 4 körzeti és 7 helyi rádiót indíthat. Ez azt jelenti, hogy semmi akadálya annak, hogy egy-egy piaci szereplő helyi rádiók hálózatoként országos lefedettséget szerezzen.

2019 decemberében az Országgyűlés – miután néhány hónappal korábban a Fidesz-frakció megakadályozta a jelöltállítási folyamat lebonyolítását – ismét kizárólag a Fidesz jelöltjeit választotta meg a Médiatanács tagjaivá, ezúttal 2028 decemberéig. A Médiatanács tagjává választották Budai Lászlót, a megválasztása után 2021-ben elhunyt Hankiss Ágnest, Meszleny Lászlót és Szadai Károlyt. Esetükben még az előző testülethez képest is elenyésző szakmai tapasztalat, viszont jelentős politikai múlt azonosítható. 2021 októberében, egy évvel a mandátuma lejártá előtt Karas Mónika lemondott az NMHH és a Médiatanács elnöki tisztességéről, ezzel lehetővé téve, hogy a Fidesz még a 2022-es választások előtt újabb 9 évre elnököt válasszon.

A még 2007-ben – MSZP és Fidesz közös támogatással – elfogadott digitális átállási törvény alapján, de az abban meghatározott határidőhöz képest két év csúszással 2013. október 31-én lezárult a digitális átállás. A digitális földfelszíni televíziós platformot működtető Antenna Hungáriát 2014 májusában a magyar állam visszavásárolta a korábbi francia befektetőtől. Ez azt is jelenti, hogy a digitális földfelszíni televíziós csomagok összeállítása egy állami cég nem szabályozott és nem ellenőrzött döntéseinek múlik. Ennek volt köszönhető, hogy az Andy Vajnához került TV2 Csoport újonnan alapított csatornáit 2016-ban bekerültek a MindigTV ingyenes csomagjába, és egyúttal a csomagból az Antenna Hungária kivette a Euronews csatornát. 2021-ben az Antenna Hungária többségi tulajdona 4iG Nyrt-hez kerül – a kézirat lezárásakor még folyamatban van a tranzakció –, és ezzel egy esetleges kormányváltás után is [Fidesz-közeli üzleti körök](#)⁵ döntenek a földfelszíni digitális kapacitásokról (valamint a teljes kormányzati távközlési infrastruktúráról).

³ Polyák G. (2014) Közszolgálati légviharok; <https://mertek.eu/2014/11/28/kozszoalati-legvarak/>

⁴ Polyák G. (2015) Rajtunk a világ szeme... <https://mertek.eu/2015/07/08/rajtunk-a-vilag-szeme-a-sajtoszabadasag-magyarorszag-i-helyzetenek-kulfoldi-ertekeleseji/>

⁵ Kellert-Alán Á. (2019) A csendes magyar: bemutatjuk a Mészáros Lőrinc „agyát”, a birodalom ügyintézőjét; <https://magyarnarancs.hu/belpol/a-csendes-magyar-115951>

2014-ben a médiatörvények jelentőségét [az alábbi pontokban foglaltuk össze](#)⁶:

- „A médiatörvények nélkül nem lenne Médiaszolgáltatási és Vagyonkezelő Alap (MTVA), és a közszolgálati műsorszolgáltatás nem jutott volna el az elmúlt években tapasztalható mélypontra. Nyilvánvaló, hogy a közszolgálati média, különösen a televíziók működése nagyon sokat nem tudott veszíteni a minőségéből, a hitelességéből és a közönségéből, de amit még lehetett, azt elveszítette. Szervilizmus, dilettantizmus, pazarlás, műsorpolitikai kudarcok – ennyi pénzből ilyen rossz teljesítményt nyújtani korábban senkinek nem sikerült. A közszolgálati médiaszolgáltatók látszatönállósága valójában csak kuszává és átláthatatlanná teszi a teljhatalmú MTVA működését, amelynek vezetőjét a Médiatanács elnöke tetszése szerint nevezheti ki és mozdíthatja el, és amelynek működése fölött semmilyen társadalmi kontroll nincs.
- Médiatörvények nélkül nem lenne központosított hírszolgáltatás sem, ami a tájékoztatás sokszínűségét a médiarendszer egészében súlyosan veszélyezteti. A hírcentrum a közszolgálati intézményrendszer propagandagépezetté silányításának fontos eszköze volt, miközben az ingyenes hírszolgáltatással a hírügynökségi piacon ellehetetlenítette a versenyt, és a kereskedelmi médiában is igen hatékonyan előmozdította a kormányzati üzenetek közvetítését.
- Médiatörvények nélkül nem csak perek végeláthatatlan sorában lehetne hozzáférni a médiarendszer működésére vonatkozó alapvető információkhoz, a médiaszolgáltatási díjak kiszámításának módjától és – az országos rádiók és televíziók esetében – a díjak csökkentésének mértékétől a rádiós frekvenciák közszolgálati célokra való felhasználásának indokain és a közszolgálati médiaszolgáltató műsorgyártási szerződéseinek át a közszolgálati média támogatására fordított közpénzek elosztásának elveit. A Médiatanács és az MTVA működésének zártsága éppen a transzparencia hiányának legfőbb okozója. Ezeknek az intézményeknek a működésébe sem kívülről, sem belülről nem lát bele senki, aki korlátozhatná a Fideszt politikai akarata végrehajtásában.
- Médiatörvények nélkül a nyomtatott és az online sajtó továbbra sem állna médiahatósági ellenőrzés alatt, illetve a társszabályozási rendszer elfogadásával nem kényszerült volna arra, hogy a bírságok fenyegetésének megkerülése érdekében nyilvánosan legitimálja a működését legalábbis bizonytalan kérések közé szorító médiajogi előírásokat. A médiatartalom szabályozása, az újságokkal és a hírportallokkal szemben kilátásba helyezett soktízmillió bírságok valódi célja és eredménye az újságírók, a szerkesztők és leginkább a médiatulajdonosok folyamatos bizonytalanságban tartása. A Fidesz tisztában volt azal, hogy a médiatörvény, valamint az új Polgári törvénykönyv több szakasza, a hamisított bajai választási videó miatt napok alatt elfogadott büntetőjogi szigorítás, vagy éppen az információszabadság elleni támadás az újságírók és a médiapiac magyarországi állapotában beváltatlan fenyegetésként is eléri a kívánt hatást. Ahol minden harmadik újságíró vallja magáról, hogy hallgatót vagy ferdített már el információt a negatív következmény elkerülése érdekében, ahol ezek az újságírók a munkájuk elvesztésével teljes egzisztenciális bizonytalanságba kerülnek, ahol nyilvános szakmai fórumokon mondják el az iparági szereplők, hogy a kereskedelmi hirdető hűségesebben követik az állami hirdetéseket, folyamatos gazdasági kockázatnak kitéve a nem (eléggő) baráti médiumokat, ott a korlátozó szabályozás tényleges szankcióalkalmazás nélkül is megteszi a hatását.”

⁶ Lehóczki Zs., Mong A., Nagy K., Navratil Sz., Polyák G., Urbán Á., Uszkiewicz E. (2014) Foglyul ejtett média – Média-politikai írások; <https://mertek.eu/2014/07/15/foglyul-ejtett-media-mediapolitikai-irasok-3/>

3,5 millió hallgatót ér el. A nagyobb vételkörzet azt is lehetővé teszi, hogy a hálózat néhány Budapest-környéki, eddig saját frekvencián működő tagját lekapcsolják.

2018 után két újabb szereplő jelent meg a zenei rádiós hálózatok piacán: a ma már a KESMA tulajdonában lévő Gong FM, valamint a szintén fideszes üzleti körökhöz kapcsolódó Best FM. E két rádió is sorra nyeri a frekvenciákat, és a lefedett vételkörzetek alapján egyelőre úgy tűnik, egymásnak nem lesznek versenytársai.

Az egyházi, vallási tematikájú rádiók terjeszkedésének támogatása a Médiatanács frekvenciapályáztatási gyakorlatának 2010 óta jól dokumentált eleme. A katolikus Mária Rádió és a református Európa Rádió már [2010-2011-ben](#)¹⁴ is a pályázati eljárások legfőbb nyertesei voltak. A Katolikus Rádió [2012-ben](#)¹⁵ kezdte meg a hálózatos terjeszkedését, addig kizárólag középhullámú frekvencián volt hallható. A Magyar Katolikus Rádiót a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia hozta létre 2004-ben, jelenleg [25 helyi frekvencián](#)¹⁶ sugározza a műsorát. A terjeszkedése részben hálózatba kapcsolódással, részben vételkörzet-bővítéssel zajlik. A vizsgált időszakban nyolc esetben vételkörzet-bővítés, négy esetben hálózatba kapcsolódás valósult meg. A Mária Rádió a világszerte működő alapítványi Mária Rádió magyarországi médiaszolgáltatója. Budapesti sugárzását 2006-ban kezdte meg, jelenleg húsz frekvencián érhető el, elsősorban a Dunántúl északi részén. A két református egyházkerület tulajdonában lévő Európa Rádió Észak-Magyarországon jelenleg öt települést fed le, a műsor Kárpátalja egy részén is hallható.

Médiapiaci összefonódások ellenőrzése

A médiatörvény 171. §-a úgy rendelkezik, hogy a Versenytanács köteles a Médiatanács állásfoglalását beszerezni az olyan vállalkozások, illetve vállalkozáscsoportok közötti összefonódások vizsgálatakor, mely összefonódásokban legalább két vállalkozáscsoport tagjai szerkesztői felelősséget viselnek, és melyek elsődleges célja a médiatartalom nyilvánosságához való eljuttatása valamely elektronikus hírközlő hálózaton vagy nyomtatott sajtóterméken keresztül. Az előbbi rendelkezésen túl a törvény még kimondja, hogy a Médiatanács szakhatósági állásfoglalása a Gazdasági Versenyhivatalt köti. A törvény szerint a Médiatanács nem tagadhatja meg a szakhatósági hozzájárulás megadását, ha a független véleményforrások összefonódások utáni szintje is biztosítja a sokszínű tájékozódás jogának érvényesülését a médiatartalom szolgáltatás releváns piacán.

¹⁴ Nagy K. (2012) A Médiatanács frekvencia-pályáztatási gyakorlata;

<https://mertek.eu/2012/02/22/a-medianacs-frekvencia-palyaztatasi-gyakorlata/>

¹⁵ Nagy K. (2013) A Médiatanács frekvenciapályáztatási gyakorlata (2. jelentés)

<https://mertek.eu/2013/01/08/a-medianacs-frekvenciapalyaztatasi-gyakorlata-2-jelentes/>

¹⁶ Media1.hu (2021) Bővül a Magyar Katolikus Rádió vételkörzete; <https://media1.hu/2021/01/18/bovul-a-magyar-katolikus-radio-vetelkorzete/>

A Médiatanács szakhatósági állásfoglalást eddig öt esetben adott ki, egy esetben hatáskörének hiányára hivatkozva a szakhatósági eljárást megszüntette, egy esetben pedig – a törvényben nem szereplő – előzetes szakhatósági állásfoglalást adott ki:

- A Médiatanács 2011-ben megtagadta a szakhatósági hozzájárulást az Axel Springer és a Ringier közötti összefonódás engedélyezése iránti kérelemhez.¹⁷ A szakhatósági állásfoglalás a médiatörvény visszaható hatályú rendelkezése miatt olyan ügyben született, amely a médiatörvény elfogadásakor a Gazdasági Versenyhivatal előtt már folyamatban volt.¹⁸ A felek a szakhatósági állásfoglalás ismeretében a GVH részére benyújtott kérelmüket visszavonták.
- A Médiatanács szintén 2011-ben az M-RTL Zrt. és az IKO vállaltcsoport közötti összefonódással kapcsolatban adott ki szakhatósági állásfoglalást.¹⁹ Az ügyben az M-RTL 100 %-os közvetlen részesedést kívánt szerezni a Cool TV, a Sorozat+, a Reflektor TV, a Prizma TV, a Film+ és a Film+2 csatornák médiaszolgáltatójában, az IKO Romániában, valamint a Muzsika TV médiaszolgáltatójában, az IKO Televisions-ben. A Médiatanács az összefonódást jóváhagyta.
- A Médiatanács 2014-ben indokolást nem tartalmazó egyszerűsített döntés formájában megadta a szakhatósági hozzájárulást az Axel Springer és a Ringier portfóliója egy részének a VCP Capital Partners általi felvásárlásához.²⁰ A tranzakció eredményeként jött létre a Mediaworks Hungary Zrt, amelynek tevékenységei a lapkiadáson túl kiterjednek a korábbi Ringier Nyomda nyomdai tevékenységére és a – szintén a Ringier-től átvett – lapterjesztésre.
- Szintén indokolást nem tartalmazó egyszerűsített döntés formájában adta meg a szakhatósági hozzájárulást a Médiatanács ahhoz, hogy a Mediaworks felvásárolja a német Funke Mediengruppe tulajdonában lévő Pannon Lapok Társasága Kiadói Kft-t, és ezzel megszerezzen a meglévő nyolc mellé további öt megyei napilapot, helyi ingyenes információs és hirdetési újságokat, néhány magazint, valamint újabb nyomdai és terjesztési kapacitásokat.²¹ Az összefonódás eredményeként a Mediaworks tulajdonába összesen már 13 megyei napilap került.
- Hatáskörének hiányát állapította meg a Médiatanács abban a 2017-es eljárásban, amelynek tárgya az Opimus-csoport fölötti irányításszerzés engedélyezése volt.²² Az összefonódás eredményeként a Mediaworks portfóliója egy olyan vállalkozáshoz került, amelyet Mészáros Lőrinc és a szintén Mészáros-tulajdonban lévő Konzum Management közös irányítása alá került. Az összefonódásban érintett felek, illetve a GVH is arra a következtetésre jutott, hogy az eljárás során be kell szerezni a Médiatanács szakhatósági állásfoglalását. A Médiatanács ennek ellenére nem látta indokoltnak a szakhatósági állásfoglalás kiadását.

¹⁷ Ügyiratszám: MP-1671-13/2011. Elérhető:

http://mertek.eu/sites/default/files/files/nmhh_szakhatosagi_allasfoglalas.pdf

Részletes elemzését ld. Gálik Mihály – Vogl Artemon: Az új médiakoncentráció-szabályozás első vizsgálója: az Axel Springer és a Ringier kiadói csoport meghiúsult összeolvadása a magyar piac, *Médiakutató* 2011. ősz, 83-97.

¹⁸ Vö. Mttv. 216. § (5); továbbá a Versenytanács Vj-42-307/2010. számú végzése.

¹⁹ 1309/2011. (X. 5.) számú MT határozat; indoklását ld. a Versenytanács Vj/066-301/2011. számú határozatának Mellékletében.

²⁰ A Médiatanács 477/2014 (V.29.) számú határozata, ld. a Versenytanács Vj/06/2014. számú határozatát.

²¹ A Médiatanács 999/2016.(VIII.1.) számú határozata, ld. a Versenytanács Vj/58/2016. számú határozatát.

²² Ld. a Versenytanács Vj/26/2017. számú határozata.

- A Médiatanács 2016-ban megakadályozta, hogy a Magyar RTL Zrt. irányítási jogot szerezzen a 24.hu hírportált üzemeltető Centrál Digitális Média Kft.-ben. A határozat indoklása ebben az esetben sem foglalkozik a nemzetközi gyakorlatban felvetett módszertani kérdésekkel, felületes és önismétlő.²³
- 2017-ben a hatóság ún. előzetes szakhatósági hozzájárulást adott ki, amelyvel lehetővé tette, hogy az Andy Vajna tulajdonában lévő AVALUE Befektetési Kft. felvásárolja a Lapcom Kiadót, és ezzel megszerezzen két megyei lapot és a Bors bulvárlapot.²⁴ A döntés indoklását a Médiatanács nem hozta nyilvánosságra.

A Médiatanács összességében a hét esetből mindössze háromszor adott ki indoklással ellátott szakhatósági állásfoglalást, ezek közül egyben adta meg a szakhatósági engedélyt az összefonódáshoz. Az állásfoglalások szakmai tartalmának legfontosabb jellemzője a megalapozatlanság és a következtelenség. Médiapolitikai jelentőségük ugyanakkor óriási, hiszen ezek a döntések alapozták meg a Népszabadság bezárását és a Fidesz-közeli médiavállalatok Európában példanélküli koncentrációját.

Reklámadó

A reklámadó 2014 júliusában lépett hatályba. A különadó kiterjedt az elektronikus, nyomtatott és online sajtótermékeken túl a köztéri reklámozásra és az interneten elhelyezett reklámokra is. A különadó adókulcsa eredetileg progresszíven nőtt: a nettó reklámbevétel 0,5 milliárd forint alatti részére 0 százalék, az e feletti, de 5 milliárd alatti részre 1 százalék, ezt követően 5 milliárdos sávonként 10 százalékkal emelkedik, és 20 milliárd forint felett már 40 százalékos (2015-től 50 százalék) az elvonás. Az adó jelentős adminisztrációs terhet rótt a vállalkozásokra. A különadó 2014-ben és 2015-ben komoly piactorzító állami beavatkozásként volt értékelhető elsősorban a televíziós piacon, mivel csak az egyik országos kereskedelmi csatornát, a piacvezető RTL Klubot érintette súlyosan. A másik országos csatorna, az éppen abban az időszakban tulajdonost váltó TV2 a törvény egyik rendelkezése miatt nagyrészt mentesült az adó befizetése alól. Az évek óta veszteségesen működő TV2 ugyanis csökkenthette az adóalapját az elhatárolt veszteség 50 százalékaival, míg a folyamatosan nyereséges RTL Klub ugyanezzel a lehetőséggel – egy kifejezetten e célból született törvényt módosítás eredményeként – nem élhetett. Mindezek következményeként az első, 2014. augusztusi adóelőleg befizetésekor az RTL Klub fizette a teljes reklámadó 80 százalékát.

A reklámadót az Európai Bizottság 2016-ban tiltott állami támogatásnak minősítette az adó progresszív jellege és a veszteségek levonásának lehetősége miatt. Ennek – és feltehetően a háttérben folytatott politikai és gazdasági tárgyalások – hatására 2015 májusában a parlament megszavazta azt a módosítást, amely szerint 100 millió forint árbevétel felett egységesen 5,3 százalék az adókulcs. Ez azt jelenti, hogy a nagyvállalatok, elsősorban az RTL jól járt, ugyanakkor a kisebb – sok esetben magyar tulajdonban lévő – cégek számára megnőtt az adóteher.

A Bizottság határozatát 2019-ben az Európai Unió Törvényszéke megsemmisítette, 2021-ben az Európai Bíróság ezt a döntést megerősítette. A Törvényszék, illetve a Bíróság²⁵ szerint a Bizottság nem bizonyította, hogy a szóban forgó adóintézkedés progresszív jellege, illetve az elhatárolt veszteségek részleges levonhatósága azzal a következménnyel járt, hogy szelektív előnyt biztosított bizonyos vállalkozások vagy bizonyos áruk termelése számára. A Bíróság az ítéletben teljesen figyelmen kívül hagyta, hogy a jogi előírások milyen konkrét piaci helyzetben születtek és abban milyen piactorzító hatásuk volt.

A Bíróság 2020-ban²⁶ a Google keresete alapján a reklámadó egy másik pontját az európai joggal ellentétesnek találta. A Bíróság jogsértőnek találta azt a szabályozási megoldást, ami alapján a más tagállamban letelepedett szolgáltatókra az adóhatóság néhány nap alatt egymást követően több mulasztási bírságot szabhat ki, akár több millió euró összegben, amennyiben a szolgáltató a magyar adóhatóság felé nem tett eleget a bejelentkezési kötelezettségének.

A reklámadóról szóló törvény 2019-ben ismét módosult, aminek eredményeként 2019. július 1. és 2022. december 31. közötti időszakra vonatkozóan a reklámadó mértéke nulla százalék.

A jogalkotó 2015-ben a médiaügynökségek – korábban egyáltalán nem szabályozott, nem is problémamentes – működését is szigorú keretek közé szorította. Ez egyrészt megnövekedett adminisztrációs terhet jelent a médiaügynökségek számára, másrészt a bevételeiket is érinti. Korábban a médiaügynökségek ún. bónuszt kaptak a médiumoktól, ezt a bevételi forrást a szabályozás megszüntette. Ugyanakkor a törvény rögzítette, hogy a hirdetőknél egységesen a médiaköltés 15 százalékát kell megfizetniük a médiaügynökségnek, ezzel a médiatervezés köztöltés árassá vált.²⁷

2014 végén kezdte meg munkáját a Nemzeti Kommunikációs Hivatal, amelynek feladata, hogy összefogja a költségvetési szervek, állami intézmények kommunikációját, lebonyolítsa a kapcsolódó közbeszerzéseket és ellenőrizze azok teljesítését. A Hivatal jelentősége 2015 augusztusában vált nyilvánvalóvá a szélesebb nagyközönség számára: 25 milliárd forintos közbeszerzésen három médiaügynökség nyerte meg a teljes állami szféra kommunikációját. A három ügynökség közül kettő személyes kapcsolatokon keresztül kötődik a kormánypárthoz.²⁸

²³ Gálík M. – Polyák G.: Az RTL – CDM összefonódási kérelem elutasítása, Fundamentum 2017/1-2. 55-66.

²⁴ A Médiatanács 893/2017. (VII. 25.) számú döntése.

²⁵ Bírósági ítélet (2021) <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=238902&pageIndex=0&doclang=hu&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2385873>

²⁶ Bírósági ítélet (2020) <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=223981&pageIndex=0&doclang=hu&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=2392773>

²⁷ Magyar Marketing Szövetség: Megszűnik a médiaügynökségi bónusz. marketing.hu (2015.06.12) <http://www.marketing.hu/hirek/szakmai-hirek/644-megszunik-a-mediaugynoksegi-bonusz>

²⁸ Rényi, P. D.: Köztük oszt ki az állam 25 milliárdot kommunikációs mintára. 444.hu (2015.08.07) <http://444.hu/2015/08/07/ok-harman-osztoknak-az-allami-cegek-25-milliardjan/>; Rényi, P. D.: 12 milliárdot takarít be jövőre a kommunikációs tenderek nagy varázslója. 444.hu (2015.10.13) <http://444.hu/2015/10/13/young-v3>

A politikai propaganda jogi megítélése

Az elmúlt években a médiarendszer átalakítását segítő jogi megoldások mellett a Mérték működésében kiemelt figyelmet kaptak azok a jogi rendelkezések, amelyek legalább részben kereteket szabhatnak a kormányzati propaganda terjesztésnek. A politikai kampányüzenetek terjesztésére szigorú jogszabályi előírások vonatkoznak. A jogi szabályozás az üzeneteket hordozó eszköztől függően differenciált, és nem az üzenet tartalmára, hanem az üzenet közvetítésének strukturális és finanszírozási kérdéseire vonatkozik. A legszigorúbb előírások a televíziós – és rádiós – politikai hirdetésekre vonatkoznak. Ilyen hirdetés kizárólag választási kampányidőszakban, valamint már elrendelt népszavazással összefüggésben tehető közzé. Sőt a televíziós hirdetések még a kampányidőszakban is csak nagyon korlátozottan alkalmazhatók. Maga az Alaptörvény rögzíti, hogy politikai reklám médiaszolgáltatásban kizárólag ellenérték nélkül tehető közzé (Alaptörvény IX. cikk).

A médiatörvény vonatkozó rendelkezése alapján egyértelműen megállapítható, hogy azok a politikai üzenetek, amelyek nem valamely párttól, hanem a kormánytól érkeznek, szintén politikai reklámnak minősülnek, és a fenti szigorú feltételek között tehető közzé. A médiatörvény szerint a politikai reklám valamely párt, politikai mozgalom vagy a kormány népszerűsítését szolgáló vagy támogatására ösztönző, illetve azok nevét, célját, tevékenységét, jelszavát, emblémáját népszerűsítő, a reklámhoz hasonló módon megjelenő, illetve közzétett műsorszám. A törvény pontosabban nem határozza meg, hogy mely üzenetek szolgálják a kormány népszerűsítését, illetve melyek ösztönöznek a kormány támogatására, de a szavak köznapi jelentése alapján azok az üzenetek is ide tartoznak, amelyek a kormány által eredményeket, illetve a kormány által követett politikai program egyes elemeit mutatják be.

Abban az esetben, ha a kormányzati üzenetnek valamely konkrét, a polgárok által hasznosítható, a számukra elérhető lehetőségeket vagy éppen az őket érintő konkrét veszélyhelyzetet bemutató tartalma is van, a törvény szerint közérdekű közleménynek minősül. A közérdekű közlemény az ellenszolgáltatás nélkül közzétételre kerülő, állami vagy önkormányzati feladatot ellátó szervezettől, illetve személytől, valamint állami fenntartású vagy az állam kezelésében lévő intézménytől származó tájékoztatás, amely valamely konkrét közérdekű információt közvetít a nézők vagy hallgatók figyelmének felkeltése céljából, és nem minősül politikai reklámnak (Mttv. 203. § 27). A fogalom egyes elemeinek, különösen a „konkrét közérdekű információnak” a magyarázata ebben az esetben is hiányzik a törvényből. Az információ közérdekű jellegének kiemelése annyit biztosan jelent, hogy az üzenet nem valamely politikai szervezet, vagy éppen a kormány partikuláris politikai érdekeit szolgálja, hanem a társadalom egésze vagy meghatározott része számára a saját döntési kompetenciáját, a saját életkörülményeit érintő tartalommal jelenik meg. Annak hangsúlyozása, hogy az információ konkrét, arra utal, hogy az üzenetből valamilyen döntési, cselekvési helyzet ismerhető meg, amely döntések meghozatalára, illetve cselekvések megtételére az üzenet címzettjei maguk képesek.

A tartalmi különbségeken túl fontos különbség a politikai reklám és a közérdekű közlemény között, hogy utóbbiért a mediaszolgáltató nem kérhet ellenszolgáltatást (Mttv. 32. § (5)). Nyilvánvaló, hogy a kormányzati üzenetek közérdekű köz-

leményként való közzététele a közpénzek felhasználásának hatékonyabb módja. Valójában még akkor is célszerűnek tűnik a kormány részéről a saját üzeneteinek közérdekű közleményként való feltüntetése, ha az üzenetnek egyébként politikai tartalma van. Azt váránk, hogy egy-egy kormányzati üzenet jogi minősítésével kapcsolatban az esetleges jogviták a politikai reklám és a közérdekű közlemény közötti megkülönböztetés kérdéséről szólnak. Ha ugyanis pusztán az a célja a kormánynak, hogy saját népszerűségét a televízióban, illetve a rádióban megjelenő üzenetekkel növelje, akkor ennek kézenfekvő eszköze a politikai hirdetés és a közérdekű közlemény fogalmi közötti bizonytalan határokkal való visszaélés. A közérdekűnek álcázott közlemény olcsó és hatékony módja lehet egyes politikai célú üzenetek közvetítésének is.

Ezek alapján a Mérték négy alkalommal fordult beadvánnyal a Médiatanácshoz:

- 2015 szeptemberében azt kifogásoltuk, hogy a „A magyar reformok működnek!” című kommunikációs kampányban televíziós mediaszolgáltatásokban is megjelentek azonos című rövid szpotok. A szpotokat a Duna Médiaszolgáltató Zrt televíziós mediaszolgáltatásai társadalmi célú reklámként, valamint a reklámblokkokban reklámként is sugározta. A TV2 televíziós mediaszolgáltató a szpotokat reklámként sugározta. Azt ugyan megállapította a hatóság, hogy reklámként ezek a szpotok nem tehető közzé, de elutasította azok politikai reklámként való minősítését. Arra a következtetésre jutott, hogy a vizsgált üzenetek „politikai témához szükségszerűen kapcsolódnak (hiszen a tájékoztatások tárgyát képező támogatások, lehetőségek szükségszerűen az egyes pártok – köztük a kormánypártok – Országgyűlés által elfogadott célkitűzéseinek eredményei), azonban a műsorszámokban – azok tartalmát, illetve vizuális megjelenését tekintve – nem található olyan elem, amely a kormány, annak célja, tevékenysége, jelszava, illetve emblémája népszerűsítésére, támogatására irányuló közzétételi szándékra utalna”. A Médiatanács ezért nem minősítette a kormányüzeneteket politikai reklámnak (A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának 160/2016. (II. 9.) számú határozata).
- A „Tudta?”-kampány a 2016. október 2-i országos népszavazás kampány időszakában zajlott, amikor politikai reklám egyébként jogszerűen közzé tehető, a korábban bemutatott feltételekkel, mindenekelőtt ingyenesen. Az e kampány során megjelenő üzenetekkel kapcsolatban a Nemzeti Választási Bizottság megállapította, hogy azok „a Kormánynak az általa kezdeményezett és 2016. október 2. napjára kitűzött országos népszavazás tárgyával összefüggő politikai véleményét” tartalmazzák, és az „a választópolgárok választói akaratának befolyásolását, döntési lehetőségeik elősegítését” szolgálják (Nemzeti Választási Bizottság 53/2016. számú határozat). Ezt az értelmezést követte jogerős ítéletében a Kúria is. Mind a Nemzeti Választási Bizottság, mind a bíróság egyértelműen állást foglalt amellett, hogy ezek az üzenetek politikai reklámnak minősülnek, és kifejezetten az a céljuk, a Kormány azokon keresztül „kifejtse politikai véleményét, a választópolgári akarat befolyásolására vagy annak megkísérlésére törekedjék vele”. Annak ellenére, hogy ez az értelmezés kétséget kizáróan politikai reklámnak minősítette a vizsgált üzeneteket, a Médiatanács egy rövid, indoklást nem tartalmazó válaszelemben mindössze annyit rögzített, hogy „a közlemények tartalmából következően jogsértés gyanúja nem merült fel”, ezért el sem indította a hatósági eljárást.

- Ugyanebben a levélben ugyanezt a választ adta a hatóság a Mérték Médiaelemző Műhely harmadik beadványára, amiben a panaszos a „Megüzentük Brüsszelnek: 98% NEM! a kényszerbetelepítésre.” című kommunikációs kampány televíziós szpotjainak társadalmi célú hirdetésként való minősítését kifogásolta. Ez a kampány a menekültek kötelező befogadásáról szóló, egyébként érvénytelen népszavazás eredményét népszerűsítette. A beadvány szerint ebben az esetben sem volt azonosítható semmilyen közérdekű cél, ami a szpotot társadalmi célú reklámmá tette volna. A Médiatanács indoklás nélkül elhárította az eljárás lefolytatását (A Médiatanács 34/2017. (I. 17.) számú döntése).
- 2019. márciusában az „Önnek is joga van tudni, mire készül Brüsszel” című – Jean-Claude Juncker európai bizottsági elnököt támadó – kommunikációs kampány miatt fordultunk a Médiatanácshoz. Ebben ismét mellett érveltünk, hogy a közlés tartalmában megvalósítja a politikai reklám kategóriáját, miközben egyértelműen nem felel meg sem a társadalmi célú reklám, sem a közérdekű közlemény, sem a reklám kategóriájának. Erre a beadványra nem kaptunk választ.

Ezek a döntések is azt mutatják, hogy a Médiatanács a kormány számára jelentős ügyekben mindig megtalálja a kormány érdekeivel összhangban álló jogértelmezést.

Piactorzítás és európai versenyszabályozás

Igaz ugyan, hogy az Európai Uniónak a médiával kapcsolatos mozgásteret korlátozott, de éppen az olyan gazdasági jellegű beavatkozásokkal szemben állnak a rendelkezésére hatékony eszközök, mint amilyenek a Fidesz médiapolitikáját jellemzik.

Az Európai Bizottság szigorú feltételeket támaszt a közszolgálati média finanszírozásával kapcsolatban, hogy megakadályozza a közpénzek piactorzító felhasználását. A Klubrádióval és Jávor Benedek akkori európai parlamenti képviselővel közösen beadott panaszunkban éppen azt kifogásoltuk, hogy a magyar közszolgálati média finanszírozása nem felel meg az állami támogatásokra vonatkozó európai szabályoknak. A Bizottság 2016 óta dolgozik a beadványon, de eddig azt sem elutasítania, sem jóváhagynia nem sikerült.

A közszolgálati média állami támogatásának szabályairól szóló európai bizottsági közlemény hosszan sorolja, hogy a közmédia gazdálkodásával kapcsolatban mely adatoknak kell minden esetben hozzáférhetőnek és ellenőrizhetőnek lenniük. A Bizottság szerint akkor átlátható a közmédia gazdálkodása, ha a közszolgálati és a nem közszolgálati tevékenység a gazdálkodásban egyértelműen szétválik, az azokhoz kapcsolódó bevételek és kiadások elkülönítve jelennek meg. Ennek előfeltétele, hogy minden műsorszámot besoroljanak a közszolgálati vagy a nem közszolgálati tevékenység körébe, ehhez pedig világosan meg kell határozni, hogy mi is az a közszolgálati tevékenység. A beadványunkban [kifejtettük](#)²⁹, hogy a magyar szabályozás és gyakorlat ezeknek a követelményeknek egyáltalán nem felel meg.

²⁹ Mérték Médiaelemző Műhely (2018) Az állami média finanszírozása – tiltott állami támogatás? <https://mertek.atlatszo.hu/az-allami-media-finanszirozasa-tiltott-allami-tamogatas/>

A magyar médiapiac nyilvánvaló példája annak, hogy az állami reklámok elhelyezése is súlyos piactorzító tényező lehet. Az uniós jog szerint az állami reklámok „állami támogatásnak” minősülhetnek. Ha e támogatások révén a kedvezményezett vállalkozás olyan gazdasági előnyhöz jut, amelyet rendes piaci feltételek mellett nem kapott volna meg, és ennek eredményeként a versenytársainál kedvezőbb helyzetbe kerül, akkor tiltott állami támogatásról van szó. Ebből következik, hogy az államilag finanszírozott hirdetések egyes médiumok közötti elosztása nem lehet független attól, hogy az adott médium milyen és mekkora közönséget ér el. A Mérték másik beadványa mellett érvel, hogy az a gyakorlat, amely bizonyos médiumoknak olyan részesedést biztosít az állami hirdetésekből, amely nem áll arányban az adott csatornák teljesítményével, nem egyeztetendő össze az állami támogatások szabályozásával. Az Európai Bizottság részére 2019-ben eljuttatott beadványunkban részletes adatokkal [bemutattuk](#)³⁰, mennyire diszkriminatív és piactorzító az állami hirdetések elhelyezése Magyarországon. Ezt a beadványt is a Klubrádióval és Jávor Benedekkel közösen készítettük.

Nem igaz tehát, hogy európai szinten semmit nem lehet tenni a magyar médiahelyzet javításáért. Az Európai Bizottság kezében ott az eszköz, most már csak rajta múlik, mire és mikor használja.

A hazai és a nemzetközi kritikák és kezdeményezések ellenére a médiaszabályozási helyzet 2010 után folyamatosan romlott. Mind a jogalkotás, mind a joggyakorlat szintjén folyamatos hatalmi visszaélések akadályozzák a médiaszabadság érvényesülését. Bár az európai intézmények az újabb és újabb jelentéseken kívül semmit nem tettek a magyar médiaszabadságért, idézzük zárásként az Európa Tanács emberi jogi biztosa által 2021-ben közzétett [memorandum](#)³¹ összegzését:

„A politikailag ellenőrzött mediaszabályozó-hatóság és a médiapiacra történő tartós és torzító állami beavatkozások együttes hatása aláásta a médiapluralizmus és a véleménynyilvánítás szabadságának feltételeit Magyarországon. Bár a független hangok még mindig hallhatóak, és a 2020-as médiafogyasztói felmérések óvatosan arra utalnak, hogy a közvélemény újra értékeli a független és professzionális újságírást, az ilyen hangok szisztematikusan kiszorultak. A szabad politikai vitát és a különböző vélemények szabad cseréjét, amelyek a demokratikus társadalmak működésének előfeltételei, súlyosan korlátozták, különösen a fővároson kívül. A helyzetet súlyosbítják az emberi jogi aktivisták és független hangok elleni folyamatos lejárató kampányok, amelyek célja a civil társadalom megfojtása, és egyértelmű és ijesztő üzenetet küldenek arról, hogy a kormánnyal szembeni kritika minden formája azonnali megtorlásra számíthat. Ezen túlmenően a kormány következetesen elmulasztotta elismerni a független intézmények szerepének fontosságát, legyen szó akár a szabályozóhatóságokról, akár az igazságszolgáltatásról. A nemzeti és nemzetközi bíróságok ítéleteinek ismételt figyelmen kívül hagyásával a kormány bebizonyította, hogy nem áll szándékában betartani a jogállamiságot, amely létfontosságú a demokrácia működéséhez, sőt, a véleménynyilvánítás szabadságának zavartalan gyakorlásához is.”

³⁰ Kardos D. és Urbán Á. (2019) Az állami reklámok mint tiltott állami támogatás <https://mertek.eu/2019/01/22/az-allami-reklamkoltes-mint-tiltott-allami-tamogatas/>

³¹ Memorandum on freedom of expression and media freedom in Hungary (2021) <https://rm.coe.int/memorandum-on-freedom-of-expression-and-media-freedom-in-hungary/1680a1e67e>

A KÖZSZOLGÁLATI MÉDIA MŰKÖDÉSE MAGYARORSZÁGON

A közszolgálati média működése hagyományosan vitatéma Magyarországon, ennek az intézménynek soha nem volt olyan magas a presztízse, mint a nyugat-európai fejlett demokráciákban. A köztelevízió működése legfeljebb helyenként és kivételesen követte a BBC etikai kódexének alapelveit. Az 1996-os médiatörvény hatályba lépése után a korábbi állami televízió és rádió alakult át közszolgálativá, hasonlóan a régió más országaihoz. Az intézmény jogi státusza elviekben alkalmazkodott a demokratikus sztenderdekhez, de a közszolgálati média fejlődése nem indult el azon az úton, ami korábban a nyugat-európai országokban jellemző volt. A kereskedelmi műsorszolgáltatás indulásakor a nézők jelentős része átpártolt az új adókhoz, a közszolgálati televízió nézettsége a mélybe zuhant. A közszolgálati rádiók viszont meg tudták őrizni a hallgatótáboruk jelentős részét.

A 2010-ig tartó időszakban is többször felmerült, hogy a közszolgálati média lojális a mindenkori politikai hatalomhoz. Ez inkább volt kisebb vagy nagyobb mértékű részrehajlás, de sohasem volt kritika nélküli propaganda, mint a 2010-es médiatörvény eredményeként kialakult közmédia. Ez részben a politika váltógazdaság jellegű működésének, részben pedig az első médiatörvénnyel létrehozott médiahatóság politikailag kiegyensúlyozott, törvénykövető működésének köszönhető. A 2010-ben hatalomra került kormány első intézkedései közé tartozott a közmédia átalakítása, a médiahatóság és a közszolgálati média teljes megszállása. Az azóta felépített médiakörnyezet és intézményrendszer azóta is hűen szolgálja az Orbán-rendszert.

Átláthatatlan szervezeti felépítés

A közszolgálati média intézményi háttere jelentősen megváltozott a 2010-es médiatörvényekkel¹, és ennek eredményeként egy erősen központosított rendszer alakult ki. A korábban különálló intézmények a Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap (továbbiakban MTVA) alá kerültek. A médiatörvény szerint az MTVA a közszolgálati vagyon kezelője és ez finanszírozza a közszolgálati tartalmak előállítását. Az MTVA vezérigazgatóját a Médiatanács elnöke nevezi ki pályázat nélkül, és bármikor indoklás nélkül vissza is hívhatja, de semmilyen felügyeleti szerv nem ellenőrzi a tevékenységét. A politikai függőséget nyilvánvalóvá tette az a tény, hogy a Médiatanács elnökét a kormánypártok választották meg kilenc évre. Ekkor még a közszolgálati médiaszolgáltatásokat még négy részvénytársaság nyújtotta, de ezeknek nem volt saját gyártási kapacitásuk, így mozgásterük az MTVA-tól való műsorrendelésre korlátozódott. Ez a négy cég a Magyar Televízió Zrt., a Duna Televízió Zrt., a Magyar Rádió Zrt., és a Magyar Távirati Iroda Zrt. volt.

A magyar parlament 2014. decemberében fogadta el a médiatörvény módosítását, amely elsősorban a közszolgálati médiaszolgáltatás intézményi kereteinek átalakítására irányult. A módosítás az imént bemutatott részvénytársaságok jogutódjaként létrehozta a Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zártkörű Részvénytársaságot, amely 2015. júliustól minden közszolgálati televíziós, rádiós és online tartalomszolgáltatás, illetve a közszolgálati hírügynökségi tevékenység szolgáltatója. Míg a Duna működése fölött van intézményi kontroll és a médiatörvény alapján különböző szervezetek ellenőrzik (Közszolgálati Közalapítvány Kuratóriuma, Közszolgálati Költségvetési Tanács, Közszolgálati Testület), addig az MTVA fölött kizárólag a Médiatanács áll. A Médiatanács tagjait a kormánypárt delegálta, így az MTVA független kontroll nélkül működik.

Van tehát a Duna Médiaszolgáltató, amely a törvény szerint közszolgálati médiaszolgáltató, körül van bástyázva külső kontroll mechanizmusokkal, de csak egy kirakatszervezet, nincsenek erőforrásai. És emellett ott van az MTVA, amely számolatlanul költi az adófizetők pénzét és senki nem tudja, hogy hova mennek ezek a pénzek, nincs fölötte érdemi külső kontroll.

Az Európai Bizottság 2016 óta foglalkozik egy beadvánnyal, amit Jávor Benedek európai parlamenti képviselő, a hirdetési piacon is jelen lévő piaci szereplők közül a Klubrádió és a Mérték Médiaelemző Műhely nyújtott be. Az Európai Bizottság szigorú feltételeket támaszt a közszolgálati média finanszírozásával kapcsolatban, hogy megakadályozza a közpénzek piactorzító felhasználását. Panaszunkban éppen azt kifogásoltuk, hogy a magyar "közszolgálati" média finanszírozása nem felel meg az állami támogatásokra vonatkozó európai szabályoknak. Véleményük szerint sem a transzparencia, sem a független kontroll elvárások nem teljesülnek.²

¹ 2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól, illetve 2010. évi CLXXXV törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.

² <https://mertek.eu/en/2020/09/07/ec-complaints/>

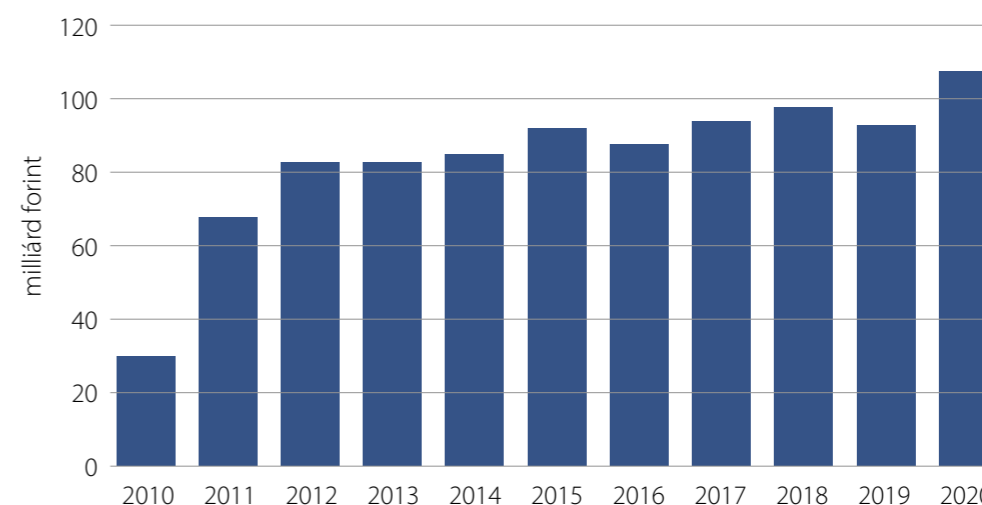
Az MTVA gazdálkodása nem igazán átlátható, bár 2019 óta legalább a honlapra felkerül egy éves jelentés.³ Mindenesetre az továbbra sem tudható, hogy az MTVA mennyit költ bizonyos közszolgálati célok megvalósítására. Ráadásul egy nehezen követhető listában az MTVA közzéteszi az 5 millió forint fölötti szerződéseket, de hozzá kell tenni, hogy egy rossz minőségben szkennelt pdf-ről van szó, amely nem kereshető formátumú⁴

A közszolgálati médiával szembeni általános elégedetlenség 2018 végén nyilvánvalóvá vált, amikor a téli hideg ellenére tüntetők ezrei mentek az MTVA elé, miközben ellenzéki országgyűlési képviselők bementek az épületbe.⁵ Az elégedetlenség a közmédia rendszer egészének szólt, bár a legtöbb ember számára a pazarló gazdálkodás vagy a propaganda jelenléte sokkal kézzelfoghatóbb, mint a szervezet átláthatatlan működése. Mindenesetre ekkor vált nyilvánvalóvá, hogy sokak számára a közszolgálati média az Orbán-rendszer emblematikus intézménye, és egyike azoknak, amelyek jelenlegi formájukban biztosan nem fenntarthatóak egy esetleges kormányváltás után.

A közszolgálati média finanszírozása

Mint a fentiek mutatják, a tartalomgyártás és -vásárlás költsége az MTVA költségvetésében jelenik meg. Az elmúlt évtizedben jelentősen bővültek a közszolgálati média forrásai, amiben elhanyagolható mértékű a kereskedelmi bevétel, túlnyomórészt a központi költségvetés finanszírozza a működést. Magyarországon nincs *licence fee* rendszer, a parlament által minden évben megszavazott költségvetési törvény határozza meg az MTVA-nak juttatott forrásokat.

Az MTVA bevétele



Forrás: https://nmhh.hu/tart/index/232/Koltsegvetes_koltsegvetesi_beszamolo
MTVA Annual Report (2020)

³ https://mtva.hu/wp-content/uploads/sites/17/2021/06/MTVA-2020_%C3%A9vi_besz%C3%A1molo_%C3%B3_k%C3%B6zz%C3%A9t%C3%A9s.pdf

⁴ https://mtva.hu/wp-content/uploads/sites/17/2021/08/2021_m%C3%A1jus_MTVA_5millio_feletti_szerzodesek_egyszezes_szerkezetben_2_resz.pdf

⁵ Bock, P. (2018): Hungarian protesters and opposition MPs rally at state TV building. Euronews, december 17. <https://www.euronews.com/2018/12/17/hungarian-protesters-and-opposition-mps-rally-at-state-tv-building>

A közszolgálati médiának juttatott források aránytalan mértékben nőttek a 2010-es években. Az összképhez hozzátartozik, hogy ebben az időszakban elindultak új szolgáltatások is, kiemelendő az M1 hírcsatorna és az M4 Sport indulása 2015-ben.

Jelenleg hat közszolgálati televízió csatorna és négy országos rádióadó érhető el.

A televízió csatornák a következők:

- M1: hírcsatorna (hírek, beszélgetések, napi aktualitások)
- M2/Petőfi TV: az M2 gyerekcsatorna, a Petőfi TV fiataloknak szóló műsort sugároz az esti időszámban, sok zenével
- M4 Sport: sportcsatorna
- M5: kulturális csatorna, a járvány alatt sok oktatási műsort is sugárzott
- Duna: ez a közszolgálati média "főcsatornája", szórakoztató tartalmakkal, filmekkel, napi híradóval
- Duna World/M4+: A Duna World elsősorban a külföldön élő magyarságot célozza, és jelentős mértékben a többi csatorna műsorát ismétli. Hétvégén délután és este sporteseményeket sugároznak, ez a műsorsáv M4+ néven fut.

Rádióadók:

- Kossuth Rádió: hírek, közéleti műsorok, politika, kultúra
- Petőfi Rádió: könnyűzene
- Bartók Rádió: komolyzene
- Dankó Rádió: magyar nóta, folklór, világzene

A rádiós és televíziós szolgáltatások mellett természetesen online szolgáltatások is elérhetők. Ki kell emelni a közszolgálati média hírportálját (hirado.hu) és a streaming oldalt (mediaklikk.hu), ahol a sugárzott programokat lehet visszaneézni vagy visszahallgatni.

A közszolgálati média presztízse meglehetősen kicsit Magyarországon, a kilencvenes években megjelent kereskedelmi csatornák nagyon gyorsan elszívták a közönséget. A közszolgálati média elsősorban az idősek körében népszerű, akik ezeken a csatornákon szocializálódtak és mind a mai napig kötődnek a megszokott műsoraikhoz.

A televíziós csatornák összesített éves közönségarányáról nincs rendszeres adat-szolgáltatás, de az ismert, hogy 2020-ban mindössze 10,3 százalékot ért el a hat csatorna összesen.⁶ A rádiós piacon hagyományosan magas a Kossuth és a Petőfi népszerűsége, mindkét adó esetében a napi hallgatottság meghaladta az 1 millió főt 2020 negyedik negyedévében.⁷ Az online szolgáltatások nem különösebben látogatottak, a hirado.hu jócskán le van maradva a legnépszerűbb hírportáloktól (2020 december: 1,342,932 real users), a mediaklikk.hu ennek a felét sem éri el.⁸ Összességében véve a közszolgálati média nem nevezhető igazán sikeresnek a közönség piacon, de a teljes tartalom portfóliót tekintve így is jelentős szereplő Magyarországon.

⁶ MTVA 2020. évi jelentés, 100. oldal alapján https://mtva.hu/wp-content/uploads/sites/17/2021/06/MTVA-2020_%C3%A9vi_besz%C3%A1mol%C3%B3_k%C3%B6zz%C3%A9telleni.pdf

⁷ Országos rádiós hallgatottságmérés negyedéves áttekintő 2020 Q4 https://nmhh.hu/dokumentum/217810/NMHH_negyedevés_attekintő_202010202012_IA_v1.pdf

⁸ <https://dkt.hu/>

A hírügynökség szerepe

A hírügynökség (MTI) működése szintén átalakult, miután 2011. január 1-jével beolvadt a közszolgálati médiarendszerbe. Ez éppen a közmédiák központosításával párhuzamosan történt. Az MTI feladata kibővült azzal, hogy hírműsorokat gyártson a közszolgálati műsorszolgáltatóknak.

Korábban az MTI egy átlagos hírügynökség volt, amely szerződéses alapon híreket értékesített a médiavállalatoknak. Miután 2011-ben a hírügynökség az MTVA alá került, a kereskedelmi bevétel már nem volt fontos és az MTI szolgáltatása ingyenessé vált. Ez tönkretette a hírügynökségi piacot Magyarországon. Az ingyenes kínálat senki nem tudott versenyezni, a kereskedelmi alapon működő hírügynökségek bezártak és az állami hírszolgáltatás monopol helyzetbe került.

Ez a helyzet ahhoz vezetett, hogy a magyar piacon még a független szerkesztőségek is kénytelenek használni az MTI híreit, holott az sokszor nem felel a legalapvetőbb szakmai sztenderdeknek sem.⁹ A hírügynökség politikai alapú működését jól mutatja az ún. MTI Országos Sajtószolgálat (MTI OS) működése. Az OS jellemzően pártok és más társadalmi szervezetek közleményeit adja ki, amelyek így juthatnak el például az újságok szerkesztőségeihez. Ez tehát nem az MTI saját tartalma, hanem egyszerűen egy közvetítő csatorna, amely kifejezetten azt segíti, hogy a közlemények eljuthassanak a nyilvánossághoz. A 2010-es években gyakorlattá vált, hogy az MTI nem jelenteti meg ellenzéki pártok vagy politikusok nyilatkozatait, de bármilyen nyilatkozat visszautasítása megtörténhet, ha abban a kormány számára kényelmetlen megállapítások vannak. Emlékeztetes eset volt 2018-ban, amikor MTI nyilvánvalóvá tette, hogy nem jelenteti meg azokat a közleményeket, amelyekben szerepel a miniszterelnök vejének, Tiborcz Istvánnak a neve. Az ilyen témájú közleményeknek az adta az apropóját, hogy ekkor indult Tiborcz István ellen az Európai Unió csalás elleni hivatalának, az OLAF-nak az eljárása.¹⁰

Az MTI politikailag elfogult működésére további példákat lehet felsorolni. Az első komolyabb botrány 2015-ben történt, amikor az MTI brüsszeli tudósítója olyan kérdést tett fel Orbán Viktor miniszterelnöknek egy sajtótájékoztatón, amely nem volt előre egyeztetve és hamarosan elbocsájtották az állásából.¹¹ Nagy vihart keltett a Politico cikke is, amely a közmédiából kiszivárgott, 2019-ben írt e-mailek alapján mutat rá a közmédiára, ezen belül az MTI működésére: a levelek bizonyítják, hogy az újságíróknak különleges jóváhagyást kell kérni olyan tudósítások esetében, amelyek Greta Thunberg-ről vagy az európai politikáról szólnak. Az is kiderült, hogy tilos olyan emberi jogi szervezetek közleményeit megjelentetni, mint az Amnesty International vagy a Human Rights Watch.¹²

⁹ Telex (2021): Az MTI az ellenzéki előválasztás eredményeiről egészen estig nem adott hírt, de beszámolt egy golfvilágrekordról, egy indonéz tigrisről és a facélia virágzásáról. <https://telex.hu/belfold/2021/10/17/mti-kozme-dia-elovalasztas-masodik-fordulo-eredmenyek>

¹⁰ 444.hu (2018): Az MTI nem hozza le a közleményeket, melyekben szerepel Tiborcz István neve. <https://444.hu/2018/01/15/az-mti-nem-hozza-le-a-kozlemenyeket-melyekben-szerepel-tiborcz-istvan-neve>

¹¹ Eurologus (2016): Közmédiák helyett kormánymédiák van Magyarországon. <https://index.hu/kulfold/eurologus/2016/05/02/nem-tehettem-fol-tobb-kerdest-orban-viktornak/>

¹² Politico (2010): Human rights and Greta on Hungarian state media watch list. <https://www.politico.eu/article/hungarian-state-media-not-free-to-report-on-greta-thunberg-human-rights/>

A közszolgálati médiának van egy különleges hírszolgáltatása, amely nagyban befolyásolja a magyarországi nyilvánosságot, és ez is az MTI híreire épül. Az MTVA bevezette, hogy alacsony áron hírblokkokat állít elő a kereskedelmi rádiók számára. Tekintettel arra, hogy a rádiózásban a hírszolgáltatás a műsorkészítés költségeinek jelentős részét öleli fel, sok kereskedelmi rádió él ezzel a lehetőséggel, és azt a hírblokkot sugározza, ami az MTVA-ban készül a MTI hírei alapján. Ez azt jelenti, hogy a hírblokkot óránként az MTVA-ban rögzítik, az eljut a szerződéses partnerekhez és így az érintett rádióknak nem kell saját hírszerkesztőt foglalkoztatni. Ennek eredményeként teljesen különböző helyi rádiók óránként ugyanazt a hírblokkot sugározzák, egyben teret adva a kormányzati propagandának.

A közszolgálati média, mint propagandagyár

A közszolgálati média működése hosszú ideje kritika tárgya Magyarországon. Elsősorban azonban nem az átláthatatlan és pazarló működés miatt áll támadások kereszttüzében az MTVA, az ezzel kapcsolatos problémák inkább egy szűk szakmai közeg számára érthetők. Az átlagemberek számára a propaganda legnagyobb nyilvánvalóbb probléma a közszolgálati média esetében. Rendszeresen jelennek meg összefoglalók a közmédia legnagyobb hazugságairól, a közösségi médiában gyakran terjednek olyan mémek, amelyek M1 hírműsoraira utalnak. Nem véletlen az sem, hogy a közbeszédben sokszor jelenik meg az „állami média” kifejezés a korábban használt „közszolgálati média” helyett. Természetesen a médiatörvény szerint továbbra is közszolgálati média működik Magyarországon, azonban a hírműsorok meglehetősen hasonlítanak a kommunizmus évtizedeire: nemcsak a kormánypárthoz való teljes lojalitás lett megszokott, de a külpolitikát tekintve ismét jellemzővé vált a Kreml narratívájának követése és a nyugati demokráciák folyamatos kritikája.

Annyiban mindenképpen jobb most a helyzet, mint a rendszerváltás előtt, hogy ma már van médiapiaci verseny és sokkal kisebb a közszolgálati média hatása a nyilvánosságra. Ettől függetlenül érdemi problémát jelent, hogy a nézők/hallgatók egy része, elsősorban az idősebb korosztályból még mindig elsősorban a közmédia műsoraiból tájékozódik. Az ő esetükben sérül a tájékozódáshoz való jog, és emellett természetesen a politikai verseny is sérül azáltal, hogy a közszolgálati média kiszolgálja a kormánypárt kommunikációs céljait.

Az intézmény propagandaszerű működését és a cenzúra működését jól bizonyítja egy kiszivárgott hangfelvétel.

A 2019 évi Európai Parlament választások előtt Bende Balázs, a közmédia vezető szerkesztője értekezletet tartott az újságíróknak és szerkesztőknek a szerkesztőségi irányvonalról. A hangfelvétel a Szabad Európához került, amely megjelentette azt a honlapján. A kampányra utalva Bende azt mondta, hogy „biztos vagyok benne, senkit nem ér váratlanul, ha azt mondom, hogy bizony ebben az intézményben nem az ellenzéki összefogást támogatják” és ez természetesen egyáltalán nem felel meg a médiatörvény előírásainak. Egyértelműen üzent a szerkesztőknek is, amikor azt mondta, hogy „Elsősorban migráció, elsősorban Brüsszel (...) Aki be van

osztva, rá kerülhet a sor hogy a megfelelő narratíva, módszer és irányvonal mentén anyagot kell írjon róla”. Egyértelműen tetten érhető a cenzúra, amikor azt mondja, hogy „akinek ez nem tetszik, annak be kell adni a felmondását”.¹³

A hangfelvétel természetesen sokakhoz eljutott, minden független hírportál foglalkozott a témával. A magyarországi helyzetről azonban sokat elmond, hogy nem volt mindent elsöprő felháborodás, a közösségi médiában is leginkább úgy kommentálták a felhasználók az esetet, hogy ebben nincs semmi meglepetés. Ilyen hangfelvétel nem került nyilvánosságra korábban, de a tartalma valójában senkit nem érthetett váratlanul. A közszolgálati média teljesen nyilvánvalóan propagandaként működik már hosszú évek óta, mindenki számára nyilvánvaló volt, hogy a hírek szisztematikus torzítása csakis felülről jövő utasítás lehet.

A közszolgálati média elfogultságát az EBESZ vizsgálata is megállapította 2018 évi parlamenti választás kampányában: „A közszolgálati műsorszolgáltató az M1-en sugárzott tájékoztatásában részrehajlást tanúsított a kormánykoalíció és a kormány iránt, amelyekről a tudósítások a hírműsorok 61%-át tették ki. E tudósításoknak 96%-ban pozitív volt a hangvétele, míg az ellenzékéről szóló tájékoztatás esetében a hírek 82%-ban negatív volt. Mindez ellentétes a közszolgálati műsorszolgáltató függetlenségére és a műsoraihoz való méltányos hozzáférésre vonatkozó EBESZ kötelezettségvállalásokkal.”¹⁴

A közszolgálati televízióban nem kizárólag a klasszikus értelemben vett hírműsorok formálják a nyilvánosságot. Elterjedté váltak az 1 perces hírösszeállítások, amelyek az M4 Sport csatornán láthatók, kifejezetten népszerű sportesemények szüneteiben. Ezzel olyan nézőket is el tud érni a közszolgálati média propagandája, akik egyébként nem érdeklődnek a hírek iránt, de kíváncsiak például a fontos labdarúgó mérkőzésekre vagy az olimpiára. Az ilyen 1 perces hírösszeállítások kifejezetten tendenciózusak, egyértelműen a kormánypárt propaganda céljait szolgálják.¹⁵

Szintén sajátos jellemzője a magyarországi helyzetnek, hogy a régióban jól ismert orosz propaganda média, pl. az RT (korábbi Russia Today) és a Szputnyik nincsenek jelen saját műsorszolgáltatással. Ennek nem az az oka, hogy a Kreml ne akarná befolyásolni a magyar nyilvánosságot, sokkal inkább az, hogy az orosz propaganda terjesztését a közszolgálati média végzi, ráadásul ez az oroszoknak nem is kerül pénzbe. Nehéz persze bizonyítani a közvetlen kapcsolatot az orosz propaganda gyárak és a magyar közmédia között, sokszor inkább a híradások jellege mutat rá a teljes hasonlóságra. Azon ritka esetek egyike, amikor a kapcsolat mégis nyilvánosságra került, akkor történt, amikor ellenzéki parlamenti képviselők kiperelték az MTVA-ból azt az információt, hogy a Russia Today 2017 decemberéig három interjút forgatott a közszolgálati média épületében.¹⁶

¹³ Keller-Alant, Á. (2020): Szerkesztői utasítás a köztévénél: „Ebben az intézményben nem az ellenzéki összefogást támogatják”. Szabad Európa, november 12. <https://www.szabadeuropa.hu/a/szerkesztői-utasítás-a-kozteve-nel-ebben-az-intezmenyben-nem-az-ellenzeki-osszefogast-tamogatjak-mtva-fidesz/30940923.html>

¹⁴ OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights: Hungary - Parliamentary Elections 8 April 2018, ODIHR Limited Election Observation Mission, Final Report <https://www.osce.org/files/f/documents/0/9/385959.pdf>

¹⁵ Rényi, P. D. (2018): A közmédia ismét képes a legprimitívebb módon végig migránsolni az év sportünnepét. 444.hu, július 2. <https://444.hu/2018/07/02/a-kozmedia-ismet-kepes-a-legprimitivebb-modon-vegig-migransolni-az-ev-sportunnepet>

¹⁶ Rádi, A. (2018): Pert vesztett az MTVA, kiderült, hogy háromszor forgatott a Putyin-tévé a közmédia székházában. atlatso.hu, október 10. <https://blog.atlatso.hu/2018/10/pert-vesztett-az-mtva-kiderult-hogy-haromszor-forgatott-a-putyin-teve-a-kozmedia-szekhazaban/>

Az elmúlt évtizedről számtalan példát lehetne hozni, amelyben tetten érhető a közszolgálati média propagandagyárként való működése. A miniszterelnök minden héten interjút ad a Kossuth Rádióknak, ahol valódi kérdések helyett alá-kérdezéssel, szervilis riporterri attitűddel találkozunk. Gyakorlatilag bármelyik héten a hírműsorok tartalomelemzésével is össze lehetne állítani egy listát a hazugsá-gokról és csúsztatásokról¹⁷. Az alábbi gyűjtésben az elmúlt évtized néhány külön-ösen nagy vihart kavart esetét gyűjtöttük össze.

- Daniel Cohn-Bendit, a Zöldek EP képviselője, a magyar kormány kritikus sajtótájékoztatót tartott Budapesten 2011-ben. A közmédia híradója meghamisította a történeteket azzal, hogy tendenciózusan vágták meg a felvételt. A híradó szerint a közmédia riportere feltette egy pedofiliára irányuló kérdést, majd az látszódt, hogy a politikus feláll és elhagyja a termet. A valóságban azonban Cohn-Bendit válaszolt a kérdésre és csak fél órával később, a repülőgépe indulása miatt állt fel és fejezte be a sajtótájékoztatót.¹⁸
- Komoly botrányt okozott az a másik 2011-es eset, amikor Lomnici Zoltánt, a Legfelsőbb Bíróság egykori elnökének „kimaszkolták” az arcát, úgy, ahogy jellemzően bűnelkövetőket szokták a személyiségi jogaik védelmében. Az eset teljesen indokolatlan volt, de Lomnici akkor már egy ideje ún. tiltólis-tán volt a köztvében, így alighanem az egyik szerkesztő így próbált megfelelni az elvárásoknak.¹⁹
- 2012 elején a kormány az Operaházban ünnepelte az Alaptörvény elfogadá-sát. A hivatalos ünnepség idején az Operaház előtt tüntetés zajlott sokezer résztvevővel, a köztvé erről meglehetősen sajtóságos stílusban számolt be. A riporter a lezárt útszakasz elé állt, úgy tűnt, mintha kihalt lenne a környék és nem is lettek volna tüntetők.²⁰ Az akkor készült kép gyorsan mémesedett, még évekkel később is felbukkant a közösségi médiában a propagandát illusztráló mémként.
- Időnként előfordul, hogy a közszolgálati média olyan fejleménnyel szem-besül, amire nem volt felkészülve a kormányzati kommunikáció és ilyenkor a közszolgálati média is kivár a híradással. Feltehetően ilyenkor fentről jövő utasításra várnak, ami megadja a megfelelő keretezést az adott témának. Jó példa volt erre az az eset, amikor 2015-ben a Fidesz elveszítette a kétharmad-parlamenti többségét egy időközi választáson, és a választás eredményé-ről csak a híradó végén, röviden számolt be a televízió híradó.²¹
- Gyakran visszatérő jelenség, hogy gazdasági folyamatokat igyekszik a köz-média rendkívül leegyszerűsítve, sőt, az adatokat elferdítve leadni. Előfordul, hogy az ábrákat teljesen megtévesztő módon mutatják be (pl. az alacsonyabb érték az oszlopdiagramon magasabbnak látszik)²², de olyan is volt, hogy az inflációs adatról úgy beszéltek, mintha az a nyugdíjemelés mértéke lenne.²³

- A propaganda egyik bevett eszköze a képi manipuláció. Jó példa volt erre az ismert kölni szilveszteri erőszak bemutatása a közszolgálati híradóban 2016 elején. Az eset önmagában is megrázó volt, de ezt az M1 azzal tetézte, hogy egy évvel korábbi kairói eset felvételét mutatta be, amikor egy holland té-vést erőszakoltak meg a Tahír téren.²⁴
- A Soros György elleni propaganda éveken át jellemző volt a közszolgálati mé-diában, rengeteg ezzel kapcsolatos esetet lehetne kiválasztani. Talán ezek kö-zül is kirívó volt, amikor az M1 az Iráni Iszlám Köztársaság síita fundamentalista despotájának, Ali Hámenei ajatollahnak, Irán legfelsőbb vezetőnek webolda-lát használta forrásként Soros György gyalázásában.²⁵
- Nagy port kavart fel az a 2018-as eset, amikor egy Svédországban élő magyar nővel készített interjút az M1 arról, hogy Stockholmban milyen rossz a közbiz-tonság. Utólag kiderült, hogy a nő soha nem lakott Stockholmban, több élet-rajzi adatáról is hazudott és egyébként elítélték Svédországban.²⁶ Érdekes, hogy a leleplező cikk szerzője, Dezső András újságíró ellen eljárás indult, a per jelenleg is tart.
- Soros mellett „Brüsszel” kritikája is állandó elem a közszolgálati médiában, kü-lönösen a bevándorlással kapcsolatban.²⁷ Ez természetesen akkor kezdődött, amikor a kormányzati kommunikáció a bevándorlást állította középpontba. Érdekes trükk volt, hogy a központi kommunikáció soha nem az Európai Uniót támadta, hiszen az kiemelkedően népszerű Magyarországon, hanem mindig „Brüsszel” került negatív szerepbe. A kevésbé tájékozott tévénézők számára valószínűleg nem nyilvánvaló, hogy Brüsszel az Európai Unió fővárosa.
- A 2018-as országgyűlési választás előtti napon a németországi Münsterben gázolós merénylet történt, többen meghaltak. Az elkövető egy pszichés problémákkal küzdő német férfi volt, a magyar közszolgálati média azonnal bevándorlókat és terrorcselekményt emlegetett a tudósításaiban.²⁸
- A közszolgálati média tudósításaiban visszatérő elem a menekültellenesség, előfordult azonban, hogy hírgyártás parodisztikus fordulatot vett. Az M1 át-vette egy német viccoldal, a Noktara cikkét arról, hogy a német Essen („enni”) városát a ramadán miatt átnevezik Fastenre („böjt”) és úgy számoltak be az esetről, mintha valóban megtörtént volna.²⁹

17 A Mérték rendszeresen megjelentet egyes hírműsorokra vonatkozó tartalomelemzéseket a Szűrőpróba sorozatban. <https://mertek.eu/tag/szuroproba/>

18 Kustánczi, N. (2011): Hamisított tudósítással trükközött az MTV? 24.hu, április 8.

<https://www.24.hu/belfold/2011/04/08/hamisított-tudositással-trukkozott-az-mtv/>

19 Thüringer, B. (2011): Kiretusálták Lomnicit a Híradóban. Index, december 6.

<https://index.hu/kultur/media/2011/12/06/bunozokent-kezelték-lomnicit-a-hiradoban/?rmd=116>

20 Szabó, Z. (2012): Nem találta a tüntetést az MTV. Comment:com, január 3.

https://comment.blog.hu/2012/01/03/nem_talalta_a_tuntetest_az_mtv

21 Medvegy, G. (2015): 29 percet kellett várni a kétharmad bukására. 24.hu, február 24.

<https://www.24.hu/belfold/2015/02/24/29-percet-kellett-varni-a-ketharmad-bukasara/>

22 Botos, T. (2015): Úgy eleméz a gazdasági adatokat az M1, ahogy senki más nem merné. 444.hu, június 4.

<https://444.hu/2015/06/04/ugy-elemez-gazdasagi-adatokat-az-m1-ahogy-senki-mas-nem-merne>

23 Kasnyik, M. (2015): Béla ismét brillírozott: elmagyarázza, mit jelent az, hogy 1,6 százalék az infláció. 444.hu, június

24. <https://444.hu/2015/06/24/bela-ujra-brillirozott-elmagyarazza-mit-jelent-az-hogy-16-szazalek-az-inflacio/>

24 Sixx (2016): A hírhamisító MTVA ismét hírt hamisított. Comment:com, január 12.

https://comment.blog.hu/2016/01/12/a_hirhamisito_mtva_ismet_hirt_hamisitott

25 Sarkadi, Zs. (2017): Új szint: a magyar közmédia az Iráni Iszlám Köztársaság despotájára hivatkozva állítja azt, hogy Soros György GONOSZ. 444.hu, május 24. <https://444.hu/2017/05/24/uj-szint-a-magyar-kozmedia-az-ira-ni-islam-koztarsasag-despotajara-hivatkozva-allitja-azt-hogy-soros-gyorgy-gonosz>

26 Dezső, A. (2018): Elítélték Svédországban azt a nőt, aki a közmédia szerint a „romló közbiztonság” miatt jött haza. Index, március 12. <https://index.hu/belfold/2018/valasztas/2018/03/12/elitelték-svedorszagban-azt-a-not-aki-azt-allitja-hogy-a-romlo-kozbiztonsag-miatt-jott-haza/>

27 Bakró-Nagy, F. (2018): A Soros-terv: Brüsszeli migrációs bevándorló migránsok betelepítése Brüsszelből. Index, október 13. https://index.hu/video/2018/10/13/hirado_mtva_migacio_migrans_soros_gyorgy_brusszel/

28 Urfi, P. (2018): Pszichés problémákkal küzdő férfi gázolt Münsterben. 444.hu, április 7.

<https://444.hu/2018/04/07/psziches-problemmakkal-kuzdo-nemet-ferfi-gazolt-munsterben>

29 Herczeg, M. (2018): A köztvének egy német viccoldal álhírével sikerült bemutatnia, hogy Németország iszlami-zálódik. 444.hu, május 20. <https://444.hu/2018/05/20/a-koztevenek-egy-nemet-viccoldal-alhirevel-sikerult-be-mutatnia-hogy-nemetorszag-islamizalodik>

- Szintén a 2018-as választás előtt készült az tudósítás az M1-en arról, hogy Németországban az átlagemberek mennyire félnek a migránsoktól és vannak olyan lakónegyedek, ahonnan kiszorulnak a németek. A megkérdezettek azonban egyáltalán nem átlagos német polgárok voltak, hanem a szélsőjobboldali AfD helyi politikusai.³⁰
- Visszatérő probléma a közmédia kapcsán az, hogy ellenzéki politikusokat egyáltalán nem hívnak be a műsoraikba, csak a kormányzati narratíva ismerhető meg. Amikor a 2019-ben megválasztott új budapesti főpolgármester, Karácsony Gergely egy interjúban elmondta, hogy a megválasztása óta (100 nap telt el) egyáltalán nem hívták be a közmédiába, ismét beszédtema lett a közszolgálat működése. Vélhetőleg azért, hogy ez a téma lekerüljön a napirendről, az M1 csatorna beszélgetésre hívta a zöld politikust. A riportter hosszan faggatta Karácsonyt arról, hogy miért nem kerékpárral érkezett (január volt és -1 fok), illetve arról, hogy hol parkolt. Az interjú lényegében önmaga paródiája lett, napokra témát adott az ellenzéki közvéleménynek.³¹

Az itt bemutatott lista meglehetősen hosszú, de csak egy nagyon kis része annak a propaganda tevékenységnek, ami nap mint nap látható a közszolgálati média csatornáin Magyarországon. A hazugságok nagy része nem dokumentált, egyszerűen nincs az a szerkesztőség vagy civil szervezet, amelynek elegendő kapacitása lenne a hírműsorok folyamatos figyelésére.

A leleplezett hazugságok igen gyorsan terjednek a közösségi médiában, sok vídám percet szereznek azoknak, akik felismerik a propaganda jegyeit. Ezek a tudósítások gyakran válnak vicc tárgyává, sokszor mémként terjednek tovább. Ugyanakkor azt is tudja mindenki, hogy a propaganda sok ember számára valóságként jelenik meg és mint ilyen, sajnos kellően hatásos is. Sokaknak hiányos a médiaműveltségük ők kritikátlanul elfogadják a hazugságokat is és ez nagyban hozzájárul a közélet polarizáltságához.

³⁰ Bakó, B. (2018): Valójában AfD-s politikusok a migránsoktól rettegő „átlagnémetek” a magyar köztévé riportjában. Azonnali, augusztus 11. https://azonnali.hu/cikk/20180811_afd-s-politikusok-a-migransoktol-rettego-atlagne-metek-a-kozteve-riportjaban

³¹ Mázsar, T (2020): Sokáig emlékeztetés interjút adott Karácsony Gergely a köztévében. 24.hu, január 21. <https://24.hu/belfold/2020/01/21/interju-karacsony-gergely-kozteve/>



A HELYI MÉDIAPIACOK JELLEGZETESSÉGEI

A helyi média működése sokkal kevésbé dokumentált, mint az országos piac fejleményei. Inkább csak mozaikszerű tudásunk van arról, hogy milyen folyamatok zajlanak helyben, és természetesen nagyon sok függ attól, hogy mekkora piacról van szó (településméret), milyenek a politikai erőviszonyok, illetve mennyire fejlett az adott régió. Fontos azonban látni, hogy a helyi piacokon jellegében hasonló folyamatok zajlanak, mint országosan. Erősen jelen van a politikai nyomásgyakorlás, a propaganda és sok esetben súlyosan sérül a szakmaiság. Ugyanakkor itt is megjelent az igény a helyi ügyek objektív bemutatására, így az elmúlt években elindultak olyan projektek, amelyek próbálják kontrollálni a helyi politikai és gazdasági elitet.

Politikai és piaci környezet

A helyi médiapiacok életképessége sokkal rosszabb, mint az országos piacé. Nem érvényesül az ún. méretgazdaságosság, egyszerűen azért, mert sokkal kisebb a potenciális közönség és értelemszerűen sokkal kevesebb a reklámbevétel is. Tehát ha tisztán a piaci viszonyok érvényesülnének és nem lenne politikai nyomásgyakorlás, akkor is nagyon nehéz lenne Magyarországon pénzügyileg fenntartható helyi médiát működtetni.

Sajnos azonban a politikai nyomásgyakorlás jelen van, olyannyira, hogy gyakran megvalósul a teljesen nyilvánvaló és korlátok nélküli propaganda. Ez különösen látványos azokban az esetekben, amikor az országos és a helyi politikai hatalom egy kézben van, tehát nincs semmiféle kontroll, ami óvatosságra intené a politikai szereplőket. A 2010-es évek Magyarországon ez értelemszerűen a fideszes

vezetésű településeken valósult meg. Számtalan példát lehet találni arra, hogy ilyen esetben a helyi lap egyértelműen a nagyon centralizált kormánypárti politika irányvonalát képviseli, a helyi politikusok szócsövété válik. Példa volt erre, amikor a Budapest 5. kerületi lap lényegében Rogán Antal kormánypárti politikus brandjét építő lappá vált.¹ Ugyanez megfigyelhető volt Csepelen, ahol a helyi lapban még a gasztro rovatban is a kormánypárti politikus, Németh Szilárd receptjeit lehetett megismerni.²

A helyzetet nehezíti, hogy az elvileg kereskedelmi alapon működő helyi vagy regionális média is jellemzően Fidesz-közeli befektetőkhez került. Az összes megyei lap ma már annak Közép-Európai Sajtó- és Média Alapítványnak a része, amelyet nem titkoltan a kormánypárt hozott létre a média birodalma központosítására. A helyi rádiók esetében lényegében eltűntek a független szereplők az elmúlt évtizedben, a Médiatanács frekvenciapályázati döntései rendszeresen a kormánypárti szereplőket hozzák helyzetbe.³

Könnyen előfordulhat tehát, hogy egy vidéki hírfogyasztó, aki nem használ internetet, a kormánypárti propaganda csapdájába esik. Ha valaki időnként bekapcsolja a köztelevízió híradóját, belehallgat a helyben elérhető rádiók műsorába és esetleg megveszi a megyei lapot is, lényegében ugyanazt hallja. Ezért van különösen nagy jelentősége annak, hogy a helyi média tovább erősíti ezt a propagandát, vagy éppen ellenkezőleg, valamelyest enyhíti a hírek egyoldalúságát.

Független médiaprojektek a helyi nyilvánosságban

Független helyi médiát fenntartani sokkal nehezebb, mint ugyanezt országos méretekben tenni. Egyrészt a már korábban említett kis piacméret miatt egy ilyen projekt sokkal nehezebben működtethető, másrészt pedig az újságíró részéről is nagyobb a személyes áldozat. Ha valaki a lakhelyén tárja fel a korrupciós ügyeket, akkor óhatatlanul szembekerül a helyi politikai és gazdasági elittel, márpedig ez könnyen vezethet konfliktusos helyzetekhez az újságíró személyes kapcsolatrendszerében is. Egy politikailag polarizált országban tehát különlegesen nagy áldozat kell ahhoz, hogy valaki független médiaprojektet menedzseljen helyi szinten.

Ettől függetlenül vannak példák Magyarországon is évek óta működő független újságírói műhelyekre, amelyek esetében a már lehet fenntarthatóságról beszélni. A legrégebbi ilyen műhely a nyugat.hu, amely Szombathelyen működik. Mindenképpen meg kell említeni a Szabad Pécs és a Debreciner nevét, amelyek Pécsen, illetve Debrecenben töltik be a független hírportál szerepet, és tényfeltáró anyagaik nemegyszer az országos nyilvánosságba is bekerülnek. A két portál történetében közös, hogy alapítóik korábban a megyei lapnál dolgoztak, de amikor 2016-ban Mészáros Lőrinc, a miniszterelnök barátja és üzlettársa megszerezte a Mediaworks kiadót, benne a megyei lapokkal, tisztogatás kezdődött ezeknél a

lapoknál. Sajnos csak két városban indítottak a kirúgott újságírók új projektet, valószínűleg nem véletlen, hogy magyarországi viszonylatban két nagyvárosról van szó. Pécs és Debrecen is egyetemi város, van olyan városi polgárság, amelyek célközönségnek tekinthető egy ilyen lap esetében.

Érdemes szót ejteni azokról a projektekről, amelyeket valamelyik országos média indított azért, hogy a vidéki ügyek eljuthassanak a szélesebb nyilvánossághoz. Jó példa erre a Magyar Narancs politikai hetilap Kis-Magyarország rovata, amely kifejezetten helyi ügyekkel foglalkozik, vagy az Átlátszó oknyomozó portál hasonló sorozata, A helység kalapácsa. Különösen figyelemre méltó az a 2021-ben indult összefogás, amely több médium részvételével indult és kifejezetten azt célozza, hogy a legfontosabb helyi ügyeket láthatóbbá tegye. A Partizán, az Átlátszó, a G7, a Magyar Hang, a Mérce és a Szabad Pécs részvételével indult projekt (Helyközi Jarat) a vidéki Magyarország ügyeit tárja fel és juttatja el minden eddiginél szélesebb közönségnek.⁴

Szintén innovatív a Nyomtassteis mozgalom, amely nem a tartalom előállítását, hanem a tartalom terjesztést tűzte ki célul. Az ötletet az adta, hogy vidéken, elsősorban a kisebb településeken sok idős ember él internet hozzáférés nélkül: őket elsősorban a kormányzati propaganda éri el, ugyanis a nyomtatott lapok a rádiók és a televíziók többsége a kormánypárthoz köthető. A Nyomtassteis hétről hétre összeállít egy rövid hírösszefoglalót a legfontosabb hírekből és ezt igyekeznek minél több ember postaládájába bedobni, elsősorban a kisebb településeken. A rendszer az önkéntességre épül: bárki kinyomtathatja az A4-es lapot a megszerkesztett hírekkel és azt bedobhatja a környékbeli postaládákba.

Jól látható, hogy a független helyi média elsősorban alacsony költségvetésű kis projektekre épül, lényegében néhány elhivatott emberen múlik, hogy egy adott városban kialakul-e valamiféle demokratikus nyilvánosság. A jelenlegi körülmények között nincs is sok esély a változásra, piaci alapon nem érdemes befektetni a helyi médiába. Áttörést jelenthetett volna az a pályázat, amelyet az amerikai külügyminisztérium írt ki 2017-ben a független vidéki média támogatására. Többben be is adták a pályázatot, de az ügy diplomáciai konfliktust okozott, a magyar kormány úgy ítélte meg, hogy az USA beavatkozik a magyar politikába. Végül a támogatásból nem lett semmi, leállította az amerikai külügyminisztérium.⁵

Az önkormányzati média a 2019-es választás után

A helyi médiát nagyon erősen dominálták a kormánypárti erők a 2010-es években és ehhez hozzájárult az is, hogy az önkormányzatok többségét is fideszes politikus vezette. Ez azzal járt, hogy az önkormányzatok által kiadott vagy finanszírozott média is leginkább a kormánypárti propagandát terjesztette. A politikai térképet azonban alaposan átírta a 2019 őszi önkormányzati választás, amelynek eredményeként a fővárosban és számos más városban is ellenzéki polgármestert választottak.

¹ Haszán, Z. (2014): A Belváros kedvenc civil egyesülete adja ki Rogán családi lapját. 444.hu, március 31. <https://444.hu/2014/03/31/a-belvaros-kedvenc-civil-egyesulete-adja-ki-rogan-csaladi-lapjat/>

² Hvg.hu (2018): A választásokig dupla számmal és Németh Szilárd receptjeivel jelentkezik a Csepeli Hírmondó. február 12. https://hvg.hu/itthon/20180212_A_valasztasokig_dupla_szammal_es_Nemeth_Szilard_receptjeivel_jelentkezik_a_Csepeli_Hirmondó

³ Mérték (2021): Four Shades of Censorship: Legal Guarantees and Practical Shortcomings of Independence of the Media Authorities in the Czech Republic, Hungary, Romania and Slovakia. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2021/11/Mertek-fuzetek_21.pdf

⁴ Szalay, D. (2021): Összefogott a Partizán, az Átlátszó, a G7, a Magyar Hang, a Mérce és a Szabad Pécs. Média1, szeptember 20. <https://media1.hu/2021/09/20/helykozi-jarat-6-medium-osszefogasa-partizan-magyar-hang-g7-szabad-pecs-merce-atlatszo/>

⁵ Panyi, Sz. (2018): Kinyírták a független magyar médiát támogató 200 milliós amerikai pályázatot. Index, július 22. https://index.hu/kulfold/2018/07/22/kinyirtak_a_fuggetlen_magyar_mediat_tamogato_200_millios_amerikai_palyazatot/

Az újonnan megválasztott polgármesterek meglehetősen sajátos helyzetben találták magukat. A helyi média nyíltan a Fideszt támogatta, képtelenségnek tűnt velük együtt dolgozni, ugyanakkor a tisztogatásnak és az újságírók kirúgásának sem volt jó üzenete, különösen, hogy ez kifejezetten a kormánypárti tulajdonosok módszere volt a 2010-es években megszerzett médiacégeknel.

A helyzetet jól mutatja egy dél-magyarországi kisváros, Baja helyzete. A várost 2019-ig fideszes polgármester irányította és a helyi lap erősen kormánypárti volt, olyannyira, hogy a választási kampányban az ellenzéki indulók fényképét eltörzítve (nagyobb orr, kanccsal szem) mutatták be az olvasóknak. Ennek ellenére ellenzéki győzelem született és az új polgármester – mutatva együttműködési szándékát – nem rúgta ki a főszerkesztőt. Azóta kiderült, hogy a főszerkesztő élni tudott a lehetőséggel, de a szocializációját jól mutatja, hogy eleinte mindenáron küldeni akarta az elkészült cikkeket a polgármesternek, fel sem vetődött benne, hogy nincs cenzúra és ő a felelős a tartalomért.⁶

Azokban a városokban, illetve a budapesti kerületekben, ahol ellenzéki győzelem született 2019-ben, egyáltalán nem volt könnyű a helyi média átvétele még technikai értelemben sem.

Budapest 8. kerületében az új polgármester azzal szembesült, hogy az önkormányzati lap (Józsefváros) szerkesztőségének teljes rendszerét törölték és voltak olyan gépek, amelyekből a háttértárolót is kiszerezték. Sikertelenül próbált néhány e-mailt helyreállítani, ebből kiderült, hogy a korábbi főszerkesztő fideszes politikusoknak küldte el az elkészült cikkeket, és megjelenés előtt a jóváhagyásukat kérte.⁷

Néhány esetben problémás volt a közösségi média jogok megszerzése is. Ismét Budapest 8. kerületében történt, hogy az új vezetés nem kapta meg a Facebook oldal admin jogait, így új oldalt kellett indítaniuk, és nulláról kellett felépíteni a közösséget. A Facebook-kal való levelezésből derült ki, hogy az előző helyi oldal admin joga egy ausztrál állampolgárnál volt.⁸ Hasonló eset történt Budapest 4. kerületében, Újpesten is: a kerület korábbi vezetése ebben az esetben is magánál tartotta a 40 ezer követővel rendelkező Facebook-oldal admin jogát.⁹ A kerületnek hozzávetőlegesen 100 ezer lakosa van, tehát ez a Facebook-oldal a helyi közélet fontos terepe volt és azóta is a fideszes helyi politikusok használják, elsősorban Újpest és Budapest vezetésének kritizálására.

Az önkormányzatok új vezetése sok esetben meglepő szerződéseket találtak, amikor ellenőrizték a helyi média működését. Budapest 6. kerületében, Terézvárosban kiderült, hogy a helyi lap helyet vásárolt a KESMA-csoporthoz tartozó Figyelő hetilapban, hogy ott kerületi tartalmak jelenjenek meg. A Figyelő országos terjesztésű lap, így aligha volt racionális ott megjelentetni helyi híreket, nyilvánvalóan arról volt szó, hogy a kormánypárti Figyelőt ilyen módon is finanszírozni kellett az adófizetők pénzéből. Az új polgármester felbontotta a szerződést.¹⁰

⁶ Német, T. (2019): A képhamisító bajai lap főszerkesztője megkérdezte az új polgármestert, hová kell ezentúl küldenie a cikkeket. Index, október 31. https://index.hu/belfold/2019/10/31/kephamisito_bajai_lap_foszerkeszto_uj_polgarmester_cikkek/

⁷ HVG.hu (2019): Piko: Kocsis Máténak is jóvá kellett hagynia a kerületi lapot megjelenés előtt. december 16. https://hvg.hu/itthon/20191216_Piko_Kocsis_Matenak_is_jova_kellett_hagyni_a_kerületi_lapot_megjelenes_elott

⁸ Joób, S. (2019): Elcsórták a VIII. kerület Facebook-oldalát, ezért új lapot nyitottak. Index, november 29. https://index.hu/belfold/2019/11/29/jozsefvaros_piko_andras_kerulet_hivatalos_facebook_oldal/

⁹ Szily, L. (2019): Józsefvárosban és Újpesten is lenyúlták a kerület Facebook-oldalát, feljelentés lehet a vége. 444.hu, november 25. https://index.hu/belfold/2019/11/29/jozsefvaros_piko_andras_kerulet_hivatalos_facebook_oldal/

¹⁰ Narancs.hu (2019): Szerződést bontott Soproni Tamás, Terézváros új polgármestere a Figyelővel. október 26. <https://magyararancs.hu/belpol/szerzodesest-bontott-soproni-tamas-terezvaros-uj-polgarmestere-a-figyelo-vel-124074>

Budapest 9. kerületében egy embert azért fizettek, hogy minden hónapban átolvassa a lap cikkeit, de a szerkesztőség tagjai egyáltalán nem tudtak arról, hogy az illető náluk dolgozik.¹¹ Szombathelyen a médiaközpont korábbi vezetője ellen sikkasztás miatt emelt vádat az ügyészség, miután nyilvánvalóvá vált, hogy a vezető magánjellegű szolgáltatásokat (pl. kegyeleti szolgáltatás) fizetett ki céges bankkártyával.¹²

Nem volt tehát egyszerű dolguk azoknak az ellenzéki polgármestereknek, akik a korábbi fideszes városokban nyertek 2019-ben. Az önkormányzati lapok propaganda-jellegű működése és a politikai alapon megkötött szerződések nehezítették a demokratikus nyilvánosság megteremtését. Piko András, Budapest 8. kerületének független polgármestere felkérte a Mérték Médiaelemző Műhelyt, hogy a végezze el a választás utáni időszak (2019 december – 2020 február) tartalomelemzését.¹³ Ennek során kiderült, hogy a vizsgált időszakban „Piko András kiemelten nagy teret kapott, és rendre pozitív kontextusban jelent meg. A polgármester mind a szöveges, mind a képi tartalommal kimagasló megjelenési arányokat ért el. Arra is találtunk példát, hogy egy fideszes képviselővel készült interjú a szerkesztő a polgármester szempontjaival kommentált. Miközben a jelenlegi kerületi vezetést általában pozitív színben jelenik meg, az előző kerületi vezetést és a kormánypártokat érintő megjelenések tendenciózusan negatívak.” Egyáltalán nem könnyű tehát egy valóban elfogulatlan, a valós vagy vélt politikai elvárásoktól mentes lapot készíteni ma Magyarországon. Mindenesetre azóta az önkormányzat pályázatot írt ki a főszerkesztői pozícióra és már új főszerkesztő vezetésével készül a helyi lap.

Annyi kritika biztosan illeti az ellenzéki vezetésű helyi önkormányzatokat, hogy a korábbi tervek ellenére nem sikerült együttműködést kialakítani az önkormányzati médiumok között. Felmerült közös hírügynökség, közös televíziós műsorgyártás és közös nyomtatott tartalom gyártásának az ötlete is, ezekről konzultáció is folyt, de egyik elképzelés sem valósult meg. Nehezen magyarázható, hogy miért mondtak le az ellenzéki pártok a kormányzati kommunikációt legalább részben ellensúlyozni képes közös megoldásról.

Álláspontunk szerint az önkormányzati tulajdonban lévő médiumoknak helyi közszolgálati, közérdekű tartalomszolgáltatásként olyan szervezeti és finanszírozási keretek között kell működniük, amelyek biztosítják számukra a szerkesztési autonómiát. A helyi médiumok elsősorban a helyi közügyek megvitatásának fórumai, de egyrészt részben alkalmasak lehetnek az országos kormányzati médiatúlsúly kompenzálására, másrészt az adott önkormányzat területén kívül, a környező településeken is független információforrásként működhetnek. A helyi lapok szerepe a hírfogyasztásban még mindig jelentős, de mindenképpen figyelmet kell fordítani a fiatalokat elérő felületekre is (YouTube, Instagram, stb). Mivel az önkormányzati médiumok túlnyomó részben közpénzből működnek, gazdálkodásukra a közszolgálati média finanszírozására vonatkozó európai követelményeket célszerű alapul venni, szervezeti felépítésükben pedig a jelenleginél sokkal nagyobb figyelmet kell fordítani a pártatlan ellenőrzés biztosítására.

¹¹ Czinkóczi, S. (2019): Baranyi Krisztina elkezdte felmondani a gyanús szerződéseket Ferencvárosban. 444.hu, október 31. <https://444.hu/2019/10/31/baranyi-krisztina-elkezdte-felmondani-a-gyanus-szerzodeseket-ferencvarosban>

¹² Ugytudjuk.hu (2021): Vádat emelt az ügyészség a Szombathelyi Médiaközpont korábbi ügyvezetője, Halmágyi Miklós ellen. november 22. https://ugytudjuk.hu/cikk/2021-11-22_vadat-emelt-az-ugyeszseg-a-szombathelyi-mediakozpont-korabbi-ugyvezetoje-halmagyi-miklos-ellen

¹³ Jozsefvaros.hu (2020): Médiaelemzés készült a Józsefváros újságról. április 28. <https://jozsefvaros.hu/hir/74955/mediaelemzes-keszult-a-jozsefvaros-uj-sagrol>

A Fidesz reakciója a helyi nyilvánosság átalakulására

Mint a fenti példák mutatják, a kormánypárt által működtetett médiabirodalom fontos része az önkormányzati kiadású helyi lapok által terjesztett propaganda. Nyilvánvalóan nagy veszteség volt a Fidesz szempontjából, hogy 2019 októberében több városban is megfordultak a politikai erőviszonyok és az ellenzéki politikusok kerültek a polgármesteri székbe. Természetesen országosan továbbra is brutálisan erős a kormánypárt befolyása a médiapiacra, de a helyi nyilvánosság sokszínűbbé válása így is komoly kockázatot jelent számukra a 2022-es parlamenti választás előtt.

Mindenesetre a 2019-es önkormányzati választás után beindult a mozgolódás az ingyenes lapok piacán. Még 2019 decemberében Budapesten elindult a Pesti Hírlap, de eleinte egyáltalán nem volt nyilvánvaló, hogy ez része lesz a fideszes propaganda birodalomnak. A nem sokkal később megjelent járvány, az utazási szokások megváltozása miatt a Pesti Hírlap nem került be igazán a köztudatba, ugyanakkor a háttérben voltak tulajdonosváltások, és a szerkesztőség is átalakult. Országos figyelmet 2021 őszén kapott a lap, amikor az ellenzéki előválasztás során nyílt propagandába kezdett a későbbi győztes, Márki-Zay Péterrel szemben. Ekkor felmondott a főszerkesztő és több újságíró is.¹⁴

Érdekes fejlemény volt 2020-ban a korábbi népszerű lap, a Metropol újraindulása Budapesten. A Metropol nagy példányszámú, magas olvasottságú újság volt, és ez még a 2010-es évek első felében is igaz volt, holott akkor már kormányközeli lapként működött. A márkanév 2016-ban megszűnt, miután az előző tulajdonos, Fonyó Károly bezárta a lapot. Ehelyett a miniszterelnök tanácsadója, Habony Árpád indított el Lokál néven egy ingyenes lapot, amely egyértelműen propaganda eszköz lett. Sejtethetően nem sikerült lojális olvasótábor felépíteni, mert 2020-ban megszűnt a Lokál márkanév és kiadó felélesztette a sokkal kevésbé lejáratos Metropol márkát. Természetesen a két lapnak ugyanaz a kiadója és a szerkesztőgárdája, ahogy korábban a Lokál, úgy 2020 óta a Metropol is a KESMA (Közép-Európai Sajtó- és Média Alapítvány) része, és tartalom is propaganda jellegű maradt.

2021 elején derült ki, hogy a kormánypárt City néven lapcsaládot indít az ellenzéki vezetésű a városok többségében. A hetilapokat a kormánypárti Mediaworks kiadó adja ki (a KESMA része) és a kiszivárgott hírek szerint a lap harmada helyi Fidesz-barát politikai tartalomból, harmada központosított bulvár tartalomból, harmada pedig reklámból áll majd.¹⁵

Látszik tehát, hogy a 2019-es választás hatását, nevezetesen hogy több városban is az ellenzék kezébe került a városvezetés és így helyi szinten színesebbé vált a médiatér, a kormánypárt az ingyenes lapok terjesztésével kívánja orvosolni. Nem is titkolják, hogy elsősorban Budapesten és az ellenzéki vezetésű városokban tartják fontosnak a Fidesz-közeli ingyenes lapok finanszírozását, nyilvánvalóan azért, mert a Fidesz-vezetésű városokban ezt a feladatot az önkormányzat látja el.

¹⁴ Nagy, G. M. (2021): Felmondások a Pesti Hírlapnál: távozik a főszerkesztő, Pion István. 24.hu, október 18. <https://24.hu/belfold/2021/10/18/pesti-hirlap-felmondas-pion-istvan/>

¹⁵ Narancs.hu (2021): Ingyenes lapokkal veszi be a Mediaworks a Fidesz által elbukott városokat. Február 18. <https://magyararancs.hu/belpol/ingyenes-lapokkal-veszi-be-mediaworks-a-fidesz-által-elbukott-varosokat-236101>

A helyi média szerepe a tájékozódásban

A Mérték Médiaelemző Műhely és a Medián a 2020-as hírfogyasztás-kutatásában kifejezetten rákérdezett arra, hogy a közönség honnan tájékozódik a helyi ügyekről.¹⁶ A válaszokból az derült ki, hogy a helyi hírek legfontosabb – a rendszeres hírfogyasztók 62 százaléka által említett – fóruma a postaládába bedobott helyi újság.

A helyi hírfogyasztás másik fontos – a válaszadók 39 százaléka által említett – forrása az önkormányzat által működtetett hírportál. Ennek tartalma általában legalább részben megegyezik az önkormányzati újság tartalmával. Ez ugyanakkor azt is mutatja, hogy az internet a helyi tájékozódásban korlátozott szerepet tölt be, nem éri el az adott településen élők felét.

Az önkormányzattól független helyi hírportálok a lakosság 22 százalékát érik el, és ha csak a városban élőket vizsgáljuk, az arány akkor is csak 24 százalék. A helyi közéletben, a helyi politikai vitákban jelentős szerepet betöltő kisebb portálok, mint a Szabad Pécs, a Debreciner, a Nyugat.hu, politikai súlyuk ellenére is csak a helyben élők alig negyedéhez jutnak el. Ilyen jelentős független hírportál nem mindenhol működik, így természetesen néhány kiemelt városban (Pécs, Debrecen, Szombathely) ez az arány sokkal magasabb lehet.

A helyi televíziók a közönség 22 százalékát érik el országos átlagban, a városokat tekintve ez az arány 26 százalék. Ezek a televíziók is minden esetben az önkormányzat fenntartásában működnek, de a tájékoztatási tevékenységük minőségéről semmilyen adat nem áll rendelkezésre.

A helyi rádiók jelentős része olyan Fidesz-közeli hálózatok tagjai, mint a Rádió 1 vagy a Best FM. A hálózatba kapcsolódó helyi rádiók nem minden esetben adják át a hírműsorok készítését a hálózatot irányító médiaszolgáltatóknak, de az önálló hírszerkesztői tevékenység a kivétel. Már csak azért is, mert a nem hálózatba kapcsolt helyi rádiók sok esetben szintén nem végeznek önálló hírszerkesztői tevékenységet, hanem az MTVA-tól készen veszik meg a hírblokkokat. A helyi rádiók a közönség 15 százalékát érik el országos átlagban, a városokban 19 százalék az arány.

A 2020-as Mérték-Medián hírfogyasztás-kutatás adatai azt is megmutatják, hogy a városokban és a községekben élő rendszeres hírfogyasztók tájékozódási mintázatai nem térnek el jelentősen. Nem igaz az az általánosító kijelentés, hogy vidéken csak az állami médiát nézik. A legnépszerűbb hírforrás a községekben is az RTL Klub híradója. A nagy hírportálokat 6-8 százalékkal kevesebb olvassák a községekben, az állami televíziót 5 százalékkal többen nézik, de ezek a különbségek biztosan nem magyarázzák meg a választási eredmények különbségeit az eltérő méretű településeken. A megyei lapok olvasottságában is mindössze 4 százalék különbség van a kisebb települések javára.

¹⁶ Hann, E. – Megyeri, K. – Polyák, G. – Urbán, Á. (2020): Megfertőzött médiarendszer. A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2020/12/Megfertozott_mediarendszer.pdf pp. 33-34

AZ ÚJSÁGÍRÓK HELYZETE

A magyar újságírotársadalom ma tökéletesen leképezi a társadalom egészének megosztottságát. A kormánypárti médiumoknál dolgozók feltétel nélkül kiszolgálják a Fidesz mindenkori igényeit, terjesztik az aktuális kormánypropagandát. Mivel munkájuk során a legalapvetőbb szakmai-etikai szabályokat sem tartják be, és semmilyen módon nem töltik be a hatalom ellenőrzésének őrkutya (watchdog) funkcióját, ezért legfeljebb a szó technikai értelmében nevezhetők újságírónak. A független média újságírói, ahogy maguk a független médiumok is, ennél sokkal színesebb képet mutatnak. Köztük is vannak pártos újságírók, akik a tevékenységükkel egy-egy konkrét párt sikerét akarják előmozdítani. Az egyes pártokhoz nem kapcsolódó független újságírók világnézetük alapján az ideológiai paletta minden elemét lefedik. Közös jellemzőjük, hogy munkájukat a szakmai-etikai szabályok tiszteletben tartásával végzik. Meglehetősen fontos szerepet tölthettek be a teljes Fidesz-kormányzás időszakában, nélkülük a hatalmi visszaélések nagy része nem derült volna ki. Ennek következtében a kormányzat mindent meg is tesz újságírói tevékenységük ellehetetlenítésére. Gyakorlatilag nem kapnak interjút sem a kormánypárti politikusoktól, sem a különböző hivatalok és egyéb állami intézmények vezetőitől. A sajtótájékoztatókon diszkriminálják őket, közérdekű adatigényléseiket elszabotálják. Hitelességüket folyamatos verbális támadásokkal igyekeznek erodálni a kormánypárti politikusok.

A független újságírók ugyanakkor sikeres médiumokat is tudtak indítani az elmúlt években, és egyre inkább támaszkodhatnak a közönségtől érkező anyagi támogatásokra. Az Átlátszó volt az első, 2011-ben alapított oknyomozó portál, amely kezdetől épített az olvasók adományaira. A 2013-ban indult 444.hu alapító újságírói jelentős részben az Index újságírói voltak a 2010-es évekig. A Direkt36 oknyomozó csapat alapítói 2015-ben az Origótól érkeztek. 2018-ban indult el a konzervatív világképet képviselő Magyar Hang, a Magyar Nemzet korábbi újságíróival. A Telex.hu az Index teljes fideszes megszállása után, az Index korábbi újságíróival indult 2020-ban. A Jelen hetilap a 168 óra korábbi újságíróival indult el. Ezek a sikertörténetek minden esetben úgy indultak, hogy egy-egy korábbi szerkesztőség a politika és a Fidesz-oligarchák áldozatául esett. Így jöttek létre olyan független helyi portálok is, mint a Szabad Pécs és a Debreciner. Ilyen előzmények nélkül működik sikeresen a markánsan baloldali Mérce is, és az elmúlt két év egyik legnagyobb

hatású médiuma, a Partizán. A 24.hu a független médiumok között az egyetlen, amelyet egy széles portfóliójú, magyar tulajdonban lévő médiavállalat, a Centrál Média működtet. Túléltek a Fidesz médiapolitikai pusztítását az olyan hagyományos médiumok, mint a HVG, a Magyar Narancs, az Élet és Irodalom. A Klubrádió és a Civil Rádió elvesztette ugyan a frekvenciáját, de a hallgatók támogatásával ma is fontos szigetek a Fidesz uralta rádiós piacon. Az RTL Klub üzleti szempontból messze a legstabilabb szereplő a médiapiacra, amit szerencsére arra is használ, hogy mindenki másnál szélesebb körben terjessze a valódi híreket. A Szabad Európa online hírportálként tért vissza a magyar hírcsatornára 2020-ban, újabb fontos független szerkesztőséggel járulva hozzá a szabad tájékozódáshoz.

Újságíró-kutatások

2011 óta folyamatosan készítettünk kérdőíves és interjú kutatásokat az újságírók körében. A 2019-ben megjelent Lány Cenzúra kutatásunkban külön fejezet foglalkozott az újságírók helyzetével. Nagy Zsófia elemzésében kiemelte, hogy a szólásszabadság a sikeres és jól működő társadalmak egyik alapköve, a szólásszabadság egyik előfeltétele pedig az, hogy az újságírók biztonságban végezhesék munkájukat. Amikor újságírókat megtámadnak, munkájukba indokolatlanul beavatkoznak, az egész társadalom szabadsága sérül. Ennek ellenére az elmúlt évtizedben világszerte jelentősen nőtt az újságírók elleni erőszak és az újságírók zaklatása. Magyarországon az újságírók helyzete nem hasonlítható a világ háborúval sújtott részeihez, de sajnos egyre messzebb kerül az európai demokráciáktól is. A magyar médiarendszer az elmúlt évtizedben drámai átalakuláson ment keresztül, ami jól követhető volt a nemzetközi szervezetek éves sajtószabadság rangsoraiban elért visszaesésben. Az elemzés alapjául egy három évet átfogó időszakról kellett egy anonim, önkéntes online kérdőívet kitölteniük az újságíróknak. Az egy hónapos adatgyűjtési időszakban (2018. október) a kérdőívet összesen 401 újságíró töltötte ki.

A kutatásban a nyomásgyakorlás szóbeli, fizikai, intézményes és gazdasági típusait különböztettük meg. A négy konkrétan vizsgált terület a szóbeli, intézményi és gazdasági nyomásgyakorlás volt, emellett a külső befolyással kapcsolatos percepciók. Nyomásgyakorlásként jelezték a válaszadók, hogyha a felettesük (szerkesztő, főszerkesztő, tulajdonos) megkereste őket és a saját véleményét akarta visszahallani az újságíró részéről is (57%), de 56%-uknál ide tartozott a közvetett szóbeli bántalmazás is. Az újságírók 41%-a számolt be arról, hogy a kollégái lejárták, és 37%-uk tapasztalt negatív munkahelyi vagy személyes következményekkel való fenyegetést.

Az intézményi nyomásgyakorlásról feltett kérdésekre adott válaszoknál sem volt reménykeltőbb a helyzet. Ezalatt egyrészt a jogi nyomásgyakorlást, illetve a médiához való hozzáféréseken keresztül kifejtett nyomásgyakorlást értjük. Az újságírók 72%-át már fenyegették munkája közben jogi lépések alkalmazásával, 55%-uknak mondták már, hogy panaszt tesznek ellenük a hatóságoknál. Kártérítési perrel 59%-nál került szóba, és 41%-ukat valóban be is perelték.

Gazdasági nyomásgyakorlást csak az újságírók harmada tapasztalt meg. (Ez a szám napjainkban valószínűleg már magasabb lenne.) Egyedül a hirdető, szponzorok elvesztésével, egyéb gazdasági szankciókkal való fenyegetés kapott magasabb értéket, ezt az újságírók 47 százaléka élte már át. Ez mindenképpen tanulságos eredmény, hiszen elég sokat beszéltünk az évek folyamán a szerkesztőségeket ért gazdasági nyomásgyakorlásról.

A két éve megkérdezett újságírók 71%-a aggódott a külső beavatkozás miatt, ami befolyásolja a magyar sajtó hitelességét.

A 2019-ben megjelent kérdőíves kutatás további fontos eredményei:

- az újságírók közel háromnegyede (71 százalék) tapasztalta már nyilvános információhoz való hozzáférés megtagadását vagy akadályozását
- az újságírók 79 százaléka tapasztalta már együttműködés megtagadását bizonyos újságírókkal
- az újságírók 57 százalékát kereste már meg szerkesztő, főszerkesztő, tulajdonos nyomásgyakorlás érdekében
- az újságírók 56 százalékát érte már szóbeli bántalmazás
- az újságírók 41 százalékát ért már lejárató kampány a nyilvánosságban
- az újságírók 72 százalékát fenyegették már meg jogi lépésekkel
- az újságírók 41 százaléka ellen indítottak már pert
- az újságírók 30 százaléka tapasztalta már meg gazdasági előnyök explicit felajánlását, azaz megvesztegetési kísérletet
- a magyar újságírók 71 százaléka aggódik a külső beavatkozási kísérletek magyar sajtó hitelességére gyakorolt hatása miatt

Újságíró-interjúk 2020-ból

A Mérték 2020 -ban az újságírók helyzetét feltérképező interjúkat készített. A kutatás során összesen 10 interjút készítettünk. Az interjúalanyok az újságírói szakma különböző területeit fedik le, országos és helyi, nyomtatott, online, rádiós és televíziós médium újságírói egyaránt vannak köztük. Sajnos a kormánypárti médiumok megkeresett újságírói közül végül csak egy vállalta a beszélgetést. Az interjúk név nélkül készültek.

A megkérdezett újságírók kimondva vagy kimondatlanul egy olyan újságírói szerephez képest határozzák meg a tényleges szerepüket, amelyben az újságíró pártatlanul, a különböző érdekcsoportoktól kellő távolságtartással, a világra nyitottan mutatja be és magyarázza el a valóságot. A jelenlegi politikai környezetben azonban ennél jobban bele kell vonódniuk a politikai folyamatokba, és a független újságírásnak kell magára vállalnia a jogállami intézmények felszámolásával keletkezett űr kitöltését.

Az újságírók úgy látják, hogy a jelenlegi politikai környezet és médiarendszer, illetve saját munkakörülményeik nem engedik, hogy megfeleljenek az elképzelt ideális újságíró-szerepnek. Önmagában a "sokkal nagyobb társadalmi szerep" is elmozdulás egy aktivista újságírói attitűd felé, de egyesek ennél is erősebb önkritikát fogalmaznak meg. Az újságírók részéről megfogalmazott legfontosabb kritika a pártosság. Ez megjelenik annak hangsúlyozásában is, hogy Magyarországon a véleményközpontú újságírás az elsődleges a tényközpontú újságírással szemben.

A nem kormánypárti újságírók részéről nagyon erős az elhatárolódás a kormánypárti médiánál dolgozóktól. A független média újságírói a kormányközeli média munkatársait jellemzően nem is fogadják be az újságíró-közösségbe.

A kormányközeli médiánál dolgozók is érzik ugyan a saját szerepük ellentmondásosságát, de ők jellemzően igyekeznek általánosítani ezeket a problémákat, kivetíteni az egész újságíró-társadalomra. Ez kiváló módja az önfelmentésnek.

A megkérdezett magyar újságírók egyöntetűen úgy ítélik meg, hogy az újságírás társadalmi presztízse nagyon alacsony. Ennek elsősorban az extrém mértékben megosztott nyilvánosság az oka. A magyar médiarendszerben az újságírók egy része ténylegesen politikai érdekeket szolgál ki. A politikusok mindent megtesznek azért, hogy az egyébként független újságírókat és médiumokat is megcímézzék, bevonják ebbe a polarizáló logikába. Így végül az újságírók és a közönség is beszorulnak a saját "buborékaikba". A "másik oldal" narratívája vagy be sem jut a buborékokba, vagy eleve az adott buborék értelmezéseinek megfelelően jut be oda. A válaszadó újságírók egy része erős önkritikát is megfogalmazott azzal kapcsolatban, hogy ebből a polarizáló logikából nem tud kitörni, sőt végül a munkájában még alkalmazkodik is hozzá.

Az újságírás alacsony társadalmi megbecsültségnek okai között az újságírók a közönséggel való kapcsolat meggyengülését is említik. Ez látszólag ellentmond annak, hogy a közösségi média és a kommentszekciók folyamatos kapcsolatot teremtenek a szerkesztőség és a közönség között. Ez a kapcsolat azonban elvesztette személyes jellegét, inkább felületes és arctalan.

A pozitív sajátosságok között a több megszólaló azt említette, hogy egyáltalán még létezik minőségi újságírás, és a politikai fenyegetések nem terjednek az erőszakig. A pozitív sajátosságok közé került az elmúlt évek néhány biztató fejleménye, ide értve a közönség növekvő fizetési hajlandóságát a tájékoztató tartalmakért, valamint a szerkesztőségek közötti együttműködések bővülését. A Covid a nyilvánosság tereiben is komoly változást hozott, az új nyilvános felületek lehetőséget adtak új médiaszereplők megjelenésének.

A negatív sajátosságok alapvetően a médiarendszer átpolitizáltsága köré csoportosulnak. Ez megosztottsághoz vezet az újságíró-társadalmon belül, és ellehetleníti a média társadalmi funkcióinak teljesítését.

Mindebből az is következik, hogy hiányzik a széleskörű szakmai szolidaritás és a közös szakmai, etikai keretek.

A válaszadók túlnyomó többsége a legfőbb kihívásnak az információhoz jutást említette. Az állam, a közintézmények és a közszereplők elzárkózása az újságírói megkeresésektől komolyan veszélyezteti az újságíró munka minőségét

A média tulajdonosi szintű és az újságírói gyakorlatban is megjelenő átpolitizáltsága is visszatérő probléma a válaszokban. Ebben a környezetben a tényfeltáró munkának nincs valódi következménye, az újságírók között pedig nincs valódi szolidaritás. Mivel a jog is politikai eszköz, a jogi eljárásokkal való fenyegetés is napi probléma az újságírók számára.

Sokan említették a médiavállalatok anyagi nehézségeit, illetve az újságírók túlterheltségét, megélhetési gondjait és kiegészését. A válaszok között a globális platformokkal kapcsolatos kihívások is előkerültek.

Szinte minden válaszadó említette a folyamatosan romló munkakörülményeket. A válaszok visszatérő eleme a növekvő piaci koncentráció, álláslehetőségek beszűkülése, valamint az ezekkel szorosan összefüggő politikai nyomás. Ebben a környezetben többen érzik a motivációjuk elvesztését.

Kifejezetten pozitív vélemény is megjelent, egy olyan újságírótól, aki korábban dolgozott már a közmédiában, helyi, önkormányzati médiában és országos hírportálnál. Az ő tapasztalatai a magyar kormányközeli média munkatársainak tapasztalatait tükrözik: "mindenütt viszonylag jó dolgom volt: határozatlan időre szóló munkaszerződés, anyagi kondíciók sem voltak rosszak, szakmailag is megbecsültek, szabadon is tudtam dolgozni, nem kellett szakmailag vállalhatatlan kompromisszumokat kötni."

A válaszadók túlnyomó többsége lesújtó véleménnyel van a sajtószabadság helyzetéről. Még a kormánypárti szerkesztőségben dolgozó válaszadó is azt mondta, hogy "megnehezedett az információhoz való hozzáférés", bár ő összességében nem lát érdemi változást a 2010 előtti helyzethez képest.

Az újságírók munkáját közvetlenül alakító jogi környezet

Míg az előző fejezetekben azokat a törvényi kereteket mutattuk be, amelyek a médiarendszer kialakítása, a médiapiaci szereplők mozgásterének meghatározása szempontjából lényegesek, ebben a fejezetben az újságírók napi munkáját érintő jogszabályokat és joggyakorlatot mutatjuk be.

Büntetőjog

2013. július 1-jén lépett hatályba az új Büntető Törvénykönyv (2012. évi C. törvény). Ez a véleménynyilvánítás büntetőjogi kereteinek alakításában jelentős változást nem hozott. A nyilvánosság működése szempontjából a legfenyegetőbb rendelkezés az elektronikus adat végleges hozzáférhetetlenné tétele elnevezésű intézkedés (Btk. 77. §), valamint a hozzá kapcsolódó eljárási szabályok (Be. 335 §-338. § és 818. §-826. §). Ezek alapján a tárhelyszolgáltató, de végső soron az adattovábbítást biztosító hálózat üzemeltetője is kötelezhető a bűncselekménnyel érintett adatnak az internetes adatforgalomból való eltávolítására. Az adatok blokkolásának lehetőségét a jogalkotó később nem csak további bűncselekményekre, hanem a tiltott szerencsejátékot szervező oldalakra, a diszpécsterszolgálati engedély nélkül diszpécsterszolgálatást nyújtó oldalakra – utóbbi eset az Uber kitiltásának része –, majd az egészségre ártalmas termékeket forgalmazó elektronikus kereskedelmi oldalakra is kiterjesztette. Az NMHH által vezetett Központi elektronikus hozzáférhetetlenné tételei határozatok adatbázisa nem nyilvános.

2013 novemberében lépett hatályba a becsület csorbítására alkalmas hamis hangvagy képfelvétel készítése, illetve nyilvánosságra hozatala tényállása (Btk. 226/A. §-226/B. §). A két rendelkezés a hvg.hu-n megjelent „[bajai videóra](#)”¹ adott jogalkotói válasz. A videón választási csalás elkövetését ismerték be a szereplők, azonban gyorsan kiderült, hogy a videó hamis, a felvett beszélgetés megrendezett volt. A két tényállást a bíróság azóta nem alkalmazta.

¹ hvg.hu (2013) Itt a bizonyíték a csalásra: pénzért és tűzifáért szavaztak Baján, https://hvg.hu/itthon/20131018_baja_valasztasi_csalas_veztegetes

2016-ban módosult a közösség elleni uszítás tényállása (Btk. 332. §). A jogalkotó a rendelkezést azzal egészítette ki, hogy nemcsak a gyűlöletre uszítás, hanem az erőszakra uszítás is bűncselekménynek minősül. A jogalkotó szándéka feltehetően az volt, hogy a korábbinál szélesebb körben lehessen büntetni a gyűlöletbeszédet, azonban bírói gyakorlat hiányában nem világos, hogy a rendelkezés kiegészítése milyen tényleges következményekkel jár.

A Covid-járvány idején, 2020 márciusában fogadta el az Országgyűlés a rémhírtérjesztés tényállásának kiegészítését azzal a komoly vitákat kiváltó rendelkezéssel, amely büntetni rendeli azt, aki különleges jogrend idején nagy nyilvánosság előtt olyan valótlan tény vagy való tény oly módon elferdítve állít vagy híresztel, amely alkalmas arra, hogy a védekezés eredményességét akadályozza vagy meghiúsítsa (Btk. 337. § (2)). A kormányzati kommunikációban áhír-ellenes törvényként hivatkozott rendelkezés egyáltalán nem ad világos kereteket a véleménynyilvánítás korlátozásához, az abban használt fogalmak jelentése bizonytalan. Bár a rendőrség egyszerű Facebook-posztok miatt is eljárást indított, de vádemelésig a nyilvános információk alapján kevés ügy jutott.

Polgári jog

2014-ben lépett hatályba az új Polgári Törvénykönyv (2013. évi V. törvény). Az újságírók részéről leginkább a sérelemdíj bevezetése tűnt fenyegetőnek, noha a szabályozásból nem következett a nem vagyoni károk megtérítésére vonatkozó korábbi bírói gyakorlat változásának szükségessége. A Ptk. szerint a sérelemdíj mértékét különösen a jogsértés súlyára, ismétlődő jellegére, a felróhatóság mértékére, a jogsértésnek a sértettre és környezetére gyakorolt hatására tekintettel kell meghatározni, azaz nincs szó valamiféle büntető kártérítésről.

Aggályosnak tűnt a képmás készítésére vonatkozó rendelkezés is, ami kifejezetten az érintett hozzájárulásához kötötte már a felvétel elkészítését is. Ez azonban megint csak szövegszerű változás volt, ami a korábbi bírói gyakorlathoz igazodott, és nem is okozott többletnehézséget a fotósok számára.

Az Alkotmánybíróság már az új Ptk. hatályba lépése előtt megvizsgálta és részben alkotmányértőnek találta a közszereplők személyiségi jogaira vonatkozó szabályozást. Az eredeti rendelkezés szerint „A közügyek szabad vitatását biztosító alapjogok gyakorlása a közéleti szereplő személyiségi jogainak védelmét méltányolható közérdekből, szükséges és arányos mértékben, az emberi méltóság sérelme nélkül korlátozhatja”. Az Alkotmánybíróság a 7/2014. (III. 7.) AB számú határozatában megállapította, hogy „a közügyek vitatása körében a közéleti szereplők személyiségi jogai védelmének a véleményszabadság gyakorlását biztosító korlátozása is minden esetben alkotmányos érdek és követelmény”, ezért a közszereplők szélesebb tűrési kötelezettségének „méltányolható közérdekhez” kötése alkotmányértő. Az Alkotmánybíróság 3145/2018. (V. 7.) AB számú határozata a közszereplői minőségről a közszereplésre, mint helyzetre helyezi a hangsúlyt, és ezzel kiszélesítette a közszereplők körét: „jellemzően nem az a meghatározó, hogy az érintettnek mi a státusza, hanem az, hogy a közügyeket érintő nyilvános vitában önkéntes elhatározása folytán vált-e a közélet alakítójává”. A közszereplők körének meghatározása a gyakorlatban továbbra sem egyértelmű. Míg Habony Árpádról és Mészáros Lőrincről – gazdasági és politikai vonatkozású tevékenységeihez kapcsolódóan – kimondta a bíróság, hogy közszereplő, addig Tiborcz Istvánról ugyanezt egy konkrét ügyben nem állapította meg. Ugyanakkor a Tiborcz-ügy nem általá-

nosságban mondta ki, hogy a kormányfő veje nem lehet közszereplő, hanem a konkrét interjú elkészítésének körülményeire tekintettel: az interjúban a televíziós stáb magánéleti helyzetben szólította meg Tiborcz Istvánt. Ebből nem következik, hogy az ő vagyonosodásáról, közpénzeket érintő üzleti tevékenységéről ne lehetne a közszereplőkre vonatkozó szélesebb határok között tájékoztatni.

A közszereplői minőség sajátos esete volt a rendőrök képmásával kapcsolatos bírósági és alkotmánybírósági döntéssorozat. A Kúria 2012-ben azt a jogegységi határozatot hozta (1/2012. BKMPJE), hogy a szolgálatban lévő rendőr nem közszereplő, a képmása csak hozzájárulás alapján hozható nyilvánosságra. Az Alkotmánybíróság először 2014-ben (28/2014. (IX. 29.) AB), majd 2016-ben ezzel ellenkező álláspontra jutott: a rendőri intézkedésről készült képfelvétel hozzájárulás nélkül is nyilvánosságra hozható, ha a nyilvánosságra hozatal nem öncélú, és nem sérti a megjelenő rendőr emberi méltóságát.

Az új Ptk. egy további rendelkezése az elmúlt időszakban a véleményszabadság és a sajtószabadság súlyos korlátozását hozta. Ptk. 2:54. § (5) bekezdése alapján egy közösség bármely tagja személyiségi jogi pert indíthat, ha „a személyisége lényeges vonásának minősülő, a magyar nemzethez, illetve valamely nemzeti, etnikai, faji vagy vallási közösséghez tartozásával összefüggésben a közösséget nagy nyilvánosság előtt súlyosan sértő vagy kifejezésmódjában indokolatlanul bántó jogsérelem” érte. Azaz a közösség egészét ért sérelem a közösség minden egyes tagjának személyhez fűződő jogait sérti. Egy ezzel lényegében azonos törvényjavaslatot az Alkotmánybíróság 2008-ban már megsemmisített (96/2008. (VII. 3) AB), többek között azért, mert a javaslat nem határozta meg, hogy mely csoportokhoz tartozás lehet a személyiség lényeges eleme, és azért, mert a szabályozás gyakorlatilag végtelen számú párhuzamos keresetindítást tett volna lehetővé a csoport tagjai számára, ami viszont adott esetben a jogsértő közlést közléstévé sajtótermék működését ellehetetlenítette volna. Ugyanakkor az Alaptörvény negyedik módosítása kifejezetten a véleménynyilvánítás szabadságának korlátjaként határozta meg a magyar nemzethez, a nemzeti, etnikai, faji vagy vallási közösségekhez tartozó személyek emberi méltóságának a közösséget sértő véleménynyilvánítással szembeni védelmét. Ezzel a Ptk. idézett rendelkezésének érdemi alkotmánybírói felülvizsgálata gyakorlatilag lehetetlenné vált.

A rendelkezés alapján a Kúria 2016-ban a HVG „Nagy Harácsony” című [címlapját](#)² még nem találta a katolikus vallási közösségét sértőnek, és nem állapította meg a felperes személyhez fűződő jogainak sérelmét. Ezt az ítéletet 2021. februárjában az Alkotmánybíróság helybenhagyta. 2021 márciusában ugyanakkor a – már Varga Zs. András vezette – Kúria Tóta W. Árpád [publicisztikájával](#)³ kapcsolatban a véleményszabadságot jelentős mértékben korlátozó ítéletet hozott. A bíróság jogerős ítélete szerint a „bűdös magyar migránsok” és a „magyar banditák” kifejezések használata sérti a magyar nemzet közösségének méltóságát, és azon keresztül a két felperes személyhez fűződő jogait. 2021 júniusában egy másik személyiségi jogi perben a Fővárosi Ítéltábla egy, a Népszavában megjelent [kari-katúráról](#)⁴ állapította meg, hogy az a keresztény vallás ellen irányult, és sértette a keresztény közösség minden tagjának emberi méltóságát. Ez a jogértelmezés súlyos fenyegetést jelent a vélemény- és sajtószabadságra.

² Domány A. (2021) Az Alkotmánybíróság is a HVG-nek adott igazat a „Nagy Harácsony”-os címlap miatt indult eljárásban; https://hvg.hu/itthon/20210205_Cimlapugy_az_Alkotmanybirosag_is_a_HVGnek_adott_igazat

³ Tóta W.Á. (2018) Tóta W.: Magyar ember nem lop, csak kalandozik; https://hvg.hu/itthon/20181108_Bunuldozes_hianyaban

⁴ Pápai G. (2020) Krónikus; <https://papaigabor.wordpress.com/2020/04/27/kronikus/>

Az információszabadság szűkülése



A 2011-ben elfogadott új adatvédelmi és információszabadság törvény kezdetben nem hozott jelentős változást a közérdekű adatok megismerésének lehetőségeivel kapcsolatban. Ugyanakkor a nyilvánosság számára kedvező jogi környezet elenére is gyorsan általánossá vált az adatkezelőknek az a magatartása, hogy a közérdekű adatok megismerésére vonatkozó igényeket nem teljesítik, és az esetek jelentős részében a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hivatal, illetve a bíróság döntése után adják csak át a kért adatot.

2015-ben a törvény módosítása jelentősen korlátozta a közérdekű adatok nyilvánosságát. Az új szabályozás szerint az adatkezelő szerv már nem csak a másolatkészítés és a postázás költségének megtérítését követelheti, hanem az adatigénylés teljesítésével összefüggő munkaerő-ráfordítás megtérítését is. A bíróság a sokszor milliós nagyságrendű költségtérítéseket minden esetben jogsértőnek találta, de a fizetési kötelezettség önmagában is jelentősen szűkíti az adatigénylők körét.

Ugyanez a módosítás megszüntette az anonim adatigénylés lehetőségét, aminek szintén erős visszatartó hatása lehet. Módosult az ún. döntéselőkészítő adatokra vonatkozó szabályozás, és ez alapján bármely adat kiadása megtagadható, ha az adat tetszőleges „jövőbeli döntés” megalapozását szolgálja.

A Covid időszakában az információszabadság tovább szűkült. Önmagában a központosított online állami tájékoztatás jelentősen megnehezítette, sőt lehetetlenné tette, hogy a nem kormányközeli szerkesztőségek a járvánnyal kapcsolatban valódi kérdéseket tegyenek fel. A közérdekű adatok igénylésének határidejét a rendkívüli helyzet idejére a kormány 45+45 napra növelte, ami szintén lehetetlenné teszi az aktuális adatokról való tájékoztatást. Ezen felül szigorú nyilatkozattételi tilalom vonatkozik az orvosokra, az iskolaigazgatókra, a hivatalnokokra, így végső soron teljesen manipulált és ellenőrizhetetlen a járvánnyal kapcsolatos kormányzati kommunikáció.

