

MÉRTÉK MÉDIAELEMZŐ MŰHELY

TÚLFESZÍTETT HÚR: A FIDESZ-PROPAGANDA CSÚCSPONTJA ÉS BUKÁSA



MÉRTÉK FÜZETEK
46. szám



MÉRTÉK FÜZETEK

46. szám

2026. AUGUSZTUS

Szerzők:

HORVÁTH KATA,
POLYÁK GÁBOR,
URBÁN ÁGNES

Szerkesztő:

POLYÁK GÁBOR

olvasószerkesztő:

KOVÁCS ILDIKÓ

TÜLFESZÍTETT HÚR:

A Fidesz-propaganda
csúcspontja és bukása



MÉRTÉK MÉDIAELEMZŐ MŰHELY

Kérdésével forduljon hozzánk:

info@mertek.eu

www.mertek.eu

Kiadja

Mérték Médiaelemző Műhely

Közhasznú Nonprofit Kft.

1042 Budapest, Árpád út 90-92.

Felelős kiadó

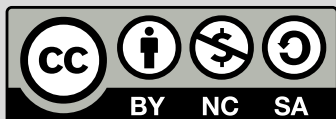
Urbán Ágnes, ügyvezető igazgató

Felelős szerkesztő

Polyák Gábor

A tanulmány szerkesztése 2026. június
30-án zárult le.

Az elemzés 2025-2026. áprilisi
adatokat dolgoz fel.



ISSN: xxxx

ISBN 978-615-6406-25-5

TARTALOM

BEVEZETŐ	4
A MAGYAR MÉDIARENDSZER 2025-BEN	6
Az újságírói munka ellehetetlenítése	6
Szuverenitásvédelmi Hivatal	8
Ellehetetlenítési törvény	8
LMBTQ – Magyarország legnagyobb Pride-ja	9
Gyűlöletkeltés és megfélemlítés	10
Indamedia a kampányban	10
Kormányzati kommunikáció és kampány összekeverve	11
Kampány minden szinten	12
Az oroszok már a kampányban vannak	13
Digitális kampány és EMFA	14
AI a kampányban	15
Hivatkozások	17
A MAGYAR MÉDIAPIAC 2025-BEN	21
A legfontosabb médiapiaci fejlemények 2025-ben	21
A médiacégek árbevételének alakulása	23
A média ökoszisztéma szerepe	28
AZ MTVA UTOLSÓ ÉVE	29
1. A közszolgálati média szerepe az orbáni médiapolitikában és a közszolgáltatóság felszámolása	29
2. A közmédia működésének empirikus vizsgálata (2025–2026)	30
3. Összegzés	33
A MÉDIATANÁCS GYAKORLATA 2025-BEN	34
1. A rádiós pályázatás eredményei	34
2. A Médiatanács 2025-ös tevékenysége a sajtószabadság tükrében	38
A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSA	
A MAGYAR ÚJSÁGÍRÁSRA	42
1. Bevezető	42
2. Mire lehet használni a mesterséges intelligenciát a szerkesztőségekben?	43
3. „Nincs igazából egy AI-policy a szerkesztőségben” – informális normák	46
4. „Csuklás nélkül mondott olyanokat, amik világosan hamisak voltak” – megbízhatóság és hallucináció	47
5. „A felelős szerkesztők jelezték, hogy ezzel az anyaggal óvatosan, mert olyan, mintha AI írta volna” – AI-tartalmak kiszűrése és a dezinformáció	48
6. Összegzés	49

A tanulmány a HDMO (Hungarian Digital Media Observatory, azaz a Magyar Digitális Média Obszervatórium) nevű projekt keretében készült. A projekt az Európai Unió finanszírozásával valósul meg. A projekt során kifejtett nézetek és vélemények azonban kizárólag a szerző(k) sajátjai, és nem feltétlenül tükrözik az Európai Unió vagy az Európai Egészségügyi és Digitális Végrehajtó Ügynökség véleményét. Ezekért sem az Európai Unió, sem a támogatást nyújtó szerv nem tehető felelőssé.



**Co-funded by
the European Union**

BEVEZETŐ

Most már tudjuk, hogy 2025 volt a Fidesz-rendszer utolsó teljes éve. Az év végén már nem tűnt lehetetlennek a változás, de fogadni még kevesen mertek volna rá. Többek között azért is, mert a propaganda olyan erővel dübörgött egész évben, mintha soha nem akarna elhallgatni. Most már azt is tudjuk, hogy 2026. április 12-én mégis elhallgatott.

2025-ben az ellehetetlenítési törvénnyel a szabad és független újságírás, a szabad és független civil társadalom elleni politikai támadások új szintre értek. Úgy tűnt, a fogatlan tigrisként született Szuverenitásvédelmi Hivatal fogsort kap, jó erős acél-műfogsort. Alig várta, hogy végre igazán haraphasson. Az ellehetetlenítési törvény megfosztotta volna a Szuverenitásvédelmi Hivatal által listázott szervezeteket lényegében minden hazai és külföldi bevételi forrásuktól.

Aztán a Pride, minden idők legnagyobb magyarországi civil véleménynyilvánítása, világossá tette, hogy a fenyegetőzés már visszaüt. Hangosan és látványosan. Ha az ellehetetlenítési törvényt elfogadja a Fidesz, jó eséllyel újabb százezres tömegmegmozdulások jöttek volna. Ez túl magas politikai ár egy választási kampány előszobájában.

De az ellehetetlenítési törvény megmutatta, mi lesz, ha Orbán 2026-ban marad. Orbán belátta, hogy a félig-autokrácia egy egyébként működésképtelenné félrekormányzott országban kevés lesz. A kritikus hangokat nem elég ignorálni és megbélyegezni, el is kell őket űzni. Oroszország egészen közel került a magyar hétköznaphoz, Európa pedig egyre távolabb tőlük.

És amikor már azt hittük, hogy a hagyományos média piacain a Fidesznek nincs hova terjeszkednie, az Indamedia (Index.hu) felvásárolta a Blikket és a Ringier teljes magyarországi portfólióját. Úgy, hogy a felek tisztában voltak vele, az időközben hatályba lépett Európai Médiaszabadság Törvény minden ilyen felvásárlást előzetes médiahatósági vizsgálathoz kötött.



Mindezt értelmezhetjük úgy is, hogy a Fidesz 2025-ben érzékelte a bukás reális esélyét. Bezsákolta, amit még lehetett, és nagyobb hangerővel fenyegetőzött, mint valaha. Ehhez képest a 2026. április 12-én éjjel a Fidesz másod- és harmadvonalbeli arcaival készült interjúk mégis azt mutatták, hogy ők bizony nem számoltak a vereséggel. Jobban hittek a saját propagandájuknak, a saját meghamisított közvéleménykutatásaiknak, mint a választók.

A választást megelőző hónapokban a Fidesz ugyanúgy uralta a nyilvánosság tereit, mint korábban. A propaganda eszköztárában megjelent a mesterséges intelligencia, ami nemcsak háborús riogatást, hanem hamis választási programot is generált. Csak éppen mondandó nem maradt. Orbán egyetlen lapra tette fel a 2026-os választást: lesz elegendő szavazó, aki elhiszi, hogy csak Orbán képes megvédeni a magyarok szuverenitását Brüsszel és Kijev gonosz cselszövéseitől.

Végül azok lettek sokkal többen, akiknek elege lett a hazugságokból, a félelemkeltésből, a propagandából.

Már a választások másnapján elkezdett nagyon távolinak tűnni a 16 évnyi Orbán-rezsim. Pedig a tanulságait muszáj tovább vinnünk: a civil kontroll és a civil bátorság elengedhetetlen. Ezért a rezsim vége nem is jelentheti a médiapolitika kritikus elemzésének végét. Még ha bízunk is benne, hogy a Magyar-kormány médiapolitikájáról szóló elemzések majd egészen más, egészen európai képet is mutatnak a magyar médiarendszerről és nyilvánosságról.

A MAGYAR MÉDIARENDSZER 2025-BEN

AZ ÉV ÁTTEKINTÉSE

Rendhagyó módon a 2025-ös Lágycenzúra-jelentés áttekintésében a 2026-os év eleje is bekerült, hiszen a választásokig tartó időszak egységes egészet alkot, és különösen a választások után bekövetkezett számtalan változás fényében nem értelmezhető külön. A választások utáni időszak médiarendszere ugyanakkor még mindig formálódik, ezért ezt a kitekintést 2026. április 12-vel lezártuk – a Mérték kutatói azonban folyamatosan figyelemmel kísérik az eseményeket.

Korábbi jelentéseinkben rendre azt állapítottuk meg, hogy a helyzet az előző évekhez képest romlott, és ez 2025-ben sem volt másképp. Az év összefoglalója megmutatja, hogy az újságírói munka egyre nehezebbé vált, a kampányidőszakban pedig mind a közösségi médiában, mind a hagyományos médiumok működésében olyan anomáliákat figyelhattunk meg, amelyek intő jelként szolgálhatnak az elkövetkező évek politikai kommunikációját illetően. A választások után közös felelősségünk, hogy az itt bemutatott beavatkozások, torzítások, valamint a közszolgálatosság és az újságírói etika semmibevétele ne ismétlődhessen meg.

Az újságírói munka ellehetetlenítése

A demokrácia akkor működik egészségesen, ha a sajtó szabadon, félelem nélkül láthatja el a feladatát. Amikor azonban az újságírókat fenyegetés, támadás vagy a munkájukba való indokolatlan beavatkozás éri, az nemcsak az adott szerkesztőséget, hanem a társadalom egészének tájékozódáshoz való jogát is sérti.

Fideszes politikust kérdezni 2025-ben sem volt egyszerű feladat. A Telex munkatársai a fóti stúdió – minden idők legdrágább, közpénzből megvalósult magyar filmes beruházásának – átadóján szerették volna kérdezni Orbán Viktort, ám útjukat előbb a TEK, majd a biztonsági őrök állták el, végül a rendőrök állították elő az újságírókat azon az eseményen, amelyet egyébként sajtónyilvánosként hirdettek meg. A volt miniszterelnök 2025-ös évvértékelőjén sem jártak szerencsével a független szerkesztőségek: sem a Telex, sem a HVG, sem a 24.hu nem vehetett részt rajta. Hasonlóan zárták ki a hazai és a nemzetközi sajtó nagy részét a március 15-i, majd az október 23-i ünnepségről is. 2026 februárjában a testőrök és a Fidesz-közei média munkatársai együtt akadályozták meg, hogy a független sajtó a gödi akkumulátorgyár szabálytalan működéséről kérdezhesse a volt kormányfőt; a kaotikus jelenetről a Telex videót is közzétett. Emellett helyhiányra és egyéb indokokra hivatkozva rendszeresen előfordult, hogy független médiumokat nem engedtek be Orbán sajtótájékoztatóira.

Ilyen akadályokba ugyanakkor nem ütközött a Scarlett Karoleva fedőnéven dolgozó orosz propagandista, akinek a sajtótájékoztatókon álnéven is volt lehetősége kérdést intézni a volt miniszterelnökhöz – miközben a saját nevükön regisztráló független újságírók rendre kívül rekedtek.

Kocsis Máté a győri lakossági fóruma után a Telex újságírójának édesapját felemlegetve, személyeskedő stílusban kerülte meg a választ. A Partizán munkatársait rendőrökkel távolították el a gödi tűzoltóbálról, ahol Tuzson Bence volt igazságügyi minisztert akarták kérdezni. Egy, Semjén Zsolt részvételével zajló fórumon a fideszes polgármester már a rendőrség kiérkezését sem várta meg: fizikai erőszakkal lökte ki a Telex két munkatársát a helyszínről. Hankó Balázs pedig a megjelenés előtt próbálta letiltatni az osztrák Die Pressének adott interjúját; kollégája még azt is felajánlotta, hogy állják az újságíró útiköltségét, ha lemond a közlésről, később pedig perrel fenyegették meg.

A kormányinfók régóta csak a sajtó és a közvélemény tájékoztatásának látszatát keltik. A független szerkesztőségek rendszeresen nem jutottak szóhoz, amit a 24.hu esete élesen megvilágít: Nagy Gergely Miklós újságírótól előbb a mikrofont próbálták elvenni, majd – miután azt nem adta át – a közvetítésben elnémították a hangját. Vitályos Eszter kormánysszóvivő jelezte, hogy a lap legközelebb másik újságírót küldjön, a szerkesztőség azonban közölte: kizárólag az ő hatáskörük eldönteni, melyik munkatársukat delegálják. Nagy Gergely Miklós regisztrációját ezt követően elutasították.

Nem csupán élőszóban volt nehéz elérni a politikusokat. A magyarországi médiaszabadság korlátozásának egyik kulcseleme az újságírók információhoz való hozzáféréseinek akadályozása. Az Átlátszó gyűjtése szerint az állam öt év alatt 245 alkalommal vesztett első fokon közérdekű adatperben. Egy sikeres rendszerváltás biztos jele lesz, ha ez a szám a következő években nulla közelébe csökken – hiszen ideális esetben az állami szervek és a közpénzzel gazdálkodó szereplők egyszerűen, lehetőleg kérés nélkül kiadják a közérdekű adatokat. A pereket azonban nem elég megnyerni: a Miniszterelnöki Kabinetiroda a Kúria ítélete ellenére sem adta ki a propagandakampányok adatait az Átlátszónak. Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy az állami reklámköltség épp a teljes átláthatatlansága miatt vált súlyos problémává Magyarországon, és mostanra nyilvánvaló, hogy a rendszer szereplői – nem véletlenül – foggal-körömmel védték a fennálló mechanizmust.

A közérdekű adatokat persze kreatívabban is el lehetett titkolni, ha a kiadásuk már elkerülhetetlenné vált. A KecUp gyakorlatilag teljesen kitakart dokumentumot kapott a Neumann János Egyetemért Alapítványtól, amelyben nemcsak a nevek, hanem helyenként a napirendi pontok címei, sőt egész oldalak is olvashatatlanokká váltak. Rogán Antal minisztériumának munkatársa pedig saját testével, valamint kifejezetten erre a célra beszerzett iratcsipeszekkel takarta ki a közérdekű adatokat a 444.hu újságírója elől.

A közmédia ennél is sötétebb utat választott a válaszadás elkerülésére. Amikor a Telex arról érdeklődött, miért és pontosan mennyi közpénzből támogatja az MTVA Káel Csaba filmügyi kormánybiztos készülő filmjét, a Magyar menyezgőt, a közmédia érdemi válasz helyett visszakérdezett: felszólította a szerkesztőséget, hogy hivatalos formában közölje, milyen külföldi vagy külföldi tulajdonú szervezet-től, illetve magánszemélytől és mekkora összegű támogatást kapott 2023. január 1. óta, valamint hogy kinek a megbízásából kér adatokat, és ez nem ütközik-e magyar jogszabályba. Ez a gyakorlat a Szuverenitásvédelmi Hivatal működésére vezethető vissza.



Szuverenitásvédelmi Hivatal

A Szuverenitásvédelmi Hivatal tovább folytatta költséges és destruktív tevékenységét. A Fidesszel szemben kritikus hangok ellehetetlenítésére létrehozott szervezetről részletesen írtunk korábbi Lágycenzúra-jelentésünkben.¹

A közmédia példáját követve Schmidt Mária alapítványa, a Közép- és Kelet-európai Történelem és Társadalom Kutatásáért Alapítvány is a Hivatalhoz fordult állásfoglalásért: arról érdeklődött, ki kell-e adnia a 444.hu által kért adatokat, „ha azokat jelentős részben külföldről finanszírozott szervezet, újság kéri”. A Hivatal elnöke szerint az ilyen adatigénylések nem a magyar állampolgárok tájékoztatását, hanem idegen hatalmak érdekeit szolgálják.

A Hivatal hosszú közleményben támadta a 444.hu által vezetett TEFI-projektet is, amelyet az Európai Bizottság saját médiabirodalmának kiépítésére tett kísérletként jellemzett. Amikor a 444.hu arról kérdezte Láczi Tamást, milyen bizonyítékokra alapozza állításait, a Hivatal elnöke csupán annyit felelt: „Önök Amerikában külföldi ügynökként lennének regisztrálva.”

Az Átlátszó ellene indított személyiségi jogi perében ugyanakkor már korántsem mutatott ekkora bátorságot a Hivatal, amely a független oknyomozó portált egyebek mellett kémkedéssel, hírhamisítással és hírszerzési tevékenység folytatásával vádolta. Az első tárgyaláson a Hivatal képviselőjében nem jelent meg senki, ellenkérelmében pedig a per megszüntetését, ennek hiányában az Átlátszó keresetének elutasítását kérte. Az elsőfokú eljárás végül a portál teljes pernyertességével zárult: a bíróság valamennyi kérelmének helyt adott, és kimondta, hogy a Hivatal Átlátszóval kapcsolatos kommunikációja minden lényegi pontjában valótlanosságot állított.

Ellehetetlenítési törvény

2025 májusában új szakaszába lépett a Fidesz „szuverenitásvédelmi” csodafegyvere. A benyújtott törvényjavaslat értelmében, ha a Szuverenitásvédelmi Hivatal úgy ítélte volna meg, hogy egy külföldről támogatott szervezet tevékenysége veszélyezteti Magyarország szuverenitását, javasolhatta volna a kormánynak, hogy vegye jegyzékre az adott szervezetet. A tervezetet áttekintve kijelenthető, hogy „elfogadása esetén könnyebb lett volna Magyarországon terrorizmust finanszírozni, mint kormánykritikus sajtót vagy civil szervezetet működtetni”.

¹ Mérték Médiaelemző Műhely (2025). Szuverenista Médiapolitika. Lágycenzúra 2024.
https://mertek.eu/wp-content/uploads/2025/11/Mertek_Fuzetek_42.pdf

A Hivatal addigi működésének tapasztalatai alapján a szakma számára nem volt kétséges, hogy egy szervezet jegyzékre vételéhez valós, nem az adott szervezet tényleges működésén alapuló érvelésre lett volna szükség. A gyakorlatban a legcsekélyebb „külföldi” érintettség vagy a szuverenitás védelmére tett bármilyen halvány hivatkozás is elegendőnek bizonyulhatott ahhoz, hogy a Hivatal listái a médiából, a jogvédelemből, a civil szférából, sőt akár a piaci szereplők köréből újabb célpontokkal bővíljenek. A törvény hatására médiumok, újságírók és civil szervezetek kényszerülhettek volna külföldre vagy illegálisba.

A törvénytervezet bejelentése után vezető független szerkesztőségek közös élő műsort szerveztek a Kossuth térre, ahol szakértők bevonásával, egyenes adásban vették sorra a tervezet lehetséges következményeit. Az ellenállás azonban nem korlátozódott a hazai szerkesztőségekre és civil szervezetekre. A törvény megszavazása ellen tiltakozott – egyebek mellett – a Magyar Ügyvédi Kamara, a Magyar Bírói Egyesület, a Magyar Újságírók Országos Szövetsége, a Nemzetközi Sajtóintézet, a Riporterek Határok Nélkül, a Magyar Reklámszövetség, a Magyar Lapkiadók Egyesülete, valamint az Európa Tanács monitoringbizottsága is. Huszonkét országból nyolcvanöt főszerkesztő és kiadóvezető emelt szót a tervezet ellen, állásfoglalásukban úgy fogalmazva, hogy a Fidesz ezzel gyakorlatilag törvényen kívül helyezi a szabad sajtót – és tágabb értelemben a demokratikus közvitát –, a május 13-án benyújtott javaslattal pedig a putyini Oroszországból is ismert autoriter eszköztárat követi.

A bejelentett ellehetetlenítési törvény a fideszes politikusokat is felbátorította. „Kérdezz csak, amíg még kérdezhetsz” – vetette oda Kamarás Péter, a KDNP Baranya vármegyei elnöke a Telex újságíróinak, akik a közgyűlésen szeretnék volna kérdezni. Lázár János pedig egy, a törvényről érdeklődő újságírónak azt felelte: nem tudhatja előre, féltennie kell-e az egzisztenciáját, vagy sem.

LMBTQ – Magyarország legnagyobb Pride-ja

Az ellehetetlenítési törvény hatására folytatódott az a Hadházy Ákos névvel fémjelzett tüntetéssorozat is, amely eredetileg a Pride esetleges betiltása és a tüntetéseken bevezetni tervezett, arcfelismeréssel történő azonosítás ellen indult.

Orbán Viktor már februárban azt üzent a szervezőknek, hogy ne is bajlódjanak a felvonulás megrendezésével. A Fidesz-KDNP, a Mi Hazánk és a Jobbik szavazataira épülő országgyűlési többség az előző év márciusában elfogadott törvénymódosítással a szabálysértési szabályozáshoz is hozzányúlt, és széles körben tette büntethetővé azokat, akik a tiltás ellenére részt vesznek egy Pride-felvonuláson. A kiszabott bírságot a módosítás szerint akkor is meg kellett fizetni, ha az érintett jogorvoslattal élt, hiszen annak nem volt halasztó hatálya. Ugyanez a törvénymódosítás tette lehetővé, hogy a rendőrség bármilyen szabálysértés esetén automatizált arcfelismerést alkalmazzon – nyilvánvalóan azzal a céllal, hogy elriassa az embereket a budapesti és a pécsi Prideon való részvételtől. A technológia bevezetését ráadásul semmiféle társadalmi egyeztetés nem előzte meg.

Lázár János még azt is felvetette, hogy a felvonulást akár zárt kapuk mögött, a Kincsem Parkban is meg lehetne tartani, később azonban – a lovak egészségére hivatkozva – visszakozott.

A törvényi tiltás ellenére végül a valaha volt legnagyobb hazai Pride-felvonulásra került sor: a becslések szerint száz-kétszázezer fő közötti tömeg gyűlt össze. A hatalmas eseményről a közmédia elfelejtett beszámolni – ahogyan a rendszerbontó nagykoncetről sem tudósított. Láthatóan a kormánytól füg-

getlen, nagy érdeklődésre számot tartó rendezvények következetesen kívül estek a látókörén. Karácsony Gergely főpolgármester utóbb több rangos nemzetközi elismerésben részesült, amiért a 2025-ös Budapest Pride-ot önkormányzati rendezvényként hirdette meg.



Gyűlöletkeltés és megfélemlítés

Az újságírók megfélemlítése az ellehetetlenítési törvényen túl is zajlott. A CÖF-CÖKA sajtótájékoztató keretében támadta az Átlátszót, azzal vádolva a lapot, hogy „az államiság alapjait sértő besúgórendszert üzemeltet idegen érdekcsoportok finanszírozásával”, és figyelmeztette a szerkesztőséget, hogy tevékenységének büntetőjogi következménye is lehet – miközben, mint láttuk, az Átlátszó épp a Szuverenitásvédelmi Hivatallal szemben nyert pert a bíróságon.

Egy DPK-találkozón „Top álhírgyárosok” felirattal, névvel és fényképpel listázták a független sajtó munkatársait. Az Orbán Viktor által is megosztott videón jól látható volt a tábla, amelyen többek között a 444.hu, a Telex, a Magyar Hang, a 24.hu, a Népszava, az RTL és a Partizán munkatársai szerepeltek.

A Telex a Sponsored Hate (Szponzorált gyűlölet) projekt keretében több ezer fizetett online politikai hirdetést elemzett. A vizsgálat 2024 júliusa és 2025 júniusa között a Meta felületein csaknem kétszáz olyan hirdetést tárt fel, amelyek célzottan újságírókat és civileket vettek célba: lejárató vagy manipulatív üzeneteit pénzzel is megtámogatva juttatták el a felhasználókhoz.

A kampányhajrában a Fidesz politikusai és a pártközeli média Panyi Szabolcs oknyomozó újságírót vette célba, miután napvilágra kerültek a Szijjártó Péter és Szergej Lavrov közötti telefonbeszélgetések. Gulyás Gergely kémkedés miatt tett feljelentést az újságíró ellen, Orbán Viktor pedig arra utasította a volt igazságügyi minisztert, hogy haladéktalanul indítson vizsgálatot – természetesen nem a beszélgetés tartalmáról, hanem a lehallgatásról. A rendőrség a választások után végül elutasította a feljelentést.

A megfélemlítés azonban nem korlátozódott az újságírókra. A Tisza Párt több ezer önkéntesének adatai először októberben szivárogtak ki, majd nem sokkal később a Tisza Világ applikáció mintegy kétszáz-ezer felhasználójának adatait hozták jogellenesen nyilvánosságra. A felhasználói adatok közzététele törvénytörő volt, és azok a sajtótermékek is jogsértést követtek el, amelyek leközlötték a névsort, illetve az abból készült térképet. A kormánypárti média ráadásul összehangoltan, nyilvánvaló bűncselekményt elkövetve járt el: az anyagot az Index emelte be a nyilvánosságba, de lehangosabban a Magyar Nemzet uszított, az Origo pedig követő üzemmódban terjesztette tovább a lopott adatokat.

A jelenség egészen az egyes emberek zaklatásáig fajult: Németh Balázs frakciósztívívő egy tiszás aktivista háza elé vonult kamerával, és arról posztolt, hogy tudja, a XV. kerületben kik töltötték le az alkalmazást; mások videóra véve telefonálgatták végig a listán szereplőket, a Promenádn pedig a Csongrád vármegyei érintettek nevét tette közzé.

Indamedia a kampányban

Az Index nemcsak a Tisza Világ-applikáció elloptott adatainak terjesztésében, hanem más lejáratókampányokban is vezérszerepet vállalt. Az öt éve elfoglalt portál elsősorban a Tisza Párt elleni támadásokban bizonyult hasznosnak: a Fidesz Tisza-adóról szóló kampányának is az Index adta meg a kezdő

lökést. A lap 2025 szeptemberében hozott nyilvánosságra egy hatszáz oldalas dokumentumot, amelyet a Tisza állítólagos adóterveiként tüntetett fel. A bíróság 2026 februárjában mondta ki, hogy a hatszáz oldalas iratnak a valóságban semmilyen köze nem volt a Tiszához.



Az Index első fokon azzal védekezett, hogy mindössze véleményt közölt – erre szerinte a cím is utalt, hiszen abban az állt, hogy a párt adóemelésre „készülhet”, nem pedig az, hogy arra ténylegesen készül. Fontos hangsúlyozni, hogy Magyarország egyik legismertebb és legnagyobb hírportálja képes volt egy nem létező pártprogramot hazudni a nyilvánosságnak, és ezzel megtéveszteni az olvasókat.

Hiába tekintett azonban az Index véleményként a cikke, a kormány éppen erre és néhány tiszás nyilatkozatra építette fel a „Tisza-adó” kampányát, amit egy nemzeti konzultációval is kiegészített. A cikket átvevő Ripostot és Mandinert egy másik bíróság helyreigazításra kötelezte.

Az elmúlt évek viszonylag csendesen teltek médiapiaci szempontból: szinte már el is szoktunk attól, hogy sorra kerülnek kormányközeli kézbe a médiavállalatok. 2025 ősze azonban nagyszabású felvásárlást hozott. Az Index tulajdonosa, az Indamedia vásárolta meg a Blikket, a Kiskegyedet és a Glamourt is kiadó Ringier Hungaryt; az ügylet előtt az Indamedia 13 milliárd forintos hitelkeretet kapott a Mészáros Lőrínchez köthető MBH Banktól. Évekkel korábban sokat lehetett hallani arról, hogy a Blikk valamelyik kormányközeli befektetőhöz kerülhet, később azonban úgy tűnt, marad a Ringier kezében. Most viszont nemcsak a Blikk, hanem az egész Ringier átkerült kormányközeli tulajdonba, és ezzel az utolsó számottevő külföldi befektető is elhagyta a magyar lappiacot. A bejelentés után heteken belül távozott a Blikk főszerkesztője és helyettese, valamint a Ringier innovációs és tartalomfejlesztési vezetője is. A tulajdonosváltásról² és annak következményeiről³ a Mérték oldalán is írtunk, valamint választási elemzésünkben⁴ részletesen bemutattuk az Indamedia két portáljának a választási kampányban betöltött szerepét.

Kormányzati kommunikáció és kampány összekeverve

Az állami és a fideszes kommunikációs költséket régóta nem lehet egyértelműen szétszálazni, az elmúlt másfél évben azonban mintha már a látszatra sem ügyeltek volna. A korábban említett „Tisza-adóról” – amelyről utóbb bírósági döntés állapította meg, hogy semmi köze a Tisza Párthoz – nagyszabású kormányzati kampány indult. A fiktív adótervről a kormány nemzeti konzultációt is kezdeményezett, amelynek íveit a propagandalapokat kiadó Mediaworks gyártotta le: az állam így ezzel a 12 millió forinttal is a fideszközeli médiát támogatta. Hasonló mintázat rajzolódott ki a hirdetéseknel is. Az aHang összesítése szerint a kormány 142 hírportálon, 136 nyomtatott sajtótermékben, 33 rádió- és 63 televíziós csatornán – összesen 374 különböző médiumban – hirdette a nemzeti konzultációt, több mint 8 milliárd forintot költve a kampányra.

A „Tisza-adóról” szóló konzultáció eredményét a kormány feltűnően csendben kezelte – valószínűleg nem függetlenül attól, hogy az erősen sugalmazó kérdésekre mindössze 1,6 millióan válaszoltak.

A közmédia ellen eljárás indult, amiért a „Tisza-adóról” szóló konzultációt reklámozta. Korábban hasonló módszerrel népszerűsítette az Ukrajna uniós csatlakozásáról rendezett, lényegében újabb nemzeti

² Mérték Médiaelemző Műhely (2025). Utolsó Blikkre. <https://mertek.eu/2025/11/03/utolso-blikkre/>

³ Mérték Médiaelemző Műhely (2025). Éles teszt – A Ringier-Indamedia összefonódás megítélése az Európai Médiaszabadság Törvény alapján. <https://mertek.eu/2025/11/04/eles-teszt-a-ringier-indamedia-osszefonodas-megitelese-az-europai-mediaszabadsag-torveny-alapjan/>

⁴ Mérték Médiaelemző Műhely (2025). A propaganda árnyalatai. A 2026-os választási kampány híreinek tartalomelemzése. https://mertek.eu/wp-content/uploads/2026/06/Mertek_Fuzetek_45.pdf

konzultációnak tekinthető Voks2025 elnevezésű véleménynyilvánító szavazást: az M4 Sporton közvetített NB I-es focimeccsek alatt a Voks2025 logója villogott a képernyő sarkában, alatta a „Szavazzunk!” felirattal.



Balásy Gyula cégei – amelyekről részletesen írtunk korábbi Lágycenzúra-jelentésünkben – végeláthatatlan megrendeléssorozatot kaptak. Az ő közreműködésükkel terjedtek például a 13. havi nyugdíj „megvédéséről” szóló plakátok, amelyek szerint Brüsszel és Magyar Péter elvenné a juttatást, de jutott pénz a „Családbarát Magyarország” kampányra, valamint az ország nemzetközi reklámozására is. Nem meglepő hát, hogy a Fidesz-kormány több ízben is megemelte a kormányzati kommunikációra fordítható keretet: 2025 júniusában 20, majd augusztusban további 4 milliárd forinttal.

A választások után bírósági döntés mondta ki, hogy hűtlen kezelés szempontjából is vizsgálni kell azoknak a kormányzati kampányoknak a finanszírozását, amelyek nyilvánvalóan hamis állításokat vagy a politikai ellenfeleket lejárató üzeneteket közvetítettek. A K-Monitor szerint a döntés precedensértékű lehet azoknak a közpénzköltségeknek a büntetőjogi megítélésében, amelyeket a kormány gyakran minden konkrétum nélkül, pusztán nemzetgazdasági vagy gyermekvédelmi érdekekre hivatkozva indokolt.

Kampány minden szinten

A kampányüzenetek elől senki sem menekülhetett – nem csupán a sűrűn cserélődő óriásplakátok miatt. Az oltásregisztrációnál megadott e-mail-címekre a Kormányzati Tájékoztatási Központ az Ukrajna uniós csatlakozása ellen indított Voks2025 szavazására buzdító leveleket küldött. A nyugdíjasoknak szóló, ingyenes JóKor című lapban szintén Voks2025-öt reklámozta a kormány.

A közmédia már a kampány első napján elbukott a kiegyensúlyozottsági teszten – igaz, az MTVA tevékenységét már rég nem vádolta senki kiegyensúlyozatlansággal. A Médiatanács több ízben indított eljárást a közmédia ellen szabálytalan kampányolás miatt, és még a Kúria is kimondta, hogy az MTVA és a Duna Médiaszolgáltató megsértette a választási alapelveket. A szintén állami tulajdonú Nemzeti Sport felületén 2026 februárjában egy Tisza-ellenes petíció jelent meg, amelynek aláírásgyűjtését egy Deutsch Tamás elnökölte alapítvány indította.

A közszolgálati csatornák Facebook-oldala még ennél is szemérmetlenebbül népszerűsítette a Fidesz üzeneteit. A Tisza Párt panasszal fordult a Nemzeti Választási Bizottsághoz, mert a Kossuth rádió Facebook-oldala az ajánlásgyűjtés első napján, február 21-én jórészt csak a Fidesz-KDNP-t mutatta be a pártok közül – álláspontja szerint ezzel az oldalt működtető MTVA és Duna Médiaszolgáltató megsértette a választási eljárási törvény alapelveit. A két médiaszolgáltató egyebek mellett azzal érvelt, hogy egy Facebook-oldal nem minősül médiaszolgáltatásnak, a Kúria azonban a Tisza jogorvoslati kérelmére megállapította a „kirívó aránytalanságot”, és eltiltotta az érintetteket a további jogsértéstől.

A Fidesz-közeliek médiumok ugyancsak tevékenyen kivették a részüket a kampányból. A Tények már novemberben nemzeti konzultációs tematikájú reels-sorozatot tett közzé a Facebookon, amelyben a TV2 hírolvasói, munkatársai és fideszes influenszerek mutatták be, hogyan töltik ki a kérdőívet; a Tények Plusz pedig – Orbán Viktor Facebook-posztját felidézve – még azt is megmutatta, hová kell húzni az ikszet. Marsi Anikó, aki 2018-ban és 2022-ben is videóban állt ki Orbán Viktor mellett, a Női Digitális Polgári Kör vezetője lett – de szerinte ez teljesen összeegyeztethető a híradós munkával és a képernyős hitelességgel. Emlékezetes maradt az is, hogy a TV2 2025 elején többperces riportot szentelt Magyar

Péter nemi szervének. A Médiatanács emellett negyedmillió forintos bírságot szabott ki a TV2 és a Hír TV médiaszolgáltatóira egy társadalmi célú reklámok miatt indított eljárásban – nagy valószínűséggel a Voks2025 hirdetéseiről volt szó.



Pécsett négy évnyi szünet után, helyi magazinnak álcázva tért vissza a bulvárbba csomagolt kormány-propaganda. A XV. kerületben pedig Jövőképek címmel jelent meg egy időszaki lap, amely bár állami támogatásból készült, egyértelműen a kerületi fideszes jelöltek propagandakiadványa volt.

A Bors több különszámot is megjelentetett: az ingyenes lapokat több mint négymillió példányban nyomtatták ki az állítólagos „Tisza-adóról” és a háború borzalmairól. A „TISZA-csomag” néven futó kiadvány kézbesítését több újságkihordó is megtagadta, a Fővárosi Törvényszék pedig azonnali hatállyal betiltotta a terjesztését – a Mediaworks azonban a bírósági végzés ellenére több helyen folytatta a lapok szétosztását.

A magyar politikában úttörőnek számító, a korábbi Mini Feri-videók továbbfejlesztéseként is felfogható eszközhöz nyúlt a Nemzeti Ellenállás Mozgalom, amikor Én, a kétarcú címmel képregényfüzetet adott ki. A Mozgalom korábban a mesterséges intelligenciával készített, Magyar Pétert lejárató óriásplakátjaival került be a hírekbe, így aligha meglepő, hogy a képregényt is részben mesterséges intelligencia segítségével állították elő – jöllehet szerzőként és rajzolóként a Pesti Srácoktól ismert Ambrózy Áront tüntették fel. A Kétarcú elől még a gyanútlan főzni vágyók sem menekülhettek: a Mindmegette oldalán receptnek álcázott propagandahirdetesként bukkant fel a Kétarcú konyhája címen. A Magyar Pétert lejárató kiadvány a választások után tíz nappal már sem online, sem a boltokban nem volt elérhető.

Az oroszok már a kampányban vannak

Az áprilisi magyarországi választások kampányában szakértők és újságírók példátlan mértékű orosz befolyásolási kísérleteket tártak fel. Vlagyimir Putyin orosz elnök nyíltan a magyar kormány kampányüzeneteit visszhangozta, a kampány során pedig felmerült az orosz katonai hírszerzők budapesti jelenléte is. Az MTI minden kontextus nélkül tette közzé az orosz hírszerzés közleményét, ami rávilágít a hírügynökség – és rajta keresztül a közmédia – felelősségére az orosz titkosszolgálati anyagok, vagyis lényegében az orosz dezinformáció terjesztésében.

Egy kiszivárgott Mediaworks-dokumentumból kiderült, hogy egy bizonyos Tamás telefonon kért segítséget a Zelenszkijt lejárató cikkekhez – ennek pontos háttere azonban egyelőre nem ismert. Szergej Lavrov orosz külügyminiszter a köztudottan oroszbarát Ultrahang YouTube-csatornának adott interjút, amely a csatornát előszeretettel követő Szijjártó Péter közreműködésével jött létre, és szépen kiegészítette a Kreml narratíváit másoló KESMA-média kampánybeli tevékenységét. Az orosz propagandát fáradhatatlanul szemlélő Origo egy ízben úgy közölt le egy cikket, hogy abban orosz kifejezések maradtak – a névtelen szerző feltehetően még a szó szerinti fordítást sem ellenőrizte. A Direkt36 oknyomozása ezenkívül feltárta a kormánypárti médiában rendszeresen „szakértőként” feltűnő Georg Spöttle orosz titkosszolgálati kapcsolatait, amelyekre először egy nemzetbiztonsági átvilágítás során derült fény.

A Lakmusz több, Magyar Péter ellen irányuló orosz dezinformációs kampányt is azonosított. A tényellenőrző portál a jól ismert technikák közül többet is bemutat: lemásolt honlapok, álprofilokkal működtetett Facebook-oldalak, milliós hirdetésekkel megtámogatott dezinformációs tartalmak és trollfarmok egyaránt beszálltak a kampányba.

A milliárdos offline kampány mellett hasonlóan felfoghatatlan összegek mentek el a közösségi médián is. Például, a kormánypárti gépezet – köztük a Szuverenitásvédelmi Hivatal és a Századvég új tényellenőrző intézete – legalább 36 millió forintot költött a Kollár Kinga elleni Facebook-kampányra.

2025 elején indult Apáti Bence új vállalkozása, a Nemzeti Ellenállás Mozgalom, amely a Megafon mintájára terjesztette a kormány üzeneteit: a Megafontól megszokott, milliókért hirdetett videók, félrevezető üzenetek, átláthatatlan működés és egy Brüsszel-ellenes petíció egyaránt kötődik hozzá. Bár a bevételeiről semmit nem lehetett megtudni, a szervezet június és július között a Google-on az Európai Unióban a legtöbbet költő politikai hirdetőnek bizonyult. Augusztusban egyetlen hétvége alatt több mint 10 millió forintot fordított három propagandavideó hirdetésére a YouTube-on, amelyeket így nagyjából hétmillió alkalommal játszott le a platform. Októberben a Megafon tulajdonosa felvásárolta Apáti Benctől a Mozgalom mögötti céget, amely ezzel párhuzamosan a Megafon óbudai irodájába költözött.

Az EU politikai hirdetések átláthatóságáról szóló, 2025. október 10-én hatályba lépett új szabályozásának sem az Alphabet – a Google és a YouTube anyacége –, sem a Meta – a Facebook és az Instagram tulajdonosa – nem volt hajlandó alávetni magát, ezért a két techóriás befejezte a közéleti-politikai hirdetések kiszolgálását az Unióban. Ez alapjaiban alakította át a közösségi média és általában az internet-használat élményét, és persze a politikai marketing egész világát is.

A hirdetési tilalom életbe lépése előtt láthatóan minden erre szánt pénzt el akartak költeni a Fidesz-közei hirdetők. A volt kormányoldal a nyár folyamán Európa összes országa közül a második legtöbbet költötte a Meta felületein. A szeptember végéig tartó három hónapban a lakosság arányában Magyarországon ment el a legtöbb pénz politikai hirdetésre a platformon, az utolsó hónapot vagy hetet tekintve pedig már abszolút értékben is: szeptemberben 1,3 milliárd, a hónap utolsó hét napjában pedig 350 millió forintot fordítottak nálunk politikai hirdetésre, kizárólag a Meta oldalain. A teljes magyarországi költség mintegy ötöde – 426 millió forint – Orbán Viktor oldalára jutott.

Sokan fellélegeztek, amikor a Meta július végén bejelentette, hogy 2025 októberétől nem engedélyezi a politikai hirdetéseket az Unió területén. Borítékolható volt ugyanakkor, hogy a rendszerben maradnak kiskapuk, és akadnak majd, akik kreatív megoldásokkal próbálják kijátszani a tilalmat. A Google szeptember végén állította le a politikai hirdetéseit, ezzel jó eséllyel kirúgva a Fidesz és a volt kormány kommunikációs gépezetének egyik legfontosabb lábát – ám ez sem ment zökkenőmentesen. A politikai hirdetésekről szóló uniós rendelet (TPPA) gyenge pontja ugyanis a végrehajtás⁵: nincs kijelölt hatóság, amely kikényszeríthetné a betartását, és nem meglepő módon a magyar kormány ezt ki is használta.

A tilalmat a Meta a gyakorlatban csak részben tartatta be: a szabálytalan hirdetésekkel szemben hol egyáltalán nem lépett fel, hol pedig csak napokkal vagy hetekkel később – addigra azonban a hirdető már rengeteg pénzt elköltött, és üzenete számtalan felhasználóhoz eljutott. A Nemzeti Ellenállás Mozgalom október 6. és november 5. között legalább 24 millió forint értékben hirdetett a Facebookon; a mesterséges intelligenciával készült, Magyar Pétert lejárató videók részben épp a fizetett hirdetéseknek köszönhetően értek el sokmillió nézettséget. A Fideszhez köthető Digitális Polgári Körök száz-as nagyságrendben adtak fel hirdetéseket aktivistatoborzás céljából, a Magyarország Kormánya nevű oldal pedig számos, a nemzeti konzultációhoz kapcsolódó kommunikációs hirdetést futtatott.

5 Mérték Médiaelemző Műhely (2026). A mesterséges intelligencia alkalmazásának jogi és etikai keretrendszere a politikai kommunikációban. <https://mertek.eu/2026/01/26/europai-szabalyok-a-politikai-hirdetesekek-atlathatosagarol/>

A szereplők eltérő módon alkalmazkodtak az új helyzethez. Orbán Viktor és a Megafon meghatározó arcai például akkora mennyiségű tartalommal árasztották el a közösségi médiát, hogy az elérésükben nem mutatkozott drasztikus visszaesés. Brutálisan összeomlott viszont Németh Balázs Fidesz-frakció-szóvivő online beszélgetős műsorának, a Harcosok órájának a nézettsége, és a hirdetések hiánya Szentkirályi Alexandra elérését is megtépázta.

A hirdetések kiesését – vagy pusztán a kampány sokszínűségét – a Fideszhez közeli világ számos további eszközzel igyekezett orvosolni. Orbán Viktor 2025 május végén jelentette be a „digitális szabadságharcos” sereg felállítását, amellyel a párt a 2026-os választásokra készült. Néhány hónappal később, a tusványosi szabadegyetemen a volt miniszterelnök meghirdette a Digitális Polgári Körök (DPK) elindítását is, amelyek feltehetően a gyorsan és látványosan megbukott Harcosok Klubja helyét vették át a kommunikációban. A digitális harcosok toborzása azonban a DPK keretében sem volt különösebben sikeres, hiába futottak többek között Szánthó Miklós, Dopeman vagy maga Orbán Viktor neve alatt. A kezdeményezés hátterét a tavaly júliusban alapított Digitális Demokráciafejlesztési Ügynökség biztosította. Ez a szervezet állt a Fideszhez több szálon kötődő, „civilként” bemutatott Digitális Polgári Körök mögött, és egyebek mellett a „háborúellenes” gyűlések lebonyolításáért is felelt.

Annál aktívabban működtek a fideszes trollhálózatok. A 444.hu feltárta, hogy egy XIII. kerületi irodában több mint százan dolgoztak, hamis profilokat kezelve erősítették a Fidesz online jelenlétét. A Facebookon elérhető adatok arra utaltak, hogy a cég ezt a szolgáltatást a magyar kormánynak, valamint Orbán Balázsnak, a miniszterelnök politikai igazgatójának is értékesíthette, fizetett kommentelők nyomai pedig egyebek mellett Orbán Viktor, Lázár János, Szentkirályi Alexandra, Schobert Norbert, Kucsera Gábor és a Mandiner bejegyzései alatt is felbukkantak. A meglévő, jól működő oldalak felvásárlása is bevett gyakorlattá vált: szintén a 444.hu tárta fel, hogy „Fidesz-közeli emberek” a választások előtt Facebook- és Instagram-oldalakat vásároltak fel. A választások után néhány nappal aztán a fideszes trollfarmon megkezdődött a tömeges elbocsátás.

AI a kampányban

A mai technológia már megtévesztő hűséggel képes utánózni a valóságot – olyannyira, hogy lassan magunk sem tudjuk eldönteni, amit látunk az valóság, vagy sem. Ez pedig a demokratikus nyilvánosság egyik legfontosabb értékét, az információ hitelességét ingatja meg.

A kampány során az AI kiaknázásának szinte végtelen tárházát figyelhettük meg. Mesterséges intelligenciával készült dalokat vetettek be az ellenzék lejáratására, de talán még emlékezetesebb a Tisza Párt ellen gyártott, mesterséges intelligenciával generált videók sokasága. Maga Orbán Viktor is megosztott egy kormányzati videót, amelyben AI által generált magyar fiatalokat soroztak be az ukrán frontra, hogy aztán koporsóban hozzák haza őket – a hirdetés ráadásul sehol nem jelezte, hogy fikciós műről van szó, ami akár a rémhírterjesztés kategóriáját is kimeríthette. Az AI segítségével olyan mondatokat adtak Magyar Péter szájába, amelyek soha nem hangzottak el, sőt olyan videó is készült, amelyen Hunyadi felpofozza Hadházy Ákost. Azt a felvételt pedig, amelyen Ursula von der Leyen piros telefonon hívja fel Magyar Pétert, milliós fizetett hirdetésekkel is megtámogatták.

A mesterséges intelligenciával generált tartalmak miatt többek között Magyar Péter és Hadházy Ákos is feljelentést tett. Az NMHH ugyanakkor nem lépett fel proaktívan a nyilvánvalóan problémás tartalmakkal szemben – pedig az európai DSA-jogszabály alapján kijelölt magyarországi koordinátorként még a platformokkal szemben is lett volna mozgástere.

Az AI-tartalmak még a közmédiába is beszivárogtak: a Híradó lejátszotta a Nemzeti Ellenállás Mozgalom videóját, amelyben egy mesterséges intelligenciával generált „utcaembere” utasította el a Tisza Párt állítólagos kiszivárgott adótervét.



A mesterséges intelligencia politikai kommunikációban való alkalmazásának jogi és etikai keretrendszeréről a Mérték készített elemzést⁶, az AI kampánybeli jelenlétét pedig a Political Capital is vizsgálta a HDMO-projekt keretében⁷.

⁶ Mérték Médiaelemző Műhely (2026). A mesterséges intelligencia alkalmazásának jogi és etikai keretrendszere a politikai kommunikációban.
<https://mertek.eu/2026/03/12/a-mesterseges-intelligencia-alkalmazasanak-jogi-es-etikai-keretrendszere-a-politikai-kommunikacioban/>

⁷ Political Capital (2026). AI-alapú manipuláció - A deepfake technológia és az AI szerepe a magyar választási kampányban.
<https://hdmo.eu/hu/2026/05/07/ai-alapu-manipulacio-a-deepfake-technologia-es-az-ai-szerepe-a-magyar-valasztasi-kampanyban>

24.hu (2025.04.10.). Nem engedik be a kollégánkat a Kormányinfóra, amíg így marad, a 24.hu nem küld mást sem az eseményre. <https://24.hu/belfold/2025/04/10/kormanyinfo-24-hu-vitalyos-eszter-gulyas-gergely-ujsagiras/>

24.hu (2025.07.03.). A közmédia, a TV2 és a Hír TV ellen indított eljárás a Médiatanács társadalmi célú reklámok miatt. <https://24.hu/kultura/2025/07/03/mediatanacs-tv2-hirtv-kozmedia-voks2025-vizsgalat-reklam/>

24.hu (2025.07.22.). A CÖF burkoltan megfenyegette az Átlátszót: „A tevékenységüknek büntetőjogi következménye lehet”. <https://24.hu/belfold/2025/07/22/atlatso-cof-fenyegetes-szuverenitas-ki-mit-tud-magyarleaks/>

24.hu (2025.08.14.). Marsi Anikó: Ugyanazt az értékrendet képviselem a munkámban, amit a Női Digitális Polgári Körben is képviselek majd. <https://24.hu/szorakozas/2025/08/14/marsi-aniko-noi-digitalis-polgari-kor-kepernyos-jelenlet-televizios-munka-osszeegyeztetehetoseg/>

24.hu (2026.02.15.). Kiterjesztett kampány: a Nemzeti Sport felületén indult Tisza-ellenes petíció. <https://24.hu/belfold/2026/02/15/tisza-part-ellen-petico-nemzeti-sport/>

444 (2025.01.24.). A Mediaworks gyártotta a nemzeti konzultációs íveket. <https://444.hu/2025/01/24/a-mediaworks-gyartotta-a-nemzeti-konzultacios-iveket>

444 (2025.02.05.). Újabb 41 megbízással újabb majdnem 31 milliárdot szórt ki Rogán Antal, minden fillért Balásy Gyula cége kapott. <https://444.hu/2025/02/05/ujabb-41-megbizassal-ujabb-majdnem-31-milliardot-szort-ki-rogan-antal-minden-fillert-balasy-gyula-cege-kapott>

444 (2025.02.06.). Alapállításaiban hamis a Szuverenitásvédelmi Hivatal közleménye a TEFI működéséről. <https://444.hu/2025/02/06/alapallitasaiban-hamis-a-szuverenitasvedelmi-hivatal-kozlemenye-a-tefi-mukodesrol>

444 (2025.03.05.). Schmidt Mária a Szuverenitásvédelmi Hivatalhoz fordult, mert a Magyar Hang közérdekű adatokat kért tőle. <https://444.hu/2025/03/05/schmidt-maria-a-szuverenitasvedelmi-hivatalhoz-fordult-mert-a-magyar-hang-kozerdeku-adatokat-kert-tole>

444 (2025.03.18.). Láncki Tamás: Önök Amerikában külföldi ügynökként lennének regisztrálva. <https://444.hu/2025/03/18/lanczi-tamas-onok-amerikaban-kulfoldi-ugynokkent-lennenek-regisztralva>

444 (2025.05.24.). Elérhetetlen független sajtóval reagált koncertjén a Carson Coma a nagytakarítási törvényre. <https://444.hu/2025/05/24/elerhetetlen-fuggetlen-sajtoval-reagalt-a-carson-coma-a-nagytakaritasi-si-torvenyre>

444 (2025.05.27.). Lázár szerint a telexes újságíró nem tudhatja előre, feltennie kell-e az egzisztenciáját, vagy sem. <https://444.hu/2025/05/27/lazar-szerint-a-telexes-ujsgiro-nem-tudhatja-elore-feltenie-kell-e-az-egzisztenciáját-vagy-sem>

444 (2025.06.09.). Jókori Orbán Viktor fényképével és aláírásával biztatják szerencsejátékosra a nyugdíjasokat. <https://444.hu/2025/06/09/jokor-orban-viktor-fenykepevel-es-alairasaval-biztatjak-szerencsejatekosra-a-nyugdijasokat>

444 (2025.09.26.). Egy AI-videó miatt tesz feljelentést Hadházy Ákos, amiben Hunyadi felpofozza őt. <https://444.hu/2025/09/26/egy-ai-video-miatt-tesz-feljelentest-hadhazy-akos-amiben-hunyadi-felpofozza-ot>

444 (2025.10.30.). Pofátlanul egyszerűen lett állami pénzből mindenkinek osztogatott fideszes pártpropaganda a XV. kerületben. <https://444.hu/2025/10/30/pofatlanul-egyszeruen-lett-allami-penzbol-mindenki-nek-osztogatott-fideszes-partpropaganda-a-xv-keruletben>

444 (2025.11.07.). Nyíltan hergel a Magyar Nemzet a tiszások ellen, akiknek ellopták az adataikat. <https://444.hu/2025/11/07/nyiltan-hergel-a-magyar-nemzet-a-tizasok-ellen-akiknek-elloptak-az-adataikat>

444 (2025.11.26.). A NAIH szerint jogellenes listázni azokat, akiknek kiszivárogtak az adatai, Magyar Péter feljelentésre buzdít. <https://444.hu/2025/11/06/a-naih-szerint-jogellenes-listazni-azokat-akiknek-kiszivartok-az-adatai-magyar-peter-feljelentésre-buzdit>

444 (2026.01.08.). Álnéven dolgozik, orosz propagandának nyilatkozik, szélsőjobb vezetőkkel fotózkodik – ki az a Scarlett Karoleva, aki az Orbáninfón is kérdezhetett?. <https://444.hu/2026/01/08/alneven-dolgozik-orosz-propagandanak-nyilatkozik-szelesjobb-vezetokkal-fotozkodik-ki-az-a-scarlett-karoleva-aki-az-orbaninfon-is-kerdezhetett>

444 (2026.01.15.). Semmi különös, csak a TV2 megmutatta, hova kell húzni az ikszet. <https://444.hu/2026/01/15/semmi-kulonos-csak-a-tv2-megmutatta-hova-kell-huzni-az-ikszet>

444 (2026.01.19.). „Kormányközeli szereplők vették meg az oldalamat, azóta fullba tolják a kretént”. <https://444.hu/2026/01/19/kormanykozeli-szereploket-vevtek-meg-az-oldalamat-azota-fullba-toljak-a-krentent>

444 (2026.01.23.). Megtaláltuk a trollfarmot, ahonnan álprofilok százával ontják a fideszes kommenteket a Facebookon. <https://444.hu/2026/01/30/megtalaltuk-a-trollfarmot-ahonnan-alprofilok-szazaval-ontjak-a-fideszes-kommenteket-a-facebookon>

444 (2026.02.03.). Sehogy sem lehet elvenni a közmédia kedvét a szabálytalan kampányolástól. <https://444.hu/2026/02/03/sehogy-sem-lehet-elvenni-a-kozmedia-kedvet-a-szabalytalan-kampanyolastol>

444 (2026.02.04.). A Pandúr Magazinban és a pcguru-n is hirdette a kormány a „Tisza-adoról” szóló nemzeti konzultációt. <https://444.hu/2026/02/04/a-pandur-magazinban-es-a-pcguru-n-is-hirdette-a-kormany-a-tisza-adorol-szolo-nemzeti-konzultaciott>

444 (2026.02.22.). Már a kampány legelső napján megbukott a közmédia a kiegyensúlyozottsági teszten. <https://444.hu/2026/02/22/mar-a-kampany-legelső-napjan-megbukott-a-kozmedia-a-kiegyensulyozottsagi-teszten>

444 (2026.02.24.). Az NMHH elnöke biztos benne, hogy a hivatalának a világon semmi köze a Fidesz fejbe lövős kampányvideójához. <https://444.hu/2026/02/24/az-nmhh-elnoke-biztos-benne-hogy-a-hivatalanak-a-vilagon-semmi-koze-a-fidesz-fejbe-lovos-kampanyvideojához>

444 (2026.03.03.). „Péter, mit akarsz azzal a késsel? Te vagy a bajom, te borsodi lotyó!” – annyira abszurd a Magyar Péter-képregény, hogy múzeumi darab is lehet belőle. <https://444.hu/2026/03/03/peter-mit-akarsz-azzal-a-kessel-te-vagy-a-bajom-te-borsodi-lotyó-annyira-abszurd-a-magyar-peter-kepregeny-hogy-muzeumi-darab-is-lehet-belole>

444 (2026.03.06.). Testével takarta el az általunk kikért közérdekű adatokat Rogán minisztériumának munkatársa. <https://444.hu/2026/03/06/testevel-takarta-el-az-altalunk-kikert-kozerdeku-adatokat-rogan-minisztériumának-munkatarsa>

444 (2026.04.09.). Rekordot döntöttünk: a választás előtti utolsó Kormányinfón zsinórban harmadszor sem kaptunk szót. <https://444.hu/2026/04/09/rekordot-dontottunk-a-valasztas-elotti-utolso-kormanyinfon-zsinorban-harmadszor-sem-kaptunk-szot>

444 (2026.04.10.). Hankó Balázs le akarta tiltani az osztrák Die Pressének adott interjút. <https://444.hu/2026/04/10/hanko-balazs-le-akarta-tiltani-az-osztrak-die-pressenek-adott-interjuit>

444 (2026.04.10.). Nem fért be a közmédiába a rendszerbontó koncert. <https://444.hu/2026/04/10/nem-fert-be-a-kozmediaba-a-rendszerbontó-koncert>

444 (2026.04.17.). Tömegesen bocsátja el dolgozóit a Fidesz piszkos kampányait intéző trollfarm. <https://444.hu/2026/04/17/tomegesen-bocsatja-el-dolgozoit-a-fidesz-piszkos-kampanyait-intezo-trollfarm>

444 (2026.04.23.). Visszahívták az Én, a kétarcú című képregényt a könyvesboltokból. <https://444.hu/2026/04/23/visszahivtak-az-en-a-ketarcu-cimu-kepregenyt-a-konyvesboltokbol>

444 (2026.06.28.). Sosem látott tömeg vonult fel a Budapesti Büszkeség menetén, a szabadság ünnepévé vált az esemény. <https://444.hu/2026/06/28/gyulekeznek-az-emberek-a-varoshaza-parkban-rovide-sen-indul-a-budapesti-buszkese-menete>

Átlátszó (2025.03.17.). 24 milliárd forintért reklámozhatják Magyarországot Balásyék szerte a világon. <https://atlatszo.hu/kozpenz/2025/03/17/24-milliard-forintert-reklamozhatjak-magyarorszagot-balasyek-szerte-a-vilagon/>

Átlátszó (2025.05.14.). Könnyebb lesz Magyarországon terrorizmust finanszírozni, mint kormánykritikus sajtót vagy civil szervezetet. <https://atlatszo.hu/kozugy/2025/05/14/konnyebb-lesz-magyarorszagon-terrorizmust-finanszirozni-mint-kormanykritikus-sajtot-vagy-civil-szervezetet/>

Átlátszó (2025.05.17.). Abszurd ellenkérelmében az ellene indított perünk megszüntetését kéri a bíróságtól a Szuverenitásvédelmi Hivatal. <https://atlatszo.hu/kozugy/2025/05/17/abszurd-ellenkerelmeben-az-ellene-inditott-perunk-megszuntetese-t-keri-a-birosagtol-a-szuverenitasvedelmi-hivatal/>

Átlátszó (2025.05.20.). Nem jelent meg a bíróságon a Szuverenitásvédelmi Hivatal az ellenük indított perünk első tárgyalásán. <https://atlatszo.hu/impakt/2025/05/20/nem-jelent-meg-a-birosagon-a-szuverenitasvedelmi-hivatal-az-ellenuk-inditott-perunk-első-targyalasan/>

Átlátszó (2025.09.19.). Rogánék a Kúria ítélete ellenére sem adják ki a propagandakampányok adatait. <https://atlatszo.hu/kozadat/2025/09/19/roganek-a-kuria-itelete-ellenere-sem-adjak-ki-a-propagandakampanyok-adatait/>

Átlátszó (2025.10.10.). 75 milliárdos keretmegállapodást kötött Rogánék hivatala Balásy Gyula cégeivel. <https://atlatszo.hu/kozpenz/2025/10/10/75-milliardos-keretmegallapodast-kotott-roganek-hivatala-balasy-gyula-cegeivel/>

Átlátszó (2025.11.11.). Új értelmet nyert a hírszerzés és a dezinformáció a Szuverenitásvédelmi Hivatal ellen indított perünkben. <https://atlatszo.hu/kozugy/2025/11/11/uj-ertelmet-nyert-a-hirszerzes-es-a-dezinformacio-a-szuverenitasvedelmi-hivatal-ellen-inditott-perunkben/>

Átlátszó (2025.12.10.). Itt a teljes ítélet: minden pontban az Átlátszónak adott igazat a bíróság a Szuverenitásvédelmi Hivatallal szemben. <https://atlatszo.hu/kozugy/2025/12/10/itt-a-teljes-itelet-minden-pontban-az-atlatszonak-adott-igazat-a-birosag-a-szuverenitasvedelmi-hivattal-szemben/>

Átlátszó (2025.12.18.). 2020 óta 245 alkalommal vesztett az állam közérdekű adatperekben elsőfokon. <https://atlatszo.hu/adat/2025/12/18/2020-ota-245-alkalommal-vesztett-az-allam-kozerdekű-adatperekben-elsőfokon/>

Direkt36 (2026.06.12.). Fideszes propagandista orosz titkosszolgálati kapcsolatai buktak ki egy nemzetbiztonsági ellenőrzésen. <https://www.direkt36.hu/fideszes-propagandista-orosz-titkosszolgálati-kapcsolatai-buktak-ki-egy-nemzetbiztonsagi-ellenorzesen/>

HVG (2025.02.20.). A HVG mellett a Telex és a 24.hu sem vehet részt Orbán Viktor évértékelőjén. https://hvg.hu/itthon/20250220_orban-evtertekelo-hvg-24hu-telex-nem-vehet-reszt

HVG (2025.03.06.). A TV2 vezére szerint a Magyar Péter nemi szervéről készült anyag azt mutatja, hogy az újságírók szabadok. https://hvg.hu/itthon/20250306_tv2-vezerigazgato-karmelita-kolostor-szalai-vivien

HVG (2025.05.19.). Rogánék 3,9 milliárdos megbízást adtak Balásyék-nak, hogy külföldön is áradjon a kormánypropaganda. https://hvg.hu/kkv/20250519_Balasy-Gyula-kormanypropaganda-kulfoldon-netto-39-milliard-Rogan-Antal-New-Land-Lounge-Design-DAP

HVG (2025.07.14.). Európa legdrágább politikai hirdetési kampányát tolja a YouTube-on Apáti Bence vállalkozása. https://hvg.hu/itthon/20250714_nemzeti-ellenallas-mozgalom-apati-bence-politikai-hirdetes-youtube

HVG (2025.08.06.). Mint felhúzó órák a digitális világban: miért ez az első 25 Digitális Polgári Kör, és miért pont ők harcolnak az első sorban? https://hvg.hu/360/20250806_25-Digitalis-Polgari-Kor-fidesz-kormany-dopem-an-orban

HVG (2025.10.26.). Erős interjút adott Szergej Lavrov orosz külügyminiszter az Ultrahangnak. https://hvg.hu/vilag/20251026_Eros-interjut-adott-Szergej-Lavrov-orosz-kulugyminiszter-az-Ultrahangnak

HVG (2025.11.03.). 13 milliárd forintos hitelkeretet kapott a Blink megvásárlása előtt a kormányközeli Indamedia a Mészáros-féle banktól. https://hvg.hu/kkv/20251103_Meszaros-Lorinc-mbh-vaszily-indamedia-kolcson-hitel-ringier-megvasarlasa-ebx

HVG (2025.11.03.). Távozik Nagy Iván Zsolt, a Blink főszerkesztője. https://hvg.hu/itthon/20251103_Tavozik-Nagy-Ivan-Zsolt-blick-szigeti-peter

HVG (2026.02.15.). Gulyás Mártont rendőrrel dobták ki a gödi tűzoltóbárról, ahol Tuzson Bencét akarta megszólaltatni. https://hvg.hu/itthon/20260215_god-tuzoltobal-partizan-kammerer-zoltan

HVG (2026.02.18.). „A bíróság kimondta, hogy a 600 oldalas kamu dokumentumnak semmi köze a Tiszához” – Magyarék újabb pert nyertek az Index ellen. https://hvg.hu/itthon/20260218_index-per-tisza-part-magyar-peter

HVG (2026.03.20.). A Kétarcú Konyhája: receptnek álcázott propaganda jelent meg a Mindmegette oldalán hirdetésként. https://hvg.hu/elet/20260319_ketarcu-konyhaja-mindmegette-kormanypropaganda

HVG (2026.03.23.). A Kúria az Alkotmánybíróság ellenében is ragaszkodik ahhoz, hogy a közmédia megsértette a választási alapelveket. https://hvg.hu/itthon/20260323_kuria-kozmedia-valasztasi-alapelvek-eselyegyenloseg-megsertese

Kecsup (2025.12.30.). Kitakart jegyzőkönyvek: határozott felszólítást küldött a kecskeméti egyetemi alapítványnak a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság. <https://kecsup.hu/2025/12/kitakart-jegyzokonyvek-hatarozott-felszolitast-kuldott-az-egyetemi-alapitvany-nak-a-naih-unikum>

Kreatív (2026.04.28.). Elutasította a Panyi Szabolcs ellen kémkedés miatt tett feljelentést a rendőrség. <https://kreativ.hu/cikk/panyi-szabolcs-kemkedes-feljelentes-elutasit-rendorseg-oknyomozo-uj-sagi-ro-titkosszolgaltatok>

Lakmusz (2025.01.27.). Már AI-zenéket is bevetnek az ellenzék lejáratására. <https://lakmusz.hu/2025/01/27/mar-ai-zeneket-is-bevetnek-az-ellenzek-lejaratasara>

Lakmusz (2025.02.17.). A Megafon mintájára terjeszti a kormány üzeneteit Apáti Bence új cége, csak most nemzeti mozgalomnak nevezik. <https://lakmusz.hu/2025/02/17/a-megafon-mintajara-terjeszti-a-kormany-uzeneteit-apati-bence-uj-cege-csak-most-nemzeti-mozgalomnak-nevezik>

Lakmusz (2025.04.29.). Legalább 36 millió forintot költött a kormánypárti gépezet a Kollár Kinga elleni Facebook-kampányra. <https://lakmusz.hu/2025/04/29/legalabb-36-millio-forintot-koltott-a-kormanyparti-gepezet-a-kollar-kinga-elleni-facebook-kampanyra>

Lakmusz (2025.10.06.). A nemzetközi adatokból látszik igazán, milyen örült összegeket reklámoz el a Facebookon a Fidesz. <https://lakmusz.hu/2025/10/06/a-nemzetkozi-adatokbol-latszik-igazan-milyen-orult-oszszegeket-reklamoz-el-a-facebookon-a-fidesz>

Lakmusz (2025.10.12.). A Megafon tulajdonosa megvette Apáti Bencétől a százmillióért hirdetési Nemzeti Ellenállás Mozgalmat. <https://lakmusz.hu/2025/10/02/a-megafon-tulajdonosa-megvette-apati-bencetol-a-szazmillioert-hirdeto-nemzeti-ellenallas-mozgalmat>

Lakmusz (2025.10.22.). 89 választókerületben összesen 56 ezren csatlakoztak a területileg szerveződő digitális polgári körökhöz. <https://lakmusz.hu/2025/10/22/valasztasi-foldrajz-87-valasztokeruletben-összesen-56-ezren-csatlakoztak-a-területileg-szervezodo-digitalis-polgari-korokhoz>



Lakmusz (2025.10.28.). Százas nagyságrendben csúsznak át a Facebook szűrőjén a digitális polgári körökbe toborzó hirdetések. <https://lakmusz.hu/2025/10/28/szazas-nagysagrendben-csuszna-at-a-facebook-szuro-jen-a-digitalis-polgari-korokbe-toborzo-hirdetesek>

Lakmusz (2025.11.10.). Egyelőre nincs olyan hatóság itthon, ami büntetést szabhatna ki azért, ha valaki megszegi a politikai hirdetések átláthatóságáról szóló EU-rendeletet. <https://lakmusz.hu/2025/11/10/egyelo-re-nincs-olyan-hatosag-itthon-ami-buntetest-szabhatna-ki-azert-ha-valaki-megszegi-a-politikai-hirdetesek-atlathatosagarol-szolo-eu-rendeletet>

Lakmusz (2025.11.26.). Felpörgette a Facebook-videók gyártását a Fidesz, így alig látszik a számokon, hogy elvileg már nem lehet pénzért hirdetni őket. <https://lakmusz.hu/2025/11/26/felporgette-a-facebook-video-gyartas-at-a-fidesz-igy-alig-latszik-a-szamokon-hogy-elvileg-mar-nem-lehet-penzert-hirdetni-oket>

Lakmusz (2026.02.06.). Fízetett hirdetésekben is futtatják az AI-videót, amiben Ursula von der Leyen piros telefonon hívja fel Magyar Pétert. <https://lakmusz.hu/2026/02/06/fizetett-hirdetesekben-is-futtatjak-ai-videot-amiben-ursula-von-der-leyen-piros-telefonon-hivja-fel-magyar-petert>

Lakmusz (2026.04.08.). Puccskísérlet, sorkatonaság, összefosott nadrag: az újabb orosz dezinformációs kampány Magyar Pétert veszi célba. <https://lakmusz.hu/2026/04/08/puccskiserlet-sorkatonasag-osszefosott-nadrag-az-ujabb-orosz-dezinformacios-kampany-magyar-pert-veszi-celba>

Magyar Hang (2025.05.20.). „Átláthatósági” törvény: 22 országból 85 főszerkesztő és kiadóvezető kéri cselekvésre az EU-t. <https://hang.hu/eu/atlathatosagi-torveny-22-orszagbol-85-foszerkeszto-es-kiadovezeto-keri-cselekvésre-az-eu-t-176470>

Magyar Hang (2025.06.06.). Ellehetetlenítési törvény: törésvonal a Fideszben? <https://hang.hu/belfold/atlathatosagi-torveny-toresvonal-a-fideszben-177141>

Magyar Hang (2025.06.17.). Rémhírt terjeszthet a koporsókkal riogató Orbán. <https://hang.hu/belfold/remhirt-terjeszthet-a-koporsokkal-riogato-orban-177500>

Magyar Hang (2025.12.15.). Több mint négymillió példányban készül ingyenes lejárató Bors a Tiszáról. <https://hang.hu/belfold/tobb-mint-negymillio-peldanyban-keszul-ingyenes-lejarato-bors-a-tizarol-183519>

Media1 (2025.03.14.). Kizárják Orbán március 15-i beszédéről a nemzetközi sajtót és a hazai média nagy részét. <https://media1.hu/2025/03/14/orban-viktor-marcius15-unnepi-beszed-nemzetkozi-media-kizarva-cenzura/>

Media1 (2025.05.30.). Mong Attila: „Ez lenne az első orosz típusú idegen ügynök törvény az EU-ban, végezne a független magyar médiával”. <https://media1.hu/2025/05/30/mong-attila-cpj-interju-orosz-tipusu-idegen-ugynok-torveny-magyar-media-felszamolasa/>

Media1 (2025.12.23.). Távozik a Blikk egyik főszerkesztő-helyettese: 18 év után búcsúzik Tibay Gábor. <https://media1.hu/2025/12/23/tavo-zik-blikk-foszerkeszto-helyettes-tibay-gabor/>

Népszava (2025.08.23.). Európában most egyedül a britek költenek többet politikai reklámra a Metán, csak az 19 millióba került, hogy Orbán Viktor nem ül le vitázni Magyar Péterrel. <https://nepszava.hu/3291760-meta-politikai-reklam-magyarorszag-2025-augusztus>

Népszava (2025.11.19.). Az Orbán-kormány egy háborúval riogató újsággal kimaxolja a félelemkeltést. <https://nepszava.hu/3302060-riogatas-felelemkeltes-haboru-orban-kormany-fidesz>

Partizán (2025.05.14.). Élőben jelentkezőnk a Kossuth térről, ahol öt szerkesztőség - 24.hu, 444, Hvg, Partizán és Telex - közös adásban foglalkozik a kedd éjjel benyújtott, a civil szervezetek és a független média ellehetetlenítését célzó törvényjavaslattal. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1006455261673154&set=a.418508453801174>

RTL (2025.12.10.). Újabb újságkihordó tagadta meg a Bors különszámának kézbesítését. <https://rtl.hu/hirado/2025/12/20/bors-kulonszam-birosagi-tiltas-mediaworks-tisza-part>

Telex (2025.01.31.). Orbán Viktort akartuk kérdezni, végül elvittek minket a rendőrök. <https://telex.hu/video/2025/01/31/orban-viktor-fot-nemzeti-filmintezet-rendor-tek>

Telex (2025.03.13.). Az orosz hírszerzés beszállt a Fidesz kampányába. <https://telex.hu/belfold/2025/08/13/orosz-hirszerzes-fidesz-kampany-magyar-peter>

Telex (2025.04.02.). Az oltásregisztrációs emailcímen buzdít az Ukrajna EU-csatlakozásáról szóló szavazásra a kormány. <https://telex.hu/belfold/2025/04/02/kormany-vaksinainfo-emailcim-adatkezes-tajekoztato-level-propaganda>

Telex (2025.04.11.). Kocsis Máté a Telex újságírójának apját emlegetve nem válaszolt semmire. <https://telex.hu/video/2025/04/11/kocsis-mate-fidesz-mnb-lakossagi-forum-magyar-peter>

Telex (2025.05.09.). A közpénz sorsáról érdeklődtünk, de a közmédia válasza már mély sötétségből érkezett. <https://telex.hu/velemen/2025/05/09/a-kozpenz-sorsarol-erdeklodtunk-de-a-kozmedia-vasza-mar-mely-sotetsegbol-erkezett>

Telex (2025.05.15.). „Kérdezz csak, amíg még kérdezhetsz” – mondta a KDNP baranyai elnöke a Telex pécsi tudósítójának. <https://telex.hu/belfold/2025/05/15/ellehetetlenitesi-torveny-fidesz-kdnp-pecs>

Telex (2025.05.21.). A Reklámszövetség azt kéri a parlamenti képviselőktől, ne szavazzák meg az ellehetetlenítési törvényt. <https://telex.hu/gazdasag/2025/05/21/reklamszovetseg-tiltakozik-az-atlathatosagi-ellehetetlenitesi-torveny-ellen-felulvizsgalatot-kernek>

Telex (2025.06.24.). Rövid és súlyos út vezetett a Pride betiltásához. <https://telex.hu/video/2025/06/24/lmbtq-pride-meleg-homoszexualis-kormany-torveny>

Telex (2025.06.26.). Voks2025: A választók egyharmada szavazott, 95 százalékuk ellenzi Ukrajna uniós csatlakozását. <https://telex.hu/belfold/2025/06/26/voks-2025-ukrajna-fidesz-orban-viktor-nemzeti-konzultacio>

Telex (2025.06.29.). Egy szóval sem számolt be a Pride-ról a közmédia vasárnap reggeli Híradója. <https://telex.hu/belfold/2025/06/29/kozmedia-m1-hirado-pride-orban-viktor-menczer-tamas-vlagyimir-putyin>

Telex (2025.08.14.). Putyin porázt villantott az orosz hírszerzési jelentéssel, amivel beszállt a magyar választási kampányba. <https://telex.hu/belfold/2025/08/14/orosz-hirszerzes-magyarorszag-valasztasi-kampany-orban-viktor-magyar-peter-fidesz-tisza-szvr-befolyasolas>

Telex (2025.08.18.). Hétmilliószor játszott le a hétvégén a YouTube a Nemzeti Ellenállás Mozgalom reklámjait. <https://telex.hu/belfold/2025/08/18/hetmillioszor-jatszotta-le-a-hetvegen-a-youtube-a-nemzeti-ellenallas-mozgalom-reklamjait>

Telex (2025.08.26.). Az Index szerint „brutális” szja-emelésre készül a Tisza, Magyar Péter szerint hazudik a lap. <https://telex.hu/gazdasag/2025/08/26/tisza-part-index-feljegyzes-haromkulcsos-jovedelemado>

Telex (2025.09.07.). A közmédia Híradójában is lejátszott Nemzeti Ellenállás Mozgalom-videóban még az utca emberét is mesterséges intelligenciával csinálták meg. <https://telex.hu/zacc/2025/09/07/m1-kozmedia-nemzeti-ellenallas-mozgalom-mesterseges-intelligencia-video-kampany-magyar-peter-tisza-part>

Telex (2025.09.18.). Fotóval és névvel, álhírgyárosként listázzák a független sajtó munkatársait a hétvégi DPK-találkozón. <https://telex.hu/belfold/2025/09/18/papp-laszlo-sportarena-orban-viktor-alhir-fuggetlen-media>

Telex (2025.09.22.). A Google a mai nappal betiltotta a politikai hirdetéseket a felületein. <https://telex.hu/techtud/2025/09/22/google-politikai-reklam-tiltas-europai-unio>



Telex (2025.09.23.). Már ki is nyírt a politikai hirdetések publikus adatbázisát a Google. <https://telex.hu/techtud/2025/09/23/mar-ki-is-nyir-ta-a-politikai-hirdetesek-publikus-adatbazisat-a-google>

Telex (2025.10.08.). Szponzorált gyűlölet: így támadtak magyar újságírókat és civileket Facebook-hirdetésekkel. <https://telex.hu/belfold/2025/10/08/szponzoralt-gyulolet-igy-tamadtak-magyar-uj-sagi-rokat-es-civileket-facebook-hirdetessekkel-szuverenitasvedelmi-hivatal-jan-kuciak-oknyomozo-kozpont>

Telex (2025.10.10.). Brutálisan összeomlott a fideszes kommunikációs csodafegyver Harcosok órája nézettsége. <https://telex.hu/belfold/2025/10/10/brutalisan-osszeomlott-a-fideszes-kommunikacios-csodafegyver-harcosok-oraja-nezettsége>

Telex (2025.10.23.). Kiküldték a sajtó munkatársait a Kossuth térről. <https://telex.hu/belfold/2025/10/23/kikuldtak-a-sajto-munkatarsait-a-kossuth-terrol>

Telex (2025.10.29.). Magyar Péter feljelenti Orbán Balázst a mesterseges intelligenciával készített álvideója miatt. <https://telex.hu/belfold/2025/10/29/magyar-peter-fejelenti-orban-balazst-mesterseges-intelligencia-hamis-video>

Telex (2025.10.31.). Az Index NER-es tulajdonosa megveszi a Blikket. <https://telex.hu/belfold/2025/10/31/ringier-eladja-a-blikket-az-index-tulajdonosanak-az-indamedianak>

Telex (2026.01.12.). Négy év kihagyás után helyi magazinnak álcázva tért vissza a bulvárba csomagolt kormánypropaganda Pécsen. <https://telex.hu/belfold/2026/01/12/city7-mediaworks-pecs-cziraki-hoppal-fidesz>

Telex (2026.01.14.). A bíróság elsőfokú ítélete szerint a Tisza Pártnak nincs köze az Indexen megjelent 600 oldalas dokumentumhoz. <https://telex.hu/belfold/2026/01/14/a-birosag-elso-foku-itelete-szerint-a-tisza-partnak-nincs-koze-az-indexen-megjelent-600-oldalas-dokumentumhoz>

Telex (2026.01.14.). Hűtlen kezelésként is vizsgálhatók a kormányzati hirdetések a bíróság szerint. <https://telex.hu/gazdasag/2026/01/14/k-monitor-felulbiralati-inditvany-birosag-kormanyzati-kampany-finanszirozas-hutlen-kezeles>

Telex (2026.01.29.). Eljárás indult a közmédiá ellen, amiért a „Tisza-adóról” szóló nemzeti konzultációt reklámozta. <https://telex.hu/belfold/2026/01/29/mediatanacs-kozmedia-nemzeti-konzultacio>

Telex (2026.02.11.). Mindent megtettek, hogy ne tudjuk kérdezni Orbánt a gödi gyárról. <https://telex.hu/video/2026/02/11/orban-viktor-szentendre-kampany-samsung-gyar-valasztas>

Telex (2026.03.03.). Az Origo bemutatja: Amikor úgy vesszük át az orosz narratívát, hogy fordítani is elfelejtünk. <https://telex.hu/zacc/2026/03/03/origo-iran-hadmuvelet-orosz-propaganda-forditas>

Telex (2026.03.11.). Feljelentést tettünk, miután erőszakot alkalmazva lökték ki kollégáinkat egy Semjén-fórumról. <https://telex.hu/velemenyt/2026/03/11/feljelentest-teszunk-miutan-eroszakot-alkalmazva-loktek-ki-kollegainkat-egy-semjen-forumrol>

Telex (2026.03.16.). Mi folyik a Kossuth rádió Facebook-oldalán?. <https://telex.hu/belfold/2026/03/16/kossuth-radio-facebook-oldal-kormanyparti-posztok-kiagyensulyozott-tajekoztatasi-nvb-kuria>

Telex (2026.03.26.). Gulyás Gergely: Kémkedés miatt tett feljelentést a kormány Panyi Szabolcs újságíró ellen. <https://telex.hu/belfold/2026/03/26/gulyas-gergely-kemkedes-miatt-tett-feljelentest-a-kormany-panyi-szabolcs-ellen>

Telex (2026.04.30.). Telefonos segítség Moszkvából Zelenszkij lejáratásához – olvasható egy kiszivárgott Mediaworks-dokumentumban. <https://telex.hu/zacc/2026/04/30/mediaworks-hekkertamadas-memo-zelenszkij-lejaratas-telefonos-segitseg-moszkvabol>



A MAGYAR MÉDIAPIAC 2025-BEN

MÉDIAPIAC MAGYARORSZÁGON

Az Orbán-rendszer utolsó teljes évére, 2025-re nagyon erősen központosított médiarendszer alakult ki a kormányközeli szereplők túlsúlyával, és egyre nehezebb körülmények között működő független médiával. A kormánypárti média különösen a nyomtatott lappiacon, a rádió és televíziós piacon töltött be jelentős szerepet, a digitális szegmensben sokkal erősebb volt a független média pozíciója. Ráadásul néhány független digitális média a fokozódó politikai nyomás ellenére, vagy talán éppen azért, még növelni is tudta a bevételeit: láthatóan kialakult egy olyan társadalmi réteg, amely fontosnak tartja a független média és a civil szervezetek támogatását. Mindezek mellett a magyar nyilvánosság formálásában egyre nagyobb szerepet játszott a közösségi média, 2025-ben mind a kormánypárt, mind pedig az egyre erősödő ellenzéki Tisza Párt is a politikai kommunikáció fontos terepének tekintette közösségi oldalakat.

A legfontosabb médiapiaci fejlemények 2025-ben

A legjelentősebb piaci átalakulás október végén történt, amikor a svájci tulajdonú Ringier lapkiadó eladta magyarországi leányvállalatát a kormányközeli Indamédiának, többek között a Blikk bulvárlappal és értékes magazinokkal. A Blikk a legnagyobb példányszámú napilap, és az online oldala évek óta a legnépszerűbb hírportálok között van. A vevő az az Indamédia volt, amely 2020-ban olyan módon alakította át az Index hírportált, hogy az szinte a teljes szerkesztőség felmondásához veze-

tett, és az Index azóta többször is nyilvánvalóvá tette, hogy a kormánypárt narratíváját képviseli. Mint újságírók rámutattak, az Indamedia a hatalomhoz közel álló MBH hiteléből finanszírozta a Ringier portfólió megvásárlását.⁸



Az év másik komoly fejleménye "A közélet átláthatóságáról" szóló törvényjavaslat megjelentetése volt 2025 májusában, amelyről végül nem szavazott a Parlament. A törvény elfogadását hivatalosan elhalasztották, de azóta, a 2026 áprilisi választások eredményének ismeretében egyértelművé vált, hogy végképp lekerült a napirendről. A törvényjavaslat megjelenése egy hónapra teljesen felborította a független médiavállalatok és a civil szervezetek működését: a tulajdonosok a külföldre költözés lehetőségeit mérlegelték, és mindenki számára egyértelművé vált a független média sérülékenysége.

Egy másik törvény is az üzleti modellek újratervezésére készítette a médiavállalatokat: a parlament novemberben döntött a reklámadó újbóli bevezetéséről: 2026. július 1-től 100 millió feletti bevételre 7,5 százalékos adókulcsot szavazott meg az országgyűlés.⁹ A 2026-os választás után a Fidesz-kormány az utolsó rendeletei egyikében úgy döntött, hogy a korábbiakhoz hasonlóan 0 százalékon tartja a reklámadót, a médiavállalatok így egy kicsit fellelegezhetnek.¹⁰ Remélhetően a Tisza-kormány hosszú távon is megnyugtatóan rendezi ezt a kérdést és kiszámíthatóbbá válhat a médiavállalatok pénzügyi tervezése.

Fontos fejlemény volt 2025 novemberében a Szabad Európa magyarországi szolgáltatásának a megszüntetése.¹¹ Ez nem szorosan vett piaci fejlemény, hiszen a Szabad Európa finanszírozását az Amerikai Egyesült Államok adminisztrációja biztosította, ugyanakkor a döntés egy fontos oknyomozásokat végző újságírói műhely felszámolását jelentette, és ezzel szűkült a médiakínálat.

A G7 újságírója újabb bizonyítékot talált arra, hogy a piacvezető kereskedelmi televízió, a TV2 mögött a leggazdagabb magyar oligarcha, Mészáros Lőrinc áll.¹² A TV2 tulajdonosi viszonyai nem átláthatóak, a cég egy magántőkealap tulajdonában van, de olyan pénzmozgások történtek, amelyek egyértelművé tették Mészáros Lőrinc szerepét.

A kormányközeli média működésében 2025-ben nem történtek jelentős változások. Ekkor még senki nem tudhatta, hogy a 2026-os országgyűlési választás megsemmisítő csapást jelent a Fidesz médiabirodalmára, de a költségcsökkentésnek már voltak jelei: a nyár folyamán megszűnt a digitális 888, amely sokáig emblemikus Fidesz-közeli propaganda lap volt, de az utolsó években már csak az Origo mellékleteként működött.¹³

A 2025-ös év fontos fejleménye volt, hogy a Magyar Hang hetilap kiadója és a Central Médiaszoport panaszt nyújtott be az Európai Bizottsághoz az állami reklámköltés gyakorlata miatt. A panaszban levezetett számítás szerint a 2015 és 2023 között időszakban több mint 440 milliárd forint tiltott állami támogatás került a kormányközeli médiavállalatokhoz.¹⁴ Az eljárásnak egyelőre nincs eredménye, tart

⁸ Fülöp, I. (2025). 13 milliárd forintos hitelkeretet kapott a Blikk megvásárlása előtt a kormányközeli Indamedia a Mészáros-féle banktól

https://hvg.hu/kkv/20251103_Meszaros-Lorinc-mbh-vaszily-indamedia-kolcson-hitel-ringier-megvasarlasa-ebx

⁹ 24.hu (2025). Komoly adóemeléssel döntött a parlament: fizethetnek a médiacégek és a reklámozók.

<https://24.hu/fn/gazdasag/2025/11/24/reklamado-media-adozas-adoemeles-eu-oszi-adocsomag-parlament/>

¹⁰ Domány, A. (2026). Nem kell reklámadót fizetni júliustól sem. https://hvg.hu/itthon/20260423_megsem-lep-eletbe-a-reklamado-orban-viktor-alairta

¹¹ Szabad Európa (2025). Közlemény. <https://www.szabadeuropa.hu/a/utolso-kozlemeney-2025-11-20/33597421.html>

¹² Jandó, Z. (2025). Közel 30 milliárd forintot adott Mészáros Lőrinc a TV2 tulajdonosának.

<https://telex.hu/g7/kozelet/2025/09/15/tv2-meszaros-lorinc-vagyonkezes-tulajdonos>

¹³ Herceg, M. (2025). Soros győzött: a 888 kimúlt. <https://444.hu/2025/09/22/soros-gyozott-a-888-kimult>

¹⁴ Lukács, Cs. (2025). Bepanaszoltuk a magyar államot az Európai Bizottságnál

<https://hang.hu/eu/bepanaszoltuk-a-magyar-allamot-az-europai-bizottsagnal-175632>

az Európai Bizottság vizsgálata az ügyben. Szintén nem hozott döntést 2025-ben a Bizottság a Mérték, a Klubrádió és Jávor Benedek 2019-es panaszáról, ami ugyancsak az állami hirdetések diszkriminatív elosztásának piactorzító hatásait kifogásolta.¹⁵

Bár nem tekinthető a szorosan vett médiapiac részének, de fontos megemlíteni a közösségi médiában, elsősorban a Facebookon és a YouTube-on zajló politikai hirdetéseket, hiszen ezek nagymértékben befolyásolták a magyar nyilvánosságot. A Political Capital számítása szerint 2025-ben szeptember végéig több, mint 4,1 milliárd forintot költöttek politikai hirdetésre a különböző szereplők és ennek 87 százalékát a kormánypárthoz kötődő oldalak és hirdetőik fizették. További 8 százalékot költöttek ellenzéki politikai szereplők, 2 százalékot a független média, 1 százalékot a civil szervezetek és 2 százalékot egyéb, nem kategorizált szervezetek, illetve politikai szereplők.¹⁶ A számítás azért csak az év első kilenc hónapját veszi figyelembe, mert október elejétől a Meta (Facebook) és az Alphabet (Google) betiltotta a platformjain a politikai hirdetéseket az Európai Unió területén.

A médiacégek árbevételének alakulása

A cégek bevételeit elemezve az előző évekhez hasonló kép bontakozik ki; nyomasztó a kormányközeli média túlsúlya. Az alábbiakban a kormányhoz való viszony szerint csoportosítva vizsgáljuk a médiavállalatok bevételeinek alakulását.

Az elemzésben csak azokat a médiavállalatokat vettük figyelembe, amelyek legalább egy termékükkel jelen vannak a hír- és közéleti tartalmak piacán. A tisztán szórakoztató tartalmakat előállító cégeket nem vizsgáltuk. Természetesen nem vettük figyelembe valamennyi céget, hiszen nem volt mód a teljes helyi piac vizsgálatára, mint ahogy a szinte végtelen online tartalomszolgáltatásnak is csak egy része került az elemzésbe. Az alábbi listákban azokat a médiacégek szerepelnek, amelyek nagy hatást gyakorolnak az országos nyilvánosságra, az elérésük számottevő.

Először a bizonyíthatóan kormányközeli médiavállalatok adatait vizsgáltuk.

1. tábla: Kormányközeli médiavállalatok árbevétele 2025-ben

Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
Megyei napilapok, országos lapok, rádiók, televízió, online	Mediaworks Hungary	59 657 677	886 981	60 544 658
TV2	TV2 Média Csoport	61 252 317	561 833	61 814 150
Index	Index.hu Zrt	1 913 864	2 211	1 916 075
Rádió1	Radio Plus Kft	1 186 715	31 679	1 218 394

¹⁵ Mérték (2019). Az állami reklámköltés mint tiltott állami támogatás.

<https://mertek.eu/2019/01/22/az-allami-reklamkoltes-mint-tiltott-allami-tamogatas/>

¹⁶ Political Capital (2025). 2025-ös hirdetési versenyt is messze a kormányoldal nyerte a közösségi médiában.

https://politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=3609

Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
Demokrata	Demokrata Kiadó Zrt	813 097	261	813 358
Inforádió	Inforádió Kft (szept 30-ig)	475 604	9 120	484 724
Inforádió	Inforádió Zrt (okt 1-től)	178 019	2 539	180 558
Mandiner	Mandiner Novum Zrt	1 789 206	1 132 242	2 921 448
Összesen		127 266 499	2 626 866	129 893 365

Forrás: éves pénzügyi beszámolók (<http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kezdolap>)

A kormányközeli média összbevétele az elmúlt években stabil volt, mint ahogy a portfólió is már évekkel korábban kialakult. Az egyetlen meglepetést talán azt jelenti, hogy 2025-ben, egy kritikus fontosságú választást megelőző évben nem nőtt látványosan a Fidesz-közeli média finanszírozása, szemmel láthatóan nem volt cél a hagyományos médiaszektorokban erősíteni a kormányközeli szereplőket. Ennek oka lehetett, hogy a Fidesz inkább a közösségi médiára fókuszált, de akár az is, hogy egyszerűen nem volt értelme tovább növelni az egyébként is nyomasztóan erős kormánypárti túlsúlyt a médiapiacra.

A következő kategóriába az ún. szürke zónás médiavállalatok tartoznak, amelyek nem a kormánypárti propaganda gépezet részei, de az állam valamilyen formában foglyul ejtette őket, erős függést alakított ki. Ez történhet úgy, hogy a tulajdonos egyéb üzleti érdekeltségei erősen függenek az államtól, így például az ATV és Hetek esetében jól dokumentált az egyházi vezető tulajdonos és a kormánypárt közötti kapcsolat.¹⁷ A Népszava esetében az állami reklámbevételek magas aránya évek óta közismert volt, mint ahogy az is tudott volt, hogy a kormányközeli Mediaworks nyomtatta és terjesztette a lapot. A 2026-os választás után a Népszava nyomtatott kiadása szűnt meg először¹⁸, ami utólag is érthetővé teszi, hogy a Mérték miért kategorizálta évek óta szürke zónásként a lapot. Új szereplőként került ebbe a kategóriában az IndaNext, ez a korábbi Ringier portfóliót és a már évek óta szürke zónás Blikket foglalja magában. Az őszi tulajdonosváltással ez a kormánypárt holdudvarába került, de 2025 egészét tekintve indokolatlan lett volna a kormányoldali propagandával egy csoportba sorolni, így a szürke zónában szerepel.

A szürke zónába tartozó médiavállalatok esetében fontos kiemelni, hogy kifejezetten fontos szerepük van a magyar nyilvánosságban. Ezek a médiumok nem propagandát terjesztenek, de a kormánypárt képes befolyásolni a tartalmat, legalább olyan szinten, hogy melyek a kerülendő témák. Egyes esetekben kifejezetten színvonalas újságírói teljesítményeket is láthatunk, amire a fent említett Népszava a legjobb példa, és így a szürke zónás média valódi jelentőségét az adja, hogy hatékonyan éri el az ellenzéki pártok szavazóit, illetve azokat, akik nem fogyasztanak kormánypárti médiát.¹⁹

¹⁷ Rényi, P. D. (2018). A baloldali fellegvára volt, most bulvártévé csinálnak belőle a Fidesznek. 444.hu

<https://444.hu/tldr/2018/01/10/a-baloldali-fellegvara-volt-most-bulvartevet-csinálnak-belole-a-fidesznek>

¹⁸ Népszava (2026). Megpróbálják kivégezni a Népszavát. https://nepszava.hu/3323927_megprobaljak-kivegezni-a-nepszavat

¹⁹ Polyák, G. – Szávai, P. – Urbán, Á. (2022). Information Patterns and News Bubbles in Hungary. Media and Communication. 10(3) 133-145. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.5373>

2. tábla: A szürke zónába tartozó médiavállalatok árbevétele 2025-ben

Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
ATV	ATV	3 758 047	107 106	3 865 153
Hetek	Hetek.hu	215 555	4 837	220 392
Népszava	XXI. század Média	1 390 291	11 380	1 401 671
Blikk, magazinok	Indanext Hungary Kft	12 281 066	558 850	12 839 916
Összesen		17 644 959	682 173	18 327 132

Forrás: éves pénzügyi beszámolók (<http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kezdolap>)

A politikai szereplőkkel kapcsolatban álló médiavállalatok között be kellett vezetni egy új kategóriát, mégpedig azért, mert megjelent egy olyan szereplő, amely a 2025-ben meghatározó jelentőségűvé vált Tisza-párthoz kötődik. A Kontroll online oldal tulajdonosa a pártelnök Magyar Péter testvére, Magyar Márton.

3. tábla: A Tisza-közei médiavállalatok árbevétele 2025-ben

Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
Kontroll	Kontroll Média Szolgáltató Kft.	129 262	73 245	202 507

Forrás: éves pénzügyi beszámolók (<http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kezdolap>)

A független médiavállalatok közé azokat soroltuk, amelyeknek nincs semmilyen igazolható kapcsolata politikai pártokkal, és annak sincs nyoma, hogy a bevételeik látható részét szereznék állami forrásból. A listában azok a médiumok szerepelnek, amelyek érdemi hatást gyakorolnak a magyar nyilvánosságra, képesek formálni a közvéleményt, így nincsenek benne a helyi médiumok és a kisebb elérésű hírforrások. Az Euronews és a novemberben megszűnt Szabad Európa üzemeltetője külföldi cég, magyarországi tevékenységről nem állnak rendelkezésre pénzügyi adatok, így ezek sem szerepelnek a listában.

4. tábla: A független médiavállalatok árbevétele 2025-ben

Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
RTL	Magyar RTL Zrt.	60 938 099	686 685	61 624 784
24.hu (+ magazinok)	Central Média csoport Zrt	14 568 640	166 299	14 734 939
HVG	HVG Zrt	5 216 954	120 268	5 337 222
Magyar Hang	Alhambra-Press Bt (szept. 30-ig)	294 282	43 948	338 230
Magyar Hang	Alhambra-Press Kft (okt 1-től)	136 590	47 166	183 756



Médiamárka	Cég	Értékesítés nettó árbevétele ('000 ft)	Egyéb bevétel ('000 ft)	Összesen ('000 ft)
Magyar Narancs	Magyarnarancs.hu Kft	246 290	20 823	267 113
Élet és Irodalom	Irodalom Kft	266 432	9 305	275 737
Forbes	Mediarey Hungary Services Zrt	1 299 619	9 113	1 308 732
Klubrádió	Klubrádió Zrt	68 118	621 363	689 481
Partizán	Partizán Alapítvány	84 914	989 096	1 074 010
Jólvanezígy, Fókuszcsoport	Rawfilter Media Kft	433 062	8 358	441 420
444	Magyar Jeti Zrt	1 322 660	430 955	1 753 615
Telex	Telex.hu Zrt	1 408 423	751 937	2 160 360
Portfolio	Net Média Zrt	5 097 037	9 067	5 106 104
Válasz Online	Válasz Online Kft	48 699	111 750	160 449
Átlátszó	Atlatszo.hu	2 562	212 046	214 608
Direkt36	Direkt36	2 000	305 108	307 108
Összesen		91 434 381	4 543 287	95 977 668

Forrás: éves pénzügyi beszámolók (<http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kezdolap>)

A független média árbevétele meglepően stabil volt annak ellenére, hogy rendkívül ellenséges volt a politikai környezet. Mint látható, ebben a kategóriában a legnagyobb az egyéb bevételek szerepe, a teljes bevétel közel 5 százaléka. Az egyéb bevétel sok mindent magában foglal, a legfontosabb az olvasói támogatás, az adó 1% bevétel és a nemzetközi pályázati bevétel. Az egyéb bevétel részarányában jól kirajzolódnak az üzleti modell különbségek, azoknál a médiumoknál a legmagasabb az egyéb bevétel, amelyek ingyen kínálják a tartalmaikat és ezért kérik az olvasók támogatását (Direkt36, Átlátszó, Partizán, Klubrádió, Válasz Online). Az előfizetéses rendszert működtető médiumoknál jellemzően az értékesítés nettó árbevétele kategória magas, hiszen az előfizetési díjak ott jelennek meg.

Érdemes összehasonlítani a fenti csoportokat, de ebben önálló kategóriaként figyelembe vettük a közszolgálati médiát is, amely szintén nagy szerepet tölt be a közvélemény formálásában. Miután nem üzleti vállalkozásról van szó, így a költségvetési előirányzattal²⁰ számoltunk. Minden más esetben az értékesítés nettó árbevétele és az egyéb bevétel összegét vettük figyelembe.

5. tábla: Az egyes médiakategóriák bevétele 2025-ben

	Összeg ('000 ft)	Százalék
Kormánypárti média	129 893 365	31,7%
„Szürke-zóna”	18 327 132	4,5%
Közszolgálati média	165 611 300	40,4%

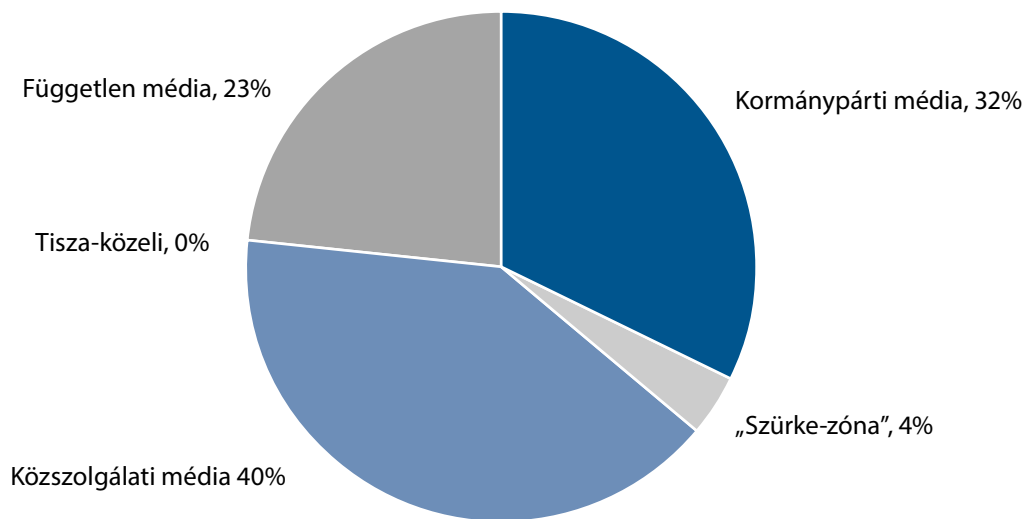
²⁰ 2024. évi LXIII. törvény a Nemzeti és Hírközlési Hatóság 2025. évi egységes költségvetéséről. <https://njt.jog.gov.hu/jogszabaly/2024-63-00-00>

	Összeg ('000 ft)	Százalék
Tisza-közeli	202 507	0,0%
Független média	95 977 668	23,4%
Összesen	410 011 972	

Forrás: éves pénzügyi beszámolók (<http://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/kezdolap>)

A közszolgálati média költségvetését is beleszámolva 410 milliárd forint árbevételt ért el azok a cégek, amelyek jelen vannak a hírpiacon és méretüknél fogva bekerültek az adatbázisba. A független média mindössze 23,4 százalékos bevétel alapú részesedést ért el, ezzel szemben áll a kormánypárti média és a közszolgálati média összesített 72,1 százalékos bevétel részesedése. Ez az arány évek óta hasonló, ami jól mutatja a torz magyar piaci viszonyokat. Az újonnan megjelent Tisza-közeli kategória jelentősége egyelőre nagyon kicsi, százalékosan nem kimutatható.

1 ábra: A médiakategóriák bevételének megoszlása (2025)



Az elemzés a közbeszédet leginkább befolyásoló médiumok adatait tartalmazza, lényegében a jég-hegy csúcsát jelenti. Az elemzésnek nem része a helyi média, beleértve az önkormányzatok által kiadott ingyenes lapokat, de nem jelennek meg a helyi rádiók, sőt, a körzeti rádiók jelentős része sem. Az adatok szintén nem tartalmazzák a rendkívül szerteágazó online tartalomszolgáltatások nagy részét és a közösségi médiában megjelenő politikai influenszereket sem. A vizsgálat tehát nem a teljes magyarországi nyilvánosság szerkezetéről ad képet, sokkal inkább a piaci szempontból értelmezhető, nagyobb médiavállalatok bevételeinek megoszlásáról. Tekintettel arra, hogy a nagyobb cégek inkább ellenállóak a politikai befolyásnak és képesek piaci vállalkozásként működni, szinte biztosra vehető, hogy a magyarországi nyilvánosság egészében, a rengeteg kisebb tartalomszolgáltatást is vizsgálva még nagyobb a torzítás.

A magyarországi médiarendszer foglyul ejtésének jól ismert sajátossága, hogy az nemcsak a média-vállalatok magas tulajdonosi koncentrációját és az állami hirdetéseken keresztül megvalósult piactorzítást jelenti, hanem a tartalomelőállításához kapcsolódó iparágakba való beavatkozást is. Kiemelten ide tartozik a hirdetési ipar vagy a terjesztési piac, ezekben a szektorokban nagyon jelentős kormánypárt szerepe, háttérbe szorítva a piaci mechanizmusokat.

A hirdetési piacon meghatározó szereplő a magyar állam, amelynek kommunikációs beszerzéseit a Rogán Antal vezette Nemzeti Kommunikációs Hivatalon (NKOH) központosította. A kommunikációs rendszer meglehetősen bonyolult, az NKOH keretmegállapodást kötött a Balásy Gyula tulajdonában álló New Land Media – Lounge Design médiaügynökségi konzorciummal. Ezek után az állami intézmények (minisztériumok, állami vállalatok, stb.) keretszerződést kötöttek ugyanezzel a konzorciummal és amikor konkrét kommunikációs feladatról, például hirdetési kampányról vagy eseményszervezésről volt szó, akkor ezen keretszerződés alapján kötött egyedi szerződést az állami intézmény és a konzorcium. Ennek a háromlépcsős konstrukciónak (keretmegállapodás, keretszerződés, egyedi szerződés) az lett az eredménye, hogy amikor sor került a konkrét kommunikációs feladat megrendelésére, akkor már a Balásy tulajdonában álló konzorcium volt árdiktáló helyzetben, az állami cégeknek nem volt lehetőségük versenyeztetni a feladatot és esetleg más céggel szerződni.²¹ Az, hogy az állam kommunikációs költségei mennyire túlárazottak voltak és a piaci logikával szemben egyértelműen a politikai logika érvényesült, a szélesebb közvélemény számára a 2026-os választást követően vált nyilvánvalóvá: Balásy Gyula, a médiaügynökségi konzorcium vezetője sírva adott interjút és mindenki őszinte megdöbbenésére cégeit felajánlotta az államnak.²²

Az NKOH 2025 szeptemberében, egy újabb közbeszerzési eljárást követően, 75 milliárd forintos keretmegállapodást kötött a New Land Media – Lounge Design konzorciummal. A versenytársak körét szűkítette, hogy a pályázatra mindössze 15 nap állt rendelkezésre, és a pályázóval szemben elvárás volt a kormányzati kommunikációs tapasztalat. Így is volt két versenytárs, az egyiket kizárták aránytalanul alacsony árajánlat miatt, a másik nem nyert, mert drágább lett volna, mint Balásy konzorciuma.²³

A médiaügynökségek mellett a hirdetési helyet értékesítő ún. sales house-ok piacán is erős a kormányközeli szereplők befolyása. A legnagyobb sales house, amely többek között a közszolgálati média, a TV2 Csoport csatornáit és több rádióadó reklámidejét és hirdetési felületeit értékesíti, Orbán Viktor közeli barátja, a leggazdagabb magyar, Mészáros Lőrinc tulajdonában van. A cég árbevétele 2025-ben közel 55 milliárd forint volt, igaz, a nyeresége csökkent az egy évvel korábbi eredményéhez képest.²⁴

A lapterjesztésben nincs változás, a napilapokat 2021 óta a Mediaworks terjeszti²⁵, a nyomtatási kapacitás szintén a Mediaworks kezében van. Mint közismert, a Magyar Hang hetilapot Szlovákiában nyomtatja a kiadó, mert egyetlen magyar nyomdával sem tudtak szerződést kötni. A televíziós terjesztésben is stabilak a viszonyok. A Vodafone 2023-as felvásárlása óta a Fidesz-közeli 4iG lett a televíziós műsorterjesztési piac legnagyobb szereplője. Ez azt jelenti, hogy a kormánypárt befolyásolhatta, hogy a televíziós műsorszolgáltatók csatornáit milyen csomagban, mennyiért juthatnak el a magyar háztartások jelentős részébe.

²¹ Mertek Media Monitor (2026). Nemzeti Kommunikációs Sóhivatal. <https://mertek.eu/2026/06/18/nemzeti-kommunikacios-sohivatal/>

²² Kontroll.hu (2026). Balásy Gyula önként és ingyen átadja az államnak a médiacégeit <https://kontroll.hu/cikk/belfold/2026/05/04/balasy-gyula-onkent-es-ingeny-atadja-az-allamnak-a-mediacegeit>

²³ Katus E. (2025). 75 milliárdos keretmegállapodást kötött Rogánék hivatala Balásy Gyula cégeivel. <https://atlatszo.hu/kozpenz/2025/10/10/75-milliardos-keretmegallapodast-kotott-roganek-hivatala-balasy-gyula-cegeivel/>

²⁴ HVG (2025). Mészáros Lőrinc reklámas cége 55 milliárdot keresett, de a nyeresége nagyot zuhant https://hvg.hu/kkv/20260604_atmedia-meszaros-lorinc-penzugyi-beszamolo-2025

²⁵ Szalay, D. (2021). Ezentúl Fidesz-közeli cég viszi házhöz a Népszavát és a Blikket is. <https://media1.hu/2021/06/28/ezentul-fidesz-kozeli-ceg-viszi-hazhoz-a-nepszavat-es-a-blikket-is/>

AZ MTVA UTOLSÓ ÉVE

A KÖZSZOLGÁLATI MÉDIA SZEREPE AZ ORBÁN-RENDSZER MÉDIAPOLITIKÁJÁBAN ÉS KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁJÁBAN

1. A közszolgálati média szerepe az orbáni médiapolitikában és a közszolgáltatóság felszámolása

A 2010 után kiépülő Orbán-rendszer médiapolitikájának egyik legmeghatározóbb eleme a közszolgálati média teljes körű politikai foglyul ejtése (*media capture*) és szisztematikus ellenőrzés alá vonása volt.²⁶ Ebben az illiberális médiapolitikai modellben a közszolgálati intézményrendszer elsődleges feladata nem a demokratikus nyilvánosság támogatása, a hatalom ellenőrzése (*watchdog* funkció) vagy a társadalmi kohézió erősítése, hanem a központosított állami propaganda terjesztése és a lágy cenzúra (*soft censorship*) intézményi kiszolgálása lett.²⁷ Ezt a szerepet a szervezeti struktúra szándékosan átláthatatlan kettőssége alapozta meg: miközben a törvény szerint a Duna Médiaszolgáltató Zrt. a hivatalos közszolgálati médiaszolgáltató, a műsorkészítési infrastruktúra, a pénzügyi források és a vagyonelemek a Médiatanács elnöke által kézivezérelt Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alapnál (MTVA)

²⁶ Kovács Ildikó – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2021): *Médiatájkép egy hosszú vihar után. Médiapolitika 2010 után*. Mérték Füzetek 24. szám, Mérték Médiaelemző Műhely, Budapest, 35–40. o.

²⁷ Lehóczki Zs. – Mong A. – Nagy K. – Navratil Sz. – Polyák G. – Urbán Á. – Uszkiewicz E. (2014): *Foglyul ejtett média – Médiapolitikai írások*. Mérték Médiaelemző Műhely, Budapest; Horváth Kata – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2024): *Egy magára hagyott médiarendszer. A magyar média: ostromolva, támogatás nélkül. Lágy Cenzúra 2023*. Mérték Füzetek 38. szám, Mérték Médiaelemző Műhely, Budapest, 4–5. o.

összpontosulnak, amely felett semmilyen társadalmi vagy független ellenőrzés nem érvényesül.²⁸ A Magyar Távirati Iroda (MTI) közmédiába olvasztásával és híreinek ingyenessé tételével a hatalom emellett felszámolta a hírügynökségi piaci versenyt, állami hírmonopóliumot hozott létre, és a kereskedelmi, valamint a helyi médiumokba is közvetlenül becsatornáztta a központi politikai narratívákat.²⁹

A magyar közszolgálati média működése szerkezetileg és tartalmilag is teljes mértékben elszakadt az európai értelemben vett közszolgálati alapelveitől, amelyeket mind a hazai médiatörvény (a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény 82. §-a), mind az Európai Unió belső piaci médiakeretrendszere (*European Media Freedom Act – EMFA*), mind pedig az Európa Tanács vonatkozó ajánlásai rögzítenek.³⁰ A közszolgálati európai normarendszere megköveteli a szerkesztői és intézményi autonómiát, a politikai pártatlanságot, a sokszínű tájékoztatást, az elszámoltathatóságot, valamint a társadalmi integráció és a dezinformáció elleni küzdelem szolgálatát.³¹ Ezzel szemben a magyar állami média esetében a kormánypárti és oroszbarát dezinformációs narratívák szisztematikus felerősítése, az ellenzéki szereplők elhallgatása vagy karaktergyilkossága, a forráshasználat extrém torzítása, valamint a közpénzek átláthatatlan és korlátlan felhasználása tapasztalható.³² A közmédia finanszírozása így a társadalmi értékteremtés helyett az uralkodó politikai elit hatalomtechnikai és kampánycéljainak kizárólagos eszközévé vált.³³

2. A közmédia működésének empirikus vizsgálata (2025–2026)

A Republikon Intézet és a Connect Europe közös, 2025 februárja és decembere közötti időszakot átfogó elemzése az M1 hírcsatorna 19:30-as esti híradójának pártatlanságát és kiegyensúlyozottságát vizsgálta 11 hónapon keresztül, kvantitatív és kvalitatív módszertan segítségével.³⁴ A kutatás célja az volt, hogy tudományos alapossággal mérje fel a közmédia híradójának kormánypárti elfogultságát, a politikai szereplők képernyőidejét és keretezését, a használt nyelvi paneleket, a szakértői és sajtóforrások összetételét, valamint a közszolgálati normák érvényesülését.³⁵

A Mérték Médiaelemző Műhely 2026-os választási kampányelemzése a közszolgálati média két meghatározó felületét, az M1/Duna csatornák közös 18 órás Híradóját, valamint a Híradó.hu hírportált vizsgálta a kampányidőszakban, a hat kormányközeli forrásból álló mintájának részeként.³⁶ A tanulmány a politikai szereplők megszólaltatási aszimmetriáját, a kormánypárti és ellenzéki narratívák megoszlását, a kis pártok kezelését, a rituális üzenetismerételt, valamint a közszolgálati intézményrendszer sajátos kampányszerepét elemzi.³⁷

A Republikon Intézet 2025-ös éves közmédia-monitoringja a vizsgált 334 adás és 281 órás adásidő részletes elemzése alapján a kormányzati dominancia és a strukturális egyensúlyhiány megkérdőjelezhetetlen adatait tárta fel a teljes évre vonatkozóan.³⁸ A teljes műsoridőből 211 órát tettek ki a politikai

²⁸ Kovács Ildikó – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2021): i. m. 36–37. o.

²⁹ Kovács Ildikó – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2021): i. m. 39–40. o.

³⁰ 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (Mediatörvény), 82. §; Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/1083 rendelete (2024. április 11.) a belső piaci médiaszolgáltatások közös keretének létrehozásáról (Európai Médiaszabadság Törvény – EMFA).

³¹ Council of Europe (2018): *Recommendation Committee of Ministers to Member States on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership*. CM/Rec(2018)1, Strasbourg; Urbán Ágnes – Polyák Gábor – Horváth Kata (2023): *How Public Service Media Disinformation Shapes Hungarian Public Discourse*. Media and Communication, Vol. 11, Issue 4, 62–64. o.

³² Urbán Ágnes – Polyák Gábor – Horváth Kata (2023): i. m. 64–66. o.; Horváth Kata – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2024): i. m. 42–46. o.

³³ Kovács Ildikó – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2021): i. m. 37–38. o.

³⁴ Republikon Intézet (2026): *Éves közmédia-monitoring. A 2025-ös 19:30-as híradók alapján*. Republikon Intézet – Connect Europe, Budapest, 1–3. o.

³⁵ Republikon Intézet (2026): i. m. 2. o.

³⁶ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *Kampányelemzés 2026 zárótanulmány*. Mérték Médiaelemző Műhely, Budapest, 1. o.

³⁷ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): i. m. 1–2. o.

³⁸ Republikon Intézet (2026): i. m. 3. o.

hírek, amelyen belül a tisztán belpolitikai témák (107 óra) és a belpolitikai érintettségű külpolitikai anyagok (57 óra) messze felülmúlták a tisztán külpolitikai híreket (46 óra).³⁹ A politikusok képernyőidejének vizsgálata éles aszimmetriát mutat: a kormánypárti szereplők összesen 35 és fél órányi képernyőidőt kaptak – ami azt jelenti, hogy statisztikailag átlagosan minden nyolcadik másodpercben megjelent egy fideszes vagy KDNP-s politikus –, és ebből 29 órát kifejezetten pozitív, egyetlen percet sem negatív keretezésben tölthettek.⁴⁰ Ezzel szemben az ellenzéki politikusok az összes képernyőidő kevesebb mint 5 százalékát (13 és fél óra) kapták, amiből 10 és fél óra negatív, és mindössze 1 óra pozitív kontextusban telt.⁴¹ A szereplők megítélését mérő 3 osztatú skálán (+1 és -1 között) a Fidesz (+1,00), a kormánytagok (+0,99) és Orbán Viktor (+0,95) szinte kizárólag elismerő környezetben szerepeltek, míg az ellenzéki szereplők általános mutatója -0,84, Karácsony Gergelyé -0,80, Gyurcsány Ferencé -0,73, Magyar Péteré pedig a legintenzívebb elutasítottságot jelezve -0,96 lett.⁴²

Orbán Viktor és Magyar Péter reprezentációjának összehasonlítása megmutatta, hogy bár Magyar Pétert többször (3940 alkalommal) nevezték meg vagy jelenítették meg, mint a miniszterelnököt (3158 alkalommal), ez szinte kizárólag negatív és diszkreditáló kontextusban történt.⁴³ Orbán Viktor mellett leggyakrabban Donald Trump tűnt fel a béke és a patriotizmus szimbólumaként, míg Magyar Pétert a „magyargyűlölőként” bemutatott Manfred Weberrel és Volodimir Zelenskijjal kapcsolták össze.⁴⁴ A szóhasználat szintjén Orbán nevéhez a „békepárti”, „család”, „patrióta” és „erős miniszterelnök” kifejezések társultak, míg Magyar Péter környezetében a „háború”, „hazudik”, „brüsszeli”, „bennfentes kereskedelem”, valamint olyan degradáló jelzők szerepeltek nagy gyakorisággal, mint a „pojáca”, „pózer”, „poloska” vagy „kém”.⁴⁵ A külföldi politikusok megítélése hajszálpontosan követte a kormányzati külpolitika szövetségi és ellenségképi rendszerét: Donald Trump (+0,83), Hszi Csin-ping (+0,50) és Vlagyimir Putyin (+0,30) a pozitív tartományban végeztek, miközben az EU/Brüsszel (-0,97), Ursula von der Leyen (-0,91), Manfred Weber (-0,89), Zelenskij (-0,84) és Ukrajna egésze (-0,89) mélyen a negatív zónába szorultak.⁴⁶

A megszólaltatott 1885 politikus és szakértő összetétele szintén a kormánypárti narratívát erősítette: a nyilatkozók 74,9 százaléka a Fideszhez köthető szereplő volt, miközben az ellenzéki megszólalók aránya 10,4, a függetleneké pedig 14,7 százalékot tett ki (utóbbiak ráadásul szinte csak nem politikai, szakmai témákban beszéltek).⁴⁷ A leggyakrabban foglalkoztatott véleményvezérek kivétel nélkül kormányközeli elemzőműhelyekből (MCC, Századvég, XXI. Század Intézet) kerültek ki, mint Sebestyén Géza, Deák Dániel, Hortay Olivér és Pásztor Szabolcs.⁴⁸ Az ellenzéki megszólalások megoszlásánál szembeűnő, hogy a közmédia felülreprezentálta a Mi Hazánk Mozgalmat (43,9%) és a Jobbikot (21,9%), miközben a legfőbb kihívó Tisza Pártra csupán 13,8%, a DK-ra pedig 14,8% jutott.⁴⁹ A hírforrások használata terén a kormánypárti médiumokra való hivatkozás (1013 alkalom) több mint háromszorosa volt a független sajtónak (324 alkalom), zárt információs ökoszisztémát alkotva (különösen a „Tisza-csomag” témájánál).⁵⁰ A nyelvi vizsgálat – az RTL Híradó 48 adásával összevetve – drasztikus eltéréseket mutatott: a „migráns/migráció” szavak az M1-en 2191-szer, míg az RTL-en 6-szor hangzottak el (ötvenszeres különbség), a „háború” kifejezés adásonként átlagosan 11,5-szer szerepelt az M1-en, míg az RTL-en 3,5-szer, de hasonlóan

³⁹ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 3. o.

⁴⁰ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 4. o.

⁴¹ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 4. o.

⁴² Republikon Intézet (2026): *i. m.* 4–5. o.

⁴³ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 5. o.

⁴⁴ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 5. o.

⁴⁵ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 5–6. o.

⁴⁶ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 6–7. o.

⁴⁷ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 7. o.

⁴⁸ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 7–8. o.

⁴⁹ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 8. o.

⁵⁰ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 8–9. o.

dominált a „béke” (2076 vs. 79), a „szankció” (517 vs. 43), a „szuverenitás” (504 vs. 43) és „Soros” (250 vs. 7) emlegetése is.⁵¹ A Republikon összegzése szerint az M1 Híradója sem a hazai Médiatörvénynek, sem az EMFA előírásainak nem felel meg, miközben az MTVA költségvetése a 2019-es 83 milliárd forintról 2025-re 166 milliárd forintra emelkedett, miközben Magyarország a Riporterek Határok Nélkül sajtósza-
badság-indexén a 68. helyre szorult.⁵²

A Mérték Médiaelemző Műhely 2026-os kampányelemzése a közszolgálati média két vizsgált felületén – az M1/Duna 18 órás Híradójánál és a Híradó.hu hírportálnál – a kormánypárti kampánystratégia szerves részeként azonosította a közmédiát, rámutatva a két médium eltérő szerkesztői feladatmegosztására.⁵³ A Híradó.hu a Magyar Nemzettel együtt a „kemény kormánypárti pólust” képviselte: cikkanyagának 45%-át közvetlenül tematikus narratívakódok szervezzék, kiemelkedő narratív sűrűség mellett (2,99 kód/hírelem).⁵⁴ A portálon a Tisza Párt megjelenéseinek 91%-a passzív volt (a szereplők nem juthattak szóhoz), szemben a Fidesz–KDNP 38%-os passzív arányával.⁵⁵ A Híradó.hu Orbán Viktort 76,8%-ban kedvező, míg Magyar Pétert 82,8%-ban kedvezőtlen kontextusban mutatta be, nulla ambivalens kód mellett, a kormánypárti szereplőknek 68%-ban pozitív, a Tisza-megjelenéseknek pedig 86%-ban negatív attitűdbesorolást adva.⁵⁶ A felelősségvállalás teljes hiányát jelzi, hogy a Híradó.hu cikkeinek 97%-ában egyáltalán nem tüntették fel a szerző nevét.⁵⁷

Az M1/Duna Híradója ezzel szemben valamivel mérsékeltebbnek tűnt, de ez a szerzők szerint félrevezető: a műsor a kormánypárti narratív repertoár szinte teljes készletét felvonultatta, az ellenségkonstruáló és a pozitív önreprezentációs témák együttes súlya elérte a 40%-ot, míg a kormánykritikus tartalom mindössze 5,4% maradt.⁵⁸ Bár a televíziós Híradóban Orbán Viktor és Magyar Péter passzív aránya közelebb esett egymáshoz (40% vs. 46%), és Magyar Péternél közel 20% volt az ambivalens kódok aránya, a hírműsor egésze továbbra is erősen Orbán Viktor felé torzított.⁵⁹ A Mérték elemzésének kulcsmegállapítása szerint az M1/Duna ugyan vezette a „Plurális kampánytér” (T4) elnevezésű témát (a téma forrásainak 27%-ával), ez azonban nem valódi sokszínűséget tükrözött, hanem a törvényi kötelezettségből fakadó, rövid és kötelező pártmegszólalások (kampányklipek, stúdióidők) következménye volt, amelyeket a szerkesztés során gyakran negatív keretezés kísért.⁶⁰

A két közszolgálati forrás működése a kisebb ellenzéki pártok kezelésében vált el a leglátványosabban: az M1/Duna tudatos szavazatmegosztási és fragmentációs stratégiát követve a második legtöbb teret adta a kis pártoknak (50 megjelenés), feltűnően kedvező kontextusban (DK 53%, Mi Hazánk 50%, MKKP 82% pozitív keretezés), azzal a céllal, hogy elszívja a szavazatokat a fő kihívótól.⁶¹ Ezzel szemben a Híradó.hu szinte teljesen elhallgatta a kis pártokat, az MKKP-t pedig kifejezetten negatívan kezelte (50% kedvezőtlen).⁶² Mindkét közszolgálati felület döntően kormánypárti narratívákat közvetített (500–700-as tartományban), elenyésző kormánykritikus tartalom mellett (15–84), kiemelt súlyt adva az ellenségképző témáknak (az ellenzék mint veszély, Ukrajna és az EU magyarellenessége) és a rituális üzenetisméltatásnak (a rezsivédelmi narratíva az M1 műsoridejének 29%-át, a Híradó.hu-nak 21%-át tette

⁵¹ Republikon Intézet (2026): *i. m.* 9–10. o.

⁵² Republikon Intézet (2026): *i. m.* 10–12. o.

⁵³ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁴ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁵ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁶ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁷ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁸ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁵⁹ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁶⁰ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁶¹ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁶² Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

ki, utóbbinál szinte azonos címmel megjelentetve cikkeket rákondicionálás céljából).⁶³ Végül az MTVA maga is aktív politikai szereplővé vált a kampányban, amikor a munkatársaik ellen elkövetett állítólagos ellenzéki „agresszióról” és „megfélemlítésről” panaszkodott a műsoraiban, és erről a narratíváról még az EBESZ-delegációt is hivatalosan tájékoztatta.⁶⁴



3. Összegzés

A 2025-ös éves monitoringadatok és a 2026-os kampányelemzés megállapításai egyértelműen igazolják, hogy a magyar közszolgálati média működése végérvényesen elszakadt az európai és demokratikus közszolgálati alapértékeiktől, és az illiberális állam szisztematikusan felépített, közpénzből finanszírozott propagandagépezetévé vált.⁶⁵ Az MTVA felületein megfigyelhető radikális képernyőidő-aszimmetria, a politikai ellenfelek dehumanizálása és karaktergyilkossága, a kormánypárti sajtóökoszisztéma zárt forráshasználata, valamint a kis pártok manipulatív felülreprezentálása mind azt mutatják, hogy a közmédia nem a kiegyensúlyozott tájékoztatást, hanem a lágy cenzúra eszközeivel a választói akarat befolyásolását és a kormánypárti hatalomgyakorlást szolgálja.⁶⁶

⁶³ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 1. o.

⁶⁴ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 2. o.

⁶⁵ Kovács Ildikó – Polyák Gábor – Urbán Ágnes (2021): *i. m.* 40–42. o.; Republikon Intézet (2026): *i. m.* 12–13. o.

⁶⁶ Mérték Médiaelemző Műhely (2026): *i. m.* 2. o.

A MÉDIATANÁCS GYAKORLATA 2025-BEN

A MÉDIATANÁCS 2025. ÉVI TEVÉKENYSÉGE

A rádiós frekvenciapályáztatás eredményei
és a sajtószabadság szempontjából releváns
hatósági gyakorlat

1. A rádiós pályáztatás eredményei

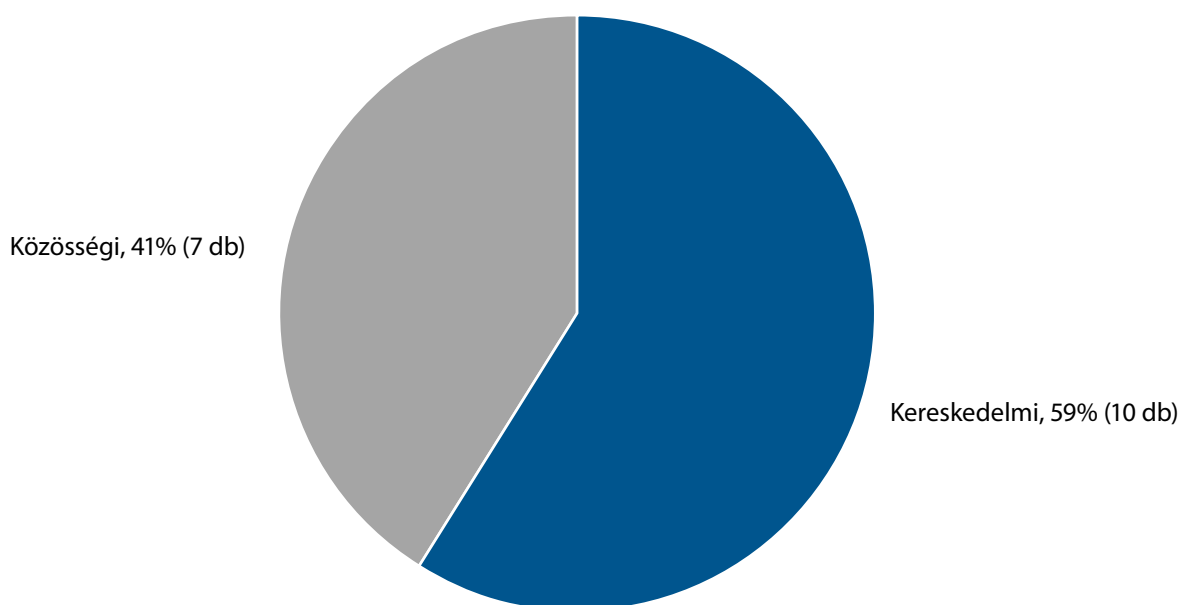
Lágy cenzúra elemzéseinkben kezdettől kiemelt figyelmet fordítottunk a rádiós médiaszolgáltatási jogosultságok pályáztatásának gyakorlatára. A televíziózás digitális átállása után ugyanis a rádiózás az utolsó olyan piaci szegmens, amelyet a médiahatóság közvetlenül alakít. A Médiatanács pályáztatási gyakorlata határozza meg, hogy az egyes településeken, illetve az országos frekvenciákon kik és milyen jellegű tartalommal sugározhatnak rádiós médiaszolgáltatásokat. A Médiatanács egész, 2010-ben kezdődő pályáztatási gyakorlata a hatalommal való visszaélés látványos példája. Ahogy korábbi elemzéseinkben bemutattuk, a Médiatanács a mindenkori kormányközeli szereplőket nyíltan előnyben részesíti, és ezzel mára nemcsak a rádiós piaci versenyt szüntette meg, hanem jelentős részben a helyi rádiózást és a közösségi rádiózást is. A hatóság gyakorlatának eredményeként egy erősen koncentrált, néhány nagy, kormányközeli szereplő által irányított rádiós hálózat uralja az országos és a helyi médiapiacokat is.

Mostani elemzésünkben a 2025. január és 2025. december között lezárt pályázatokat vizsgáltuk. Ebben az időszakban összesen 17 pályázati eljárást zárt le a Médiatanács – lényegesen kevesebbet, mint a 2024-es 35 vagy a 2023-as 24 eljárás. Egy önálló alfejezetben a 2026. május végéig született döntéseket is áttekintjük.



2025-ben – a korábbi évekhez hasonlóan – a pályázati eljárások nagyobb része kereskedelmi médiaszolgáltatási jogosultság elnyerésére irányult. A 17 eljárásból 10 esetben kereskedelmi, 7 esetben közösségi médiaszolgáltatási jogosultság elnyerésére írta ki a pályázatot a Médiatanács. A törvény szerint a közösségi médiaszolgáltató egy meghatározott társadalmi, nemzetiségi, kulturális vagy vallási közösség, csoport, vagy egy adott településen, régióban vagy vételkörzetben élők tájékoztatásra, kulturális műsorszámok elérésére irányuló különleges igényeit szolgálja ki, vagy műsoridejének túlnyomó részében a közszolgálati médiaszolgáltatás céljait szolgáló műsorszámok kerülnek közzétételre (Mttv. 66. §).

2. ábra: Kereskedelmi és közösségi médiaszolgáltatási pályázatok aránya (2025)



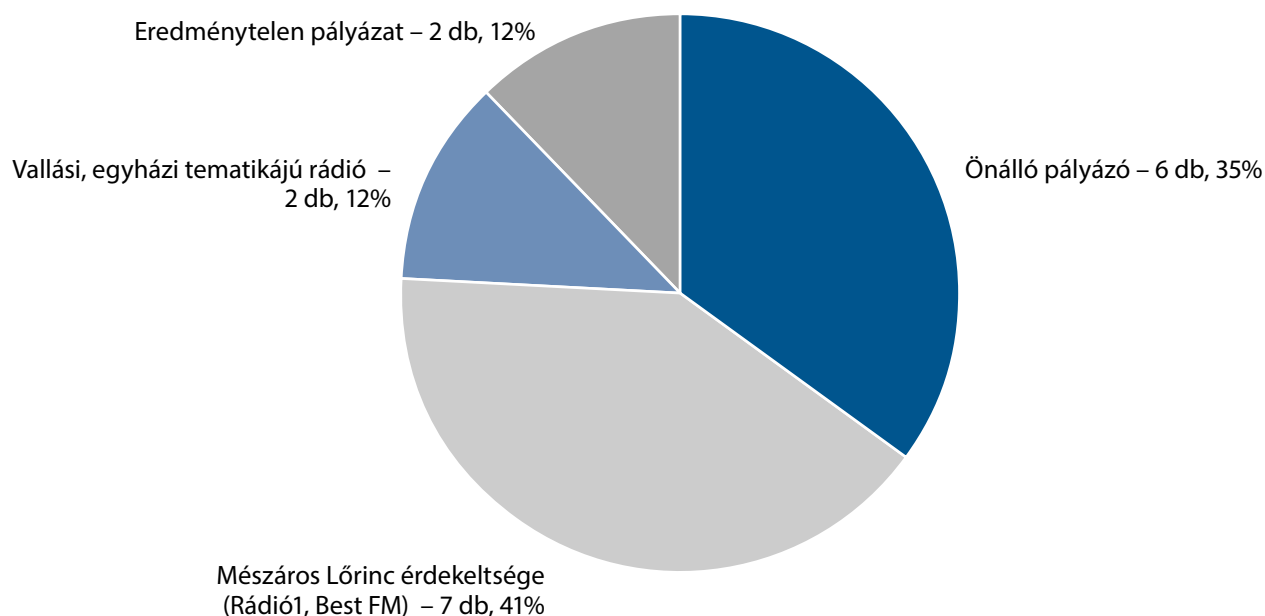
A vizsgált időszakban 2 pályázat zárult eredménytelenül: a Hatvan 87,9 MHz közösségi frekvenciára egyetlen ajánlat sem érkezett, a Berettyóújfalui 90,3 MHz közösségi frekvenciára pedig az egyetlen pályázó ajánlata bizonyult érvénytelennek. Mindkét frekvenciát 2026-ban újra meghirdette a Médiatanács.

A Mészáros Lőrinc érdekeltségi körébe tartozó Rádió 1 ebben az évben 5 újabb frekvenciát nyert (Abádszalók, Debrecen 95,0 MHz, Mosonmagyaróvár, Tihany és Ajka), a szintén Mészáros-érdekeltségű Best FM pedig 1 frekvenciát (Zalaegerszeg). Ehhez jön a Szigetvár 103,1 MHz, amelyet a Rádió 1 hálózatába tartozó Mambó Rádió Kft. nyert el (lásd alább) – így a Mészáros Lőrinc érdekeltségi köréhez köthető hálózatok a 17 eljárás közül összesen 7 nyertes jogosultságot szereztek meg, a nyertes pályázatok 41 százalékát.

Vallási, illetve egyházi tematikájú, hálózatra kapcsolódó szolgáltatás 2 esetben nyert: a Katolikus Rádió Kaposváron, az Európa Rádió Sátoraljaújhelyen szerzett frekvenciát. Önálló, a hatóság nyilvántartása szerint hálózathoz nem kapcsolódó rádióként 6 pályázó szerzett médiaszolgáltatási jogosultságot – köztük a KAPUKOM Kft., amely a Rábaköz két szomszédos frekvenciáját, Kapuvárt és Csornát is elnyerte.

A Szigetvár 103,1 MHz frekvenciát elnyerő Mambó Rádió Kft.-t azért soroltuk a Mészáros-érdekeltségű hálózatokhoz, mert a társaság a Rádió 1 hálózatának ismert médiaszolgáltatója: ugyanez a cég üzemelteti többek között a villányi 100,9 Rádió 1-et is. A hatósági pályázati nyilvántartás ugyanakkor e frekvenciánál hálózati kapcsolódást nem tüntet fel – vagyis a kizárólag a hatósági nyilvántartásra hagyatkozó besorolás szisztematikusan alábecsülheti a kormányközeli hálózatok tényleges részesedését.

3. ábra: A nyertes pályázók tulajdonosi háttere (2025)



A kereskedelmi médiaszolgáltatók negyedévente médiaszolgáltatási díjat kötelesek fizetni, aminek minimális mértékét az adott frekvenciára kiírt pályázati felhívás tartalmazza. A médiaszolgáltatási díj mértéke valódi, versengő pályázati eljárásokban az ajánlatok közötti verseny eszköze. A díj minimális mértékének meghatározásához a médiatörvény nem ad szempontokat; a Médiatanács pályázati felhívásaiban alapvetően a vételkörzet nagyságához igazítja a minimális díjat. A vizsgált időszakban ennek legalacsonyabb összege 69 000 Ft + ÁFA/év (Abádszalók 89,2 MHz), legmagasabb összege 4 761 000 Ft + ÁFA/év volt (Debrecen 95,0 MHz). Ugyanakkor 2020 második negyedévéől a kormány előbb a Covid-, majd az Ukrajna elleni orosz agresszió miatt kihirdetett veszélyhelyzetre hivatkozva felfüggesztette a médiaszolgáltatási díj megfizetésének kötelezettségét. Ez a mentesség a vizsgált 2025-ös év egészében hatályban volt, és csak 2026. május 14-én szűnt meg, azóta a veszélyhelyzeti rendeletek törvényi szintre emelése után a szolgáltatóknak ismét fizetniük kell a díjat.

Már a 2010-es évek első felében megfigyelhető volt, hogy jelentősen csökken a verseny a rádiós frekvenciákért. 2025-ben a 17 eljárásból 15-ben – a pályázati eljárások 88 százalékában – egyetlen pályázó nyújtott be ajánlatot, egy további eljárás (Hatvan 87,9 MHz) pedig pályázó hiányában lett eredménytelen. Mindössze egyetlen eljárásban, a Balaton-parti Tihany 105,7 MHz kereskedelmi frekvenciáért volt valódi verseny. Itt két ajánlat érkezett, ám a frekvenciát végül a Rádió 1 központi médiaszolgáltatója, a Radio Plus Kft. nyerte el. A közösségi rádiós frekvenciákért 2025-ben egyetlen eljárásban sem alakult ki verseny.

A pályázati eljárások 2025-ben is elsősorban egy szűk vállalkozói csoport, valamint meghatározott világnézetű műsorok terjeszkedését szolgálták. A korábbi pályázati időszakok elemzése minden esetben súlyosan elfogult pályáztatási gyakorlatot mutattak ki, amely a helyi rádiók piacát is homogenizálta, a valóban helyi médiaszolgáltatókat kisszámú országos hálózatra cserélve. A lezárt pályázatok alacsony száma részben azzal magyarázható, hogy a nagy kormányközeli hálózatok – mindenekelőtt a Rádió 1 – már gyakorlatilag országos lefedettséget értek el, így terjeszkedésük üteme lassult.

Rádió 1

A korábbi lágy cenzúra elemzéseinkben részletesen bemutattuk a rádiós piac szereplőit, ezt itt nem ismételjük meg. Egy szereplőt emelünk csak ki, a piacvezető Rádió 1-et, illetve a mögötte álló média-vállalatokat, mivel e hálózat 2025-ben is a pályáztatás legnagyobb nyertese volt, és tovább erősítette regionális pozícióit.

A Rádió 1 a Mészáros Lőrinc érdekeltségi köréhez köthető hálózat: központi médiaszolgáltatója, a Radio Plus Kft. egy Mészáros-közei személy, Schmidt Zoltán tulajdonában áll (a Radio Holding Kft.-n keresztül), reklámidejét pedig a Mészáros Lőrinc tulajdonában lévő Atmedia Kft. értékesíti. A hálózat 2016-ban indult, az akkor még Andy Vajna érdekeltségébe tartozó Radio Plus médiaszolgáltatásaként; Vajna 2019-es halála után került a hálózat Mészáros köréhez. A Radio Plus Kft. mellett több más vállalkozás is a hálózathoz tartozik (például a Mambó Rádió Kft.).

2025-ben a Rádió 1 hálózata öt frekvenciát nyert a központi médiaszolgáltató, a Radio Plus Kft. neve alatt, a hálózathoz tartozó Mambó Rádió Kft. szigetvári győzelmével együtt pedig hatot. Az öt Radio Plus-os győzelem közül kiemelkedik a Balaton-parti terjeszkedés: a Radio Plus Kft. a már birtokolt Veszprém–Siófok vonalát 2025-ben a Tihany 105,7 MHz és az Ajka 89,8 MHz frekvenciákkal egészítette ki, így a hálózat összefüggő lefedettséget épített ki a Balaton térségében és Veszprém megyében. A tihanyi frekvencia annyiban is jelzésértékű, hogy ez volt 2025 egyetlen valóban versengő rádiós eljárása: a Médiatanács a tíz évre – és a jogszabály szerint további hét évvel, akár 2042-ig meghosszabbíthatóan – szóló jogosultságot a kormányközeli társaságnak ítélte. A debreceni FM95 (Médiacentrum Debrecen Kft.) szintén a Rádió 1 hálózatába kapcsolódva nyerte el a Debrecen 95,0 MHz körzeti frekvenciát, amely a vizsgált időszak legmagasabb alapidjával kiírt eljárása volt.

A 2025-ös évet követő hónapokban a tendencia folytatódott: a 2026 áprilisában lezárt három eljárásban a korábban eredménytelen Hatvan 87,9 MHz-et az FM 4 Rádió Kft., a Nyíregyháza 103,9 MHz körzeti kereskedelmi frekvenciát a Best FM-hez tartozó Best Radio Kft., a Berettyóújfalu 90,3 MHz-et pedig a Katolikus Rádió nyerte el.

Az NMHH rádiós pályázati adattáblája a 2025-ös eljárások mellett a 2026 elején lezárt eljárásokat is tartalmazza. Ezek azért érdemelnek külön figyelmet, mert a Médiatanács működésének sajátos záró szakaszába esnek. 2026. április 12-én országgyűlési választást tartottak, amely kormányváltáshoz vezetett; az új miniszterelnök, Magyar Péter május 31-ig adott határidőt a Fidesz-kormányzat által kinevezett közjogi tisztségviselők lemondására, és külön felszólította a Médiatanács elnökét és tagjait is a távozásra. 2026 májusa így az utolsó hónap volt, amelyben a korábbi kormánytöbbség által megválasztott médiatanács tagok még teljes jogú döntéshozóként jártak el — ezt az időpontot tekintjük a Fidesz-Médiatanács korszaka végének.

A 2026 áprilisában — vagyis már a választás után, de még a testület említett lemondása előtt — lezárt három eljárás a korábbi évek mintázatát követte. Mindhárom frekvenciára egyetlen pályázó nyújtott be ajánlatot. A 2025-ben még eredménytelen, helyi közösségi Hatvan 87,9 MHz-et az önállóként induló FM 4 Rádió Kft., a szintén 2025-ben eredménytelen, helyi közösségi Berettyóújfalu 90,3 MHz-et pedig a Katolikus Rádió Zrt. nyerte el — utóbbi a vallási-egyházi hálózatok terjeszkedésének újabb állomásként. Az egyetlen kereskedelmi eljárásban, a Nyíregyháza 103,9 MHz körzeti frekvenciáért a Mészáros Lőrinc érdekeltségi köréhez köthető Best FM médiaszolgáltatója, a Best Radio Kft. szerzett jogosultságot, 2 538 000 Ft + ÁFA/év médiaszolgáltatási alapidő mellett.

A három döntés jól érzékelteti, hogy a Médiatanács pályáztatási logikája a kormányváltásig változatlan maradt: a leköszönő, kormánytöbbség által megválasztott testület még működése utolsó heteiben is kormányközeli, illetve világnézetileg meghatározott szereplőknek ítélte oda a frekvenciákat — a 2026-ban kiosztott egyetlen körzeti kereskedelmi jogosultság is a Mészáros-érdekeltségű Best FM hálózatát erősítette. Hogy az új összetételű Médiatanács pályáztatási gyakorlata mennyiben tér majd el ettől, csak a következő időszak eljárásaiból lesz megítélhető.

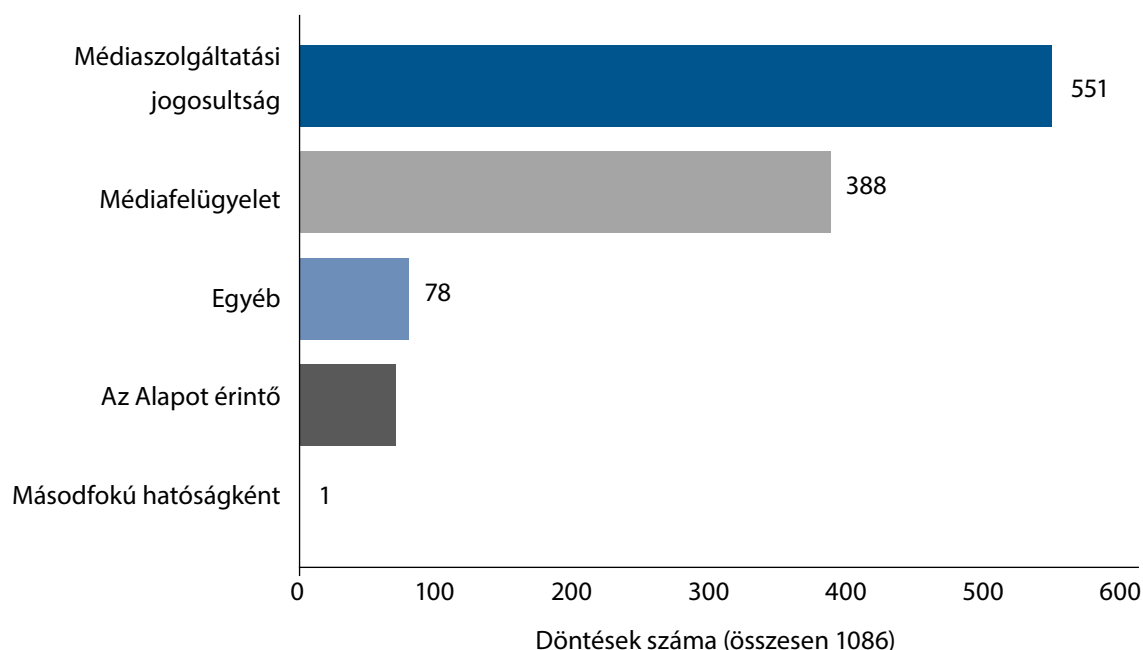
2. A Médiatanács 2025-ös tevékenysége a sajtószabadság tükrében

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának 2025. évi országgyűlési beszámolója (B/30, Budapest, 2026. május) alapján az alábbiakban összefoglaljuk, milyen, a sajtószabadság szempontjából releváns kérdésekkel foglalkozott a hatóság, és statisztikákkal érzékeltetjük, hová estek döntéshozatalának és tartalomfelügyeletének súlypontjai. Az alábbi adatok a beszámolóból – vagyis a hatóság önbevallásából – származnak; az értelmezés a miénk.

A döntések szerkezete

A Médiatanács 2025-ben 43 ülésen 893 előterjesztést és tájékoztatót tárgyal meg, és összesen 1086 döntést hozott. A döntések túlnyomó többsége nem tartalmi, hanem piacszervezési-engedélyezési jellegű volt: a médiaszolgáltatási jogosultságokkal kapcsolatos ügyekben 551 döntés (a döntések fele), a médiafelügyelet tárgykörében 388 döntés, a Médiatanács Támogatási Alapját érintően 68, egyéb tárgyban 78, másodfokú hatóságként pedig mindössze 1 döntés született.

4. ábra: A Médiatanács 2025-ös döntéseinek megoszlása tárgykör szerint (összesen 1086 döntés)



A tartalomfelügyelet – a sajtószabadság szempontjából releváns vizsgálatok

A sajtószabadság szempontjából a tartalomfelügyeleti tevékenység a legérdekesebb, mivel ez érinti közvetlenül a véleménynyilvánítás és a tájékoztatás szabadságát. A Médiatanács 2025-ben öt fő tartalmi követelmény érvényesülését vizsgálta rendszeresen: az emberi méltóság tiszteletét, a gyűlöletbeszéd tilalmát, a kiskorúak védelmét, a kiegyensúlyozott tájékoztatás követelményét, valamint a hírek és a vélemények elválasztásának kötelezettségét.

Emberi méltóság (Smtv. 14. §). A hatóság 2025-ben 60 esetben vizsgálta az emberi méltóság tiszteletben tartására vonatkozó rendelkezés érvényesülését; ezek közül négy ügyben indult hatósági eljárás, a többi esetben az ellenőrzés nem tárt fel jogsértést.

Gyűlöletbeszéd (Smtv. 17. §). A gyűlöletkeltésre és kirekesztésre alkalmas tartalmak tilalmának érvényesülését a Médiatanács – elsősorban állampolgári bejelentések nyomán – 39 esetben vizsgálta, és 3 ügyben indított eljárást; egy további, még 2024-ben indult ügyben 2025-ben állapított meg jogsértést. A beszámoló e szabályokat kifejezetten a sajtószabadság korlátjaként írja le.

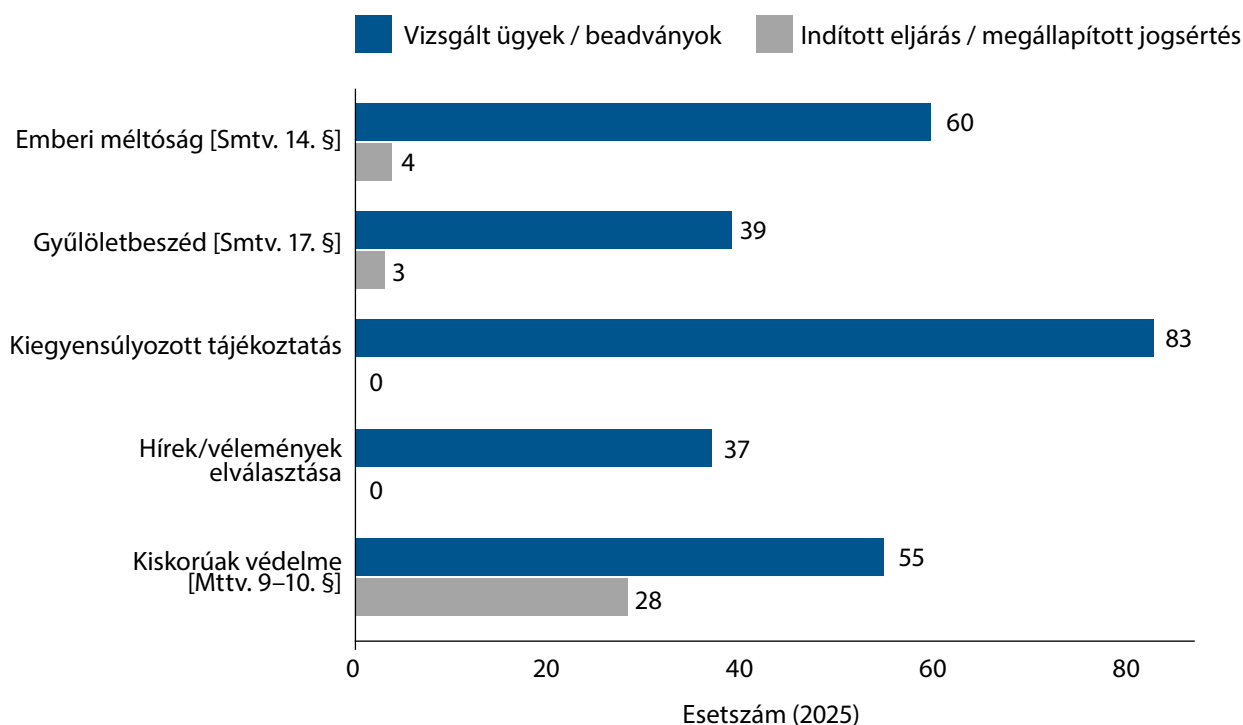
Kiskorúak védelme (Mttv. 9–10. §). 2025-ben 55, magyar joghatóság alá tartozó médiaszolgáltatót érintő bejelentés érkezett. A Médiatanács 34 esetben döntött úgy, hogy nem indít eljárást, 27 bejelentés és 1 hivatalbóli vizsgálat alapján viszont megállapította a kiskorúak védelmét célzó szabályok megsértését. Külön említést érdemel, hogy egy nyomtatott sajtótermék kapcsán több ezer állampolgári bejelentés érkezett, amelynek nyomán a hatóság megállapította a kiskorúak védelmét előíró rendelkezés megsértését; a tárgyévben négy határozatában hozott előzetes korhatári besorolásról szóló döntést.

Kiegyensúlyozott tájékoztatás (Smtv. 13. §, Mttv. 12. § (1)–(2)). Ez a követelmény áll a politikai sajtószabadság-viták középpontjában: a kiegyensúlyozottsági eljárás kizárólag kérelemre indulhat, és sajtós, rövid határidőkhöz kötött. A hatóság 2025-ben 83 esetben járt el kiegyensúlyozottsági kérelemmel

kapcsolatos ügyben (a Médiatanács 77, a Hivatal 6 döntést hozott). A 83 ügy mindegyike jogsértés megállapítása nélkül zárult: 51 esetben a hatóság elutasította a kérelmet, 32 esetben pedig végzéssel megszüntette az eljárást.

Hírek és vélemények elválasztása (Mttv. 12. § (3)–(4)). E követelmény azt hivatott biztosítani, hogy a közönség a hírszolgáltató és politikai tájékoztató műsorokban a médiaszolgáltató befolyásától mentesen alakíthassa ki álláspontját. A Médiatanács 2025-ben 5 esetben bejelentés, 32 esetben kérelem alapján járt el; a kérelmek nyomán indult eljárások közül 4 megszüntetéssel, 28 a kérelem elutasításával zárult – vagyis a kérelmek egyetlen esetben sem vezettek jogsértés megállapításához.

5. ábra: A tartalomfelügyeleti vizsgálatok és a megindított eljárások / megállapított jogsértések száma a fő követelmények szerint (2025)



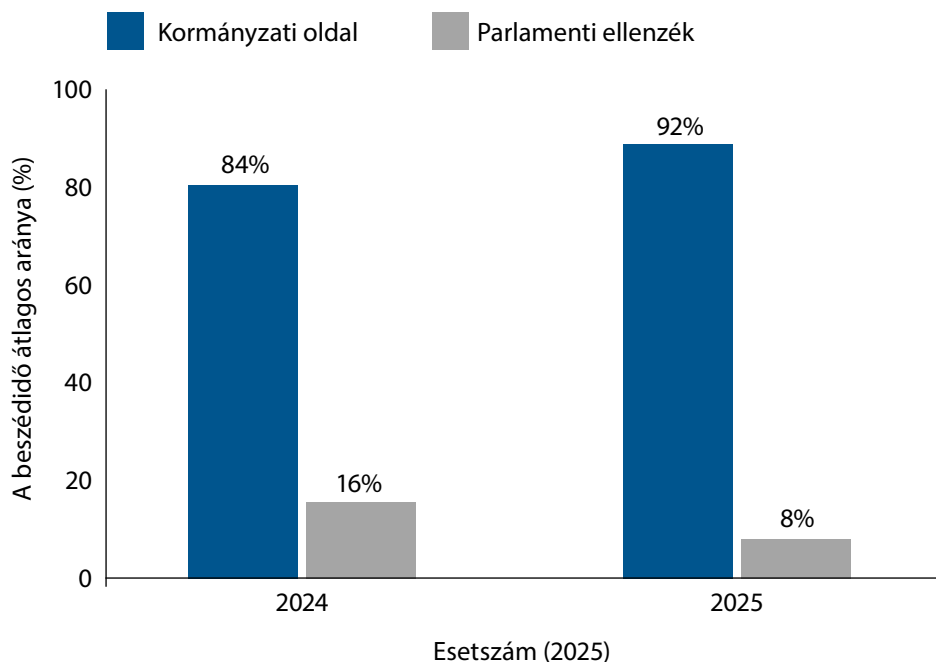
A számok egyik fő tanulsága, hogy a két, közvetlenül a politikai tájékoztatáshoz kötődő eszköz – a kiegyensúlyozott tájékoztatás és a hírek-vélemények elválasztása – 2025-ben együttesen 120 ügyet, illetve beadványt generált, ám a hatóság egyetlen jogsértést sem állapított meg. Ez a Mérték korábbi elemzéseiben is jelzett kettősséget tükrözi: a kiegyensúlyozottsági eljárás egyfelől eljárási terhet ró a médiaszolgáltatókra, másfelől a kormányhoz közeli médiumok tájékoztatási gyakorlatát érdemben nem korlátozza.

A politikai tájékoztatás egyenlőtlensége a hatóság saját monitoringjában

A Médiatanács saját monitoringja egyúttal dokumentálja is a médiapiac tájékoztatási egyenlőtlenségét. A hír- és politikai magazinműsorok 2025-ös elemzése szerint ismét a belpolitikai témák váltak meghatározóvá, a hazai politikai életben pedig a kormányoldal és a Tisza Párt konfliktusai kapták a legnagyobb hangsúlyt; a korábbi ellenzéki pártok minden hírműsorban tért vesztek. A szereplők

beszédidejét tekintve a kormányzati oldal túlsúlya tovább nőtt: a parlamenti pártok körében 2025-ben a kormányoldal a beszédidő mintegy 86 százalékát birtokolta (szemben a parlamenti ellenzék mintegy 14 százalékával), az összes politikust figyelembe véve pedig 76 százalékát. A beszámoló saját ábrája szerint a kormányzati oldal havi részesedése 2025-ben 86 és 95 százalék között mozgott – éves átlagban mintegy 92 százalék, szemben a 2024-es mintegy 84 százalékkal.

6. ábra: A kormányzati oldal és a parlamenti ellenzék beszédideje a hír- és politikai magazinműsorokban (éves átlag, a beszédidő százalékában)



Bíróági felülvizsgálat

A Médiatanács döntéseivel szemben 2025-ben 34 bírósági (közigazgatási) per indult; az év végén 22 eljárás volt folyamatban, és 20 zárult le, amelyek közül 17 a Médiatanács pernyertességével végződött. A lezárt ügyek között a legtöbb – 10 ügy – éppen a kiegyensúlyozottsággal, illetve a hírolvasói véleménynel összefüggő ügy volt (ezekből 7 zárult a hatóság javára), ami jelzi, hogy a politikai tájékoztatás-hoz kötődő követelmények jelentik a hatósági jogalkalmazás legvitatottabb terepét.

Összegzés

Összességében a Médiatanács 2025-ös tevékenységének súlypontja – a döntések megoszlása alapján – a frekvenciagazdálkodáson és az engedélyezésen, a tartalomfelügyeleten belül pedig a kvótakötelezettségek, a kiskorúvédelem és a kereskedelmi közlemények ellenőrzésén volt. A politikai tájékoztatás kiegyensúlyozottságát közvetlenül érintő eszközöket a hatóság sok ügyben alkalmazta, érdemi jogsértést azonban egyikben sem állapított meg, miközben saját monitoringja a kormányoldal politikai műsorbeli túlsúlyának további erősödését rögzítette. A rádiós pályáztatás és a tartalomfelügyelet képe így egybecseng: a hatóság gyakorlata a kormányközeli szereplők piaci és kommunikációs pozícióit erősíti, miközben a sajtószabadságot védő eszközök érdemi korlátozó hatása elmarad.

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSA A MAGYAR ÚJSÁGÍRÁSRA

KÉZMŰVES CIKK, LÁTHATATLAN ESZKÖZ – Mesterséges intelligencia a magyar független médiában

1. Bevezető

Az AI megjelenése az újságírásban nem egyetlen drámai pillanatként, hanem csöndes beszivárgásként történt meg. A szövegátíró szoftverek, a fordítóprogramok, a képgenerátorok – ezek már ott vannak a legtöbb munkahelyen, de legtöbbször jelöletlenül, szabályozatlanul.

A mesterséges intelligencia mára olyan szintre fejlődött, hogy szép lassan beszivárgott a mindennapi életbe – és az újságírás sem kivétel ez alól. Ez a tendencia a 2026-os magyar parlamenti választási kampányban különösen látványosan megmutatkozott: a kampányidőszak az AI-tartalmak robbanásszerű terjedését hozta magával. A Political Capital elemzése⁶⁷ szerint a kormánypárti médiatérben az AI-alapú vizuális tartalmak a politikai kommunikáció kulcselemévé váltak: a Mediaworks portáljai, az Origo és a Magyar Nemzet összehangoltan alkalmaztak mesterséges intelligenciával generált illusztrációkat

⁶⁷ Political Capital (2026). AI-generált képsorozatok a kormánypárt üzeneteinek szolgálatában a megyei lapok Facebook-oldalain.
https://politicalcapital.hu/hirek.php?article_read=1&article_id=3665

Facebook-kommunikációjukban, koordinált, mutációs logikára épülő terjesztési stratégiával. Ez az újságírókra is hatással van: nemcsak mint a tartalmak előállítói, hanem mint azok szűrői és ellenőrzői is helyt kell állniuk ebben az ökoszisztémában.



Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk meg, hogyan és mire használják a magyar újságírók a mesterséges intelligenciát, illetve hogyan tudnak alkalmazkodni a jelenséghez a szerkesztőségek. Ehhez interjút készítettünk három országos elérésű hírportál (444, HVG, Telex), három helyi hírportál (Debreciner, Kecsup és Szegeder), és egy oknyomozó portál (Direkt36) munkatársaival. Az interjúalanyokat úgy választottuk ki, hogy lehetőleg nagyobb tapasztalatuk legyen a mesterséges intelligencia felhasználásával; a mintában ezért főszerkesztők, newsroom-vezetők, tech-témákkal foglalkozó újságírók, valamint kifejezetten az AI-fejlesztésekért felelős szakemberek is szerepelnek. Kérdéseinkkel megkerestük a Fideszhez köthető vezető online médiumok munkatársait is (Magyar Nemzet, Mandiner, Index, Origo), köztük olyanokat is, akik maguk is aktívan részt vettek az AI-tartalmak terjesztésében. Megkeresésünkre az Index egy kollégája válaszolt, ám a sikeres időpont-egyeztetés után váratlanul lemondta az interjút, és utána már nem válaszolt további megkereséseinkre.

2. Mire lehet használni a mesterséges intelligenciát a szerkesztőségekben?

A közbeszéd az AI és az újságírás viszonyáról általában a legdrámaibb végpontnál ragad le: a szöveg-generálásnál. Több interjúalany is felidézte azt a kínos esetet, amikor egy magyar újságíró véletlenül bennehagyta a ChatGPT-válaszát a publikált cikkben – ez az eset az újságírók körében egyfajta intő példává vált.

Az interjúk alapján megállapítható, hogy az AI-használat a megkérdezett szerkesztőségek életében a nemzetközi példákhoz képest jóval konzervatívabban jelenik meg. Kevesebb szisztematikus próbálkozást, illetve aktív tudásmegosztást látunk itthon, mint amit az európai kollégáknál tapasztalnak⁶⁸. Az interjúk alapján három, egymástól élesen elkülönülő szinten zajlik az AI-használat a magyar független szerkesztőségekben.

2.1. „Olyan nincs, hogy az AI csinál bármilyen tartalmat” – a tabu

A generatív mesterséges intelligencia – vagyis az a technológia, amely képes új tartalmakat, például szöveget, képet vagy hanganyagot létrehozni a tanítóadatai alapján, írásos utasításokra reagálva⁶⁹ – felhasználása tartalomgyártásra minden vizsgált szerkesztőségben tiltott vagy erősen korlátozott. Ez általában kimondatlan konszenzus, nem írott szabály. Van, ahol szóbeli utasítás van rá, van, ahol csak belső megállapodás szintjén létezik.

„AI-jal nem kreálunk tartalmat – olyan nincs, hogy az AI csinál bármilyen tartalmat.” – 444

⁶⁸ Cools, H. & Diakopoulos, N. (2024). Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2024.2394558

⁶⁹ Cools, H. & Diakopoulos, N. (2024). Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2024.2394558 Møller, L. A., Dalen, van A., & Skovsgaard M. (2025). A Little of that Human Touch: How Regular Journalists Redefine Their Expertise in the Face of Artificial Intelligence, Journalism Studies, 26:1, 84-100, DOI: 10.1080/1461670X.2024.2412212

Kimondva vagy kimondatlanul, de fontos konszenzus, hogy az AI a szerkesztőségben nem helyettesíti az újságírókat a tartalomgyártásban. A 24.hu és a Telex nagyon szigorúan veszi, hogy kép és grafika nem készülhet AI segítségével – ezt az erős grafikus csapat jelenléte is magyarázza. A HVG többet kísérletezik a mesterséges intelligenciával a grafika terén, de ott is mindig hozzáértő ember felügyeli és finomítja a kimenetet, a hozzá készített szöveges rész pedig teljesen újságírói munka.

A kisebb, helyi szerkesztőségekben, ahol nem tudnak külön grafikusokat alkalmazni, ennél megengedőbb a szerkesztőségi hozzáállás, de válaszadóink elmondása alapján ők is szívesebben dolgoznak „hús-vér emberekkel”, amikor erre lehetőségük van. Bár a borítók és a magyarázó grafikák esetében elindultak a kísérletek, a cikkeket illusztráló kép szigorúan „valódi” fényképekből kerül ki.

Különösen azok a szerkesztőségek, amelyek valamilyen előfizetési modellt alkalmaznak, vagy erősen az olvasói támogatásokból tartják fenn magukat, nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy pénzt csak „kézműves újságírásért” kérnek el az olvasóktól.

„Szerintem, hogyha lesz ilyen irányú változás a kiadóban, akkor is az lesz a mondás rá: azért ne kérjünk pénzt, amit egyébként valaki három jó kérdéssel összerak a chatbotjában.” – HVG

A 24.hu esetében egészen hangsúlyos, hogy az előfizetőknek szánt tartalmak közé a jövőben, az AI fejlődésével sem kerülhet olyan szöveg, amit nem az újságírók állítottak elő teljes egészében. A HVG-nél a fizetős tartalmakra vonatkozóan ugyan nem formális, de erős elvárás, hogy kizárólag emberi munka álljon mögötte. A Telexnél is hasonló az álláspont: a bizalmi és hitelességi kérdés szétválaszthatatlan az olvasók támogatásainak kérdésétől.

Van olyan szerkesztőség, amely kísérletezik a kisebb feladatok „kiszervezésével” a mesterséges intelligenciának, hogy ezzel időt takarítsanak meg. Ők a cikkeket nyitó lead-ek, illetve a közösségi médiában megosztott ajánló szövegek megírásában használják fel az AI-t, de ez még nem egy bevett gyakorlat, a kísérletezést pedig nagyon alapos ellenőrzés kíséri.

Azoknál a szerkesztőségeknél, ahol van szakmai gyakorlati program pályakezdőknek, nincs ugyan külön AI-tananyag, de mindenhol kiemelték, hogy az új kollégáknak is elmondják: mesterséges intelligenciával nem szabad szöveget generáltatni és azt szerkesztés nélkül publikálni.

2.2. „Azt se írtuk oda eddig, hogy a szöveg a Wordben készült” – AI-alapú segédeszközök

Szövegátiratok, fordítás, szövegfelolvasás – ezeket szinte minden megkérdezett szerkesztőség alkalmazza, de szinte senki nem tekinti „AI-használatnak”. A Debrecínernél ezt így fogalmazták meg:

„Ahogy azt sem tüntetjük fel, hogy milyen fényképezőgéppel, vagy milyen számítógéppel dolgozunk – ott, ahol nem eredeti tartalomban való közreműködésről van szó, ami az eredeti tartalmat maga kreálja, vagy manipulálja, még nem jutott eszünkbe jelölni.” – Debreciner

Más interjúalanyok is a technikai eszközök természetes fejlődési folyamataként azonosítják, hogy egyre több AI-alapú eszközt vetnek be a szerkesztőségek a munkateher csökkentésére. Ezek az eszközök – az átiratozótól a fordításig – ma már annyira beépültek a napi munkafolyamatba, hogy a legtöbb újságíró számára nem „AI”, hanem egyszerűen „eszköz”.

Ez az a mesterséges intelligencia azon szintje, ahol az elfogadás teljes mértékben megtörtént: az eszköz beolvadt a szerkesztőségek munkafolyamataiba, és önmaga láthatatlanná vált. Arra a kérdésre, hogy jelzik-e az olvasóknak ezeknek az eszközöknek a használatát, minden szerkesztőség nemmel válaszolt, mondván, ahogy a diktafont, a Photoshopot vagy a digitális fényképezőgépet sem jelzik, ezeket sem. A Kecsupnál az AI-generált képeknél az első néhánynál még jelezték, aztán elhagyták ezt a gyakorlatot – az olvasók részéről nem érkezett visszajelzés a változtatással kapcsolatban.



2.3. „Ezzel egy hetet is eltölthetek, a program összeszedi fél óra alatt” – a kísérleti AI

Egy másik szinten a mesterséges intelligencia eszközeit tudatosan alkalmazzák meghatározott feladatokra, de a használat nem rendszeres és nem szerkesztőségi szintű döntés.

Ez egyrészt kutatásra és a források összefésülésére terjed ki: ilyen lehet például hatalmas mennyiségű adatbázisokból való adatkinyerés, vagy egy mélyebb oknyomozó cikkhez külföldi médiacikkek rendszerezése és összesítése.

Az interjúk alapján ebben a Direkt36 kifejezetten aktívnak látszik, ám az újságírók még ezen a szinten is megfontoltak és gyanakvók az AI-jal szemben: a cikkekhez szükséges kutatás elkészítéséhez AI-programozót kértek fel, és az AI által készített eredményeket minden esetben manuálisan is ellenőrizték.

„Rájöttünk, hogy ezt így magunktól biztos, hogy nem fogjuk tudni táblázatba építeni. Megkerestem egy AI-programozót, aki megcsinálta, hogy ezek az infók kikerüljenek a szövegből egy táblázatba. Viszont ott is volt egy csomószor, hogy hibázott az AI – és ennek az lett az eredménye, hogy egyesével le kellett ellenőrizni. De ha kézzel csináltuk volna, akkor is kellett volna ellenőrizni.” – Direkt36

Az említett esetben az újságíró elmondása szerint öt ember három napig ellenőrizte az AI által elvégzett munkát, de a végeredmény mégis gyorsabb és pontosabb lett, mintha mindent kézzel csináltak volna.

Több megkérdezett nyilatkozott arról, hogy cikkötletek gyűjtésében is segítségül hívja a mesterséges intelligenciát. A szerkesztőségek saját téma gyűjtő promptokat készítenek – esetenként heteken át finomítva –, amelyek helyi, nemzetközi vagy tematikus forrásokat gyűjtenek össze.

„Ilyenkor több száz, meg akár ezer oldalt átolvas és átnéz, és általában vissza szokott adni 8-12 cikkötletet. Ebből általában 3-4 tényleg aranyat ér, és soha nem jutott volna eszembe. A többi meg vagy középserű, vagy egészen felejthető.” – Szegeder

A cikkek megírása után is igénybe veszi néhány szerkesztőség az AI nyújtotta lehetőségeket, mind az ellenőrzésben, mind az automatikus taggelésben, mind a tartalomszervezésben. A 444-nél kifejezetten házon belül fejlesztett eszközt alkalmazznak az automatikus hashtageléshez – az interjúalany szerint ez nemcsak a munkaterhelést csökkenti, de a Google-ből érkező forgalmat is láthatóan javítja.

3. „Nincs igazából egy AI-policy a szerkesztőségben” – informális normák



Egyetlen vizsgált szerkesztőségnek sincs formális, írott AI-szabályzata. Informális konszenzus működik helyette – de ennek is megvannak a korlátai.

„Nincs igazából egy AI-policy a szerkesztőségben, tehát nincs egy olyan szabályzata annak, hogy mit szabad és mit nem, és ezzel együtt pedig nincs is igazából egy központilag biztosított infrastruktúra ehhez.” – HVG

„Nem mondom, hogy ilyen nagyon hardcore leírt paragrafusokba szedett szabályzata ez, inkább egy ilyen belső egyenértés, inkább egy ilyen belső szerződés-szerű.” – 444

A HVG esetében például azért nincs leírva a tilalom, mert „annyira természetesnek van véve” – de ez a tünetszerű hiány kockázatokat is rejt. Nemzetközi szerkesztőségekben végzett anonim felmérések azt mutatják, hogy valójában mindenki használ valamilyen AI-eszközt, de ezt kevesen merik bevallani: attól félnek, hogy kirúgják őket, elveszítik szakmai presztízst, vagy a főnökük szankcionálja a használatot⁷⁰. Az, hogy a szerkesztőség legtöbb tagja nagy valószínűséggel használ valamilyen AI-eszközt, általános megállapítása volt interjúalanyainknak is.

A generatív AI használatát erőteljesen ellenzi minden médium, de ennek nincs írásos szabályzata, a gyakornoki programokba nem épül be formálisan, és formális szerkesztőségi megbeszélések tárgya sem lett szinte sehol. Legaktívabban a 444.hu és a Szegeder kísérletezik az AI felhasználhatóságával, írásos szabályzat azonban itt sincs. A vezető hozzáállása közvetlenül meghatározza a szervezeti normát – nemcsak a szabályozás, de az eszközhasználat terén is.

Az, hogy melyik szerkesztőség mennyire aktívan kísérletezik az eszközökkel, nem mutat egyértelmű összefüggést a szerkesztőség méretével vagy az ott dolgozó újságírók korával. Vannak kisebb szerkesztőségek, ahol erőforrás-optimalizálásként tekintenek az AI bevonására – ahogy mondták: „kisebb feladatok kiszervezésével több idő marad igazi újságírássra.” Ez azonban nem általánosítható minden szerkesztőségre: sokkal inkább azon múlik a mesterséges intelligencia felhasználásának mértéke, hogy az egyes egyének mennyire nyitottak az új technológiára.

„Amilyen a vezető, olyan a szervezet. Engem például az early adopter-ség jellemez, és nyilván azok az emberek, akiket felvettem, azok is hasonlítanak hozzám. Ott, ahol a vezető technológiailag konzervatívabb, természetes, hogy a szerkesztőség is az lesz.” – Szegeder

Abban viszont konszenzus volt interjúalanyaink között, hogy akár felhasználják jelenleg, akár nem, az AI komoly változásokat hoz és fog hozni a jövőben, amire jobb minden szerkesztőségnek felkészülnie.

⁷⁰ Cools, H. & Diakopoulos, N. (2024). Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists' Perceptions of Perils and Possibilities, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2024.2394558

4. „Csuklás nélkül mondott olyanokat, amik világosan hamisak voltak” – megbízhatóság és hallucináció



A közbeszédben elterjedt az a fogalom, hogy az AI „hallucinál”. Ez a valóságban azt jelenti, hogy a nagy nyelvi modellek olyan tényeket, neveket, dátumokat vagy hivatkozásokat állítanak elő magabiztosan, amelyek egyszerűen nem felelnek meg a valóságnak. Ennek technikai oka az, hogy ezek a modellek nem valódi tudásbázisból merítenek, hanem statisztikai mintázatok alapján folytatják a szöveget: a legvalószínűbbnek tűnő következő szót vagy mondatot generálják, nem a legpontosabban visszakereshetőt. Az AI nem feltétlenül ismeri el, ha valamiről nincs tudása, ezért különösen fontos ellenőrizni, hogy a létező adatok alapján adott-e megfelelő választ. Magyar nyelvű, lokális vagy ritkán dokumentált témáknál ez a jelenség különösen erős, mivel a modellek tanítóadatában jóval kevesebb ilyen tartalom szerepel.

Interjúalanyaink szkepticizmusa emiatt nem irracionalitás. Az interjúk alapján az AI magyar nyelvű, helyi témákat érintő munkában különösen megbízhatatlan; ezt a megkérdezettek személyes tapasztalataikkal támasztották alá.

„Van egy Újszentmargita nevű település Hajdú-Bihar megyében, aminek a határán ott van egy nagy torony. Megkérdeztük az AI-t, hogy hány méter magas lehet. Nem találta meg, és egy határon túl lévő hasonló nevű falut hozta elő – más országba ment el. Csuklás nélkül mondott olyanokat, amik világosan hamisak voltak. Ezután úgy döntöttünk, hogy maradjon a munkaszintjén.” – Debreciner

„Próbáltam: kértem tőle egy életrajzot valakinek, akit ismertem – és fiktív szülőket talált ki, fiktív sztorit is. Leírta, hogy ez a valaki, aki nem létezett, az hol tanult, milyen pályán teljesített.” – HVG

A megbízhatóság értékelése viszont nem minden esetben ilyen egyértelmű. Néhány interjúalanyunk megengedőbben kezelte az AI hibáit, és azt hangsúlyozta, hogy mennyire fontos a körültekintő használat – miközben azt is elismerték, hogy az ember is hibázhat, sőt egyes esetekben az AI pontosabbnak bizonyult a manuális ellenőrzésnél.

„Néha, hogyha nem volt benne a keresett információ a forrásszövegben, akkor hallucinált helyette valamit. De olyan is volt, hogy egy bonyolult, például jogi szöveg logikáját az AI tökéletesen megértette. Más eredmény jött ki, mint amit én először értettem, és többszöri olvasásra rájöttem, hogy az AI-nak van igaza.” – Direkt36

„Az igaz, hogy hallucinál, de legyünk őszinték: az emberek is hallucinálnak. Az emberek is mondanak hülyeségeket – csak míg egy kollégád, aki hallucinál, ő azért nem fog valószínűleg két-három éven belül egy teljesen más szinten lenni. Míg az AI-nál azt látjuk, hogy két-három évvel ezelőthöz képest már akadémiai szintre emelkedett.” – Szegeder

Az interjúalanyok, bár eltérő szigorúsággal, de mind kitértek a hallucinációkra és a hibákra. A kiterjedtebb használatnál szemben azonban nem csupán a hibák jelentik a visszatartó erőt. A generált tartalmak tiltását például nem a hibáktól való félelem vezérli elsősorban.



„Inkább ragaszkodunk a bukdácsoló szöveghez, amit egy újságíró írt, szemben a fésültebb szöveggel, ami mögött nem közvetlenül ember, vagy közvetlenül újságíró áll.” – Debreciner

„Mi attól vagyunk mások, attól vagyunk különlegesek, hogy a saját agyunkat rakjuk bele, és a saját gondolatunkat rakjuk bele abba, amit csinálunk.” – 444

A magyar szerkesztőségek ragaszkodnak hozzá, hogy munkájuk akkor számít újságírásnak, ha valóban újságírók készítik. Több válaszadónk megfogalmazta: az AI további terjedése inkább felértékeli majd az ő munkájukat, hiszen egy újfajta kapuőr-szerepet felvéve segíthetnek a hiteles, megbízható tájékozódásban.

„A kézműves újságírás felértékelődik majd a sok mesterséges tartalom között.” – 24.hu

5. „A felelős szerkesztők jelezték, hogy ezzel az anyaggal óvatosan, mert olyan, mintha AI írta volna” – AI-tartalmak kiszűrése és a dezinformáció

Az AI segítségével generált tartalmak kiszűrése, illetve a közbeszédre és az újságírói munkára gyakorolt hatása kapcsán válaszadóink nagyrészt mennyiségi problémát látnak: nem annyira a hamis tartalmak minősége, hanem a mennyiségük nőtt meg drámaian, és az így elárasztott közösségi média és hírtér nagyon megnehezíti az ellenőrzést.

A közbeszéd szintjén a 2026-os magyarországi parlamenti választási kampány az AI-generált tartalmak politikai célú felhasználásának eddig nem látott mértékét hozta. A Political Capital elemzése szerint a kormánypárti médiatérben az AI-alapú vizuális tartalmak a politikai kommunikáció kulcselemévé váltak: a Mediaworks portáljai, az Origo és a Magyar Nemzet összehangoltan alkalmaztak mesterséges intelligenciával generált illusztrációkat Facebook-kommunikációjukban (Political Capital, 2026). A dezinformációs tartalmak mennyiségi növekedése nem csupán az olvasók médiatudatosságát terheli, hanem a szerkesztőségek ellenőrzési kapacitásait is.

„Nyilván, ha elárasztja az AI az internetet, akkor nekünk is nehézséget okoz, hogy ha látunk egy videót, eldöntsük, ez igaz vagy sem.” – Direkt36

„Én úgy érzékelem, hogy egyszerűen jóval könnyebb lett ilyeneket – akár képet, akár szöveget – csinálni, vagyis a valótlán információkat is. Ez egy mennyiségi változás, nem minőségi.” – HVG

A helyi lapoknál ez a probléma kisebb intenzitással jelent meg interjúalanyaink szerint: a helyi Facebook-csoportokban és chates közösségekben is megjelentek hamis AI-képek helyi eseményekről, de ezeket általában maguk a kommentelők szűrték ki.

„A kormánypárti propaganda nagyon erősen beszivárgott, de a helyi dezinformáció minket kevésbé érintett. Maximum három-négy ilyen eset lehetett, hogy valami történt, és nem a valódi képet nyitották meg, hanem kitaláltak valamit – de ezt is kiszűrték, úgymond, a kommentelők.” – Kecsup

Az AI-tartalmak kiszűrésére egyetlen szerkesztőségben sincs dedikált eszköz. A szerkesztők az újságírói intuícióra, a klasszikus tényellenőrzési módszerekre és a hírügynökségi képtárházakra támaszkodnak.

„Az AI-szöveget szerintem elég gyorsan észre lehet venni – aki használt ilyet párszor, így akár próbából is, látja egyszerűen, hogyha az AI generálta a szöveget.” – HVG

„A felelős szerkesztők jelezték, hogy ezzel az anyaggal óvatosan, mert olyan, mintha AI írta volna.” – Kecsup

„A tudás, a szkepticizmus, meg a tájékozottság – az azért az esetek 80–90 százalékában eldönti.” – Telex

A videók és képek esetén a helyzet összetettebb; az újságírói intuíció önmagában egyre kevésbé elegendő, és megoldást erre a problémára egyik szerkesztőség sem tudott adni.

„Nyilván most még viszonylag könnyen el lehet dönteni egy videóról, hogy az AI-jal készült – vannak ilyen furcsa mozdulatok, meg ilyen nagyon smooth a háttér, de ezt szerintem belátható időn belül sokkal nehezebb lesz eldönteni.” – Direkt36

6. Összegzés

A vizsgált szerkesztőségek nem az AI-forradalom képét mutatják, de nem is az elzárkózását. Inkább egy rendezetlen átmeneti állapot: az eszközök beszivárognak, belső, konszenzusos normák alakulnak ki, a szabályozás hiányzik, az egyéni döntések határozzák meg a használatot.

A kisebb szerkesztőségek egyrészt erőforráshiány miatt nem tudnak szisztematikusan kísérletezni. A nagyobbak tudnának, de a szervezeti kultúra több esetben lassabban változik, mint a technológia. A Szegeder és a 444 a legnyíltabban kísérletezők – itt mindenképpen látható, hogy a vezetőség aktívan nyit a mesterséges intelligenciával kapcsolatos próbálkozások felé, ez pedig nem ütközik ellenállásba a szerkesztőség munkatársai körében.

Nem találoztunk azonban a szerkesztőségek közötti tudásmegosztással (a FÜLKE-körön belül, vagyis a helyi szerkesztőségek között van némi, de az AI-t nem kifejezetten érintette), közös szabályozási mintákkal, és egy olyan szakmai diskurzussal, amely kifejezetten a magyar média és újságírás jövőjéről gondolkodik a mesterséges intelligencia fényében.

„Látom azt, hogy kis és nagy szerkesztőségek itthon is és külföldön is elkezdtek ezt használni eszközként, és ezt nem szabad nekünk se megúszni – de hát ez nálunk egy nehezített folyamat lesz.” – KecUp



