

Fórum rovatunkban a Közjavak folyóirat korábbi számaiban megjelent tanulmányokhoz érkezett hozzászólásokat, vitaindítókat, reflexiókat, megjegyzéseket közöljük. A közös gondolkodás alapjainak továbbépítéséhez kíván fórumot biztosítani, továbbá a közjogi kutatások aktuális kérdéseinek megvitatásához, közvetlenül teret adva az aktuális témákkal kapcsolatos hírek megjelenésének, valamint a szakmai vélemények és különböző álláspontok közlésének a különböző jogágak közötti szabad és kötetlen kommunikáció jegyében.

Szilágyi Emese¹ hozzászólása Lovas Dóra, „A Népszabadság likvidálásának vitatott kérdései” című tanulmányához (Közjavak, II. évfolyam, 2016/3. szám.)

A MÉDIAPIACRÓL ÉS A NYOMTATOTT SAJTÓRÓL

A Népszabadság megszűnése újabb állomása a magyarországi médiapiaci pluralizmus eltűnésének. A megszüntetés hivatalos indokolása olvasható a nol.hu-n, az egyik legjelentősebb érv, hogy *„a Népszabadság példányszáma az elmúlt tíz évben 74 %-kal, azaz 100.000 példányt meghaladó mértékben csökkent. Ennek következtében a lap 2007 óta több mint 5 milliárd forint veszteséget termelt, és az idei évben ez idáig szintén jelentős veszteséget halmozott fel.”*A napilap hirtelen jött megszüntetését tüntetések követték, a döntés mögött ugyanis nem csupán üzleti, hanem jóval inkább politikai megfontolások sejthetők. A kommentben a hír két aspektusával foglalkozom röviden: egyrészt azzal, hogy egy magánpiacon működő napilap megszűnése miért lehet Magyarországon az állam politikai döntéseinek eredménye, másrészt, a veszteségesség kérdéseivel összefüggésben nagyon röviden kitérek arra is, hogy mi lehetne a valódi szerepe a nyomtatott politikai médianak az internetes médiafelületekkel folytatott hírverseny korában.

Emlékeztet, hogy a Mediaworks nem éppen átlátható körülmények között szerezte meg a napilapot. A Népszabadság tulajdonosváltása visszavezethető a Versenyhivatalnak arra a döntésére, amely megnyitotta az utat a Mediaworks létrejötté előtt. Valójában a teljes történet a hazai médiapiac 2010 utáni átszabásának egy fejezeteként kezelhető, amelyben – s nem csupán a nyomtatott média piacán, de pl. a frekvenciákért folytatott versenyben is – jelentős szerepet játszottak az állami szabályozó hatóságok döntései.

Bár a hivatalos indokolásban egy görgetett 5 milliárdos veszteség is említésre kerül, érdemes felidézni, hogy a kiadó összességében nem veszteséges: ahogyan az Átlátszó is megírta, az eredeti kiadótól, a Népszabadság Zrt.-től a napilapot tavaly áprilisban vette át az Mworks Print Zrt., amely azután nem sokkal beolvadt az anyacég Mediaworks

¹ Szilágyi Emese, tudományos segédmunkatárs; MTA TK JTI.

Zrt.-be. Utóbbi pedig tavaly összességében félmilliárd forint nyereséget termelt. Nemrégiben az is nyilvánosságra került, a kormányzati kvóta népszavazásos kampány során ez a vállalat szerezte meg a nyomtatott sajtóban a kormányzat által elköltött pénzből a legtöbbet, nettó 7,1 millió forintot a 9 vidéki lapban és a Nemzeti Sportban megjelentetett hirdetésekért.

Végül érdemes lehet kitérni a nyomtatott médiapiac pénzüsségének kérdésére, amely a hirdetésekre – s hirdetőkre – való rászorultsághoz vezet. (Az anyagi kiszolgáltatottság jelensége a hazai médiapiacon azonban nem csupán a print media-t jellemzi, amint arra a mérték elemzése is rámutat.) Ennek eredménye, hogy rendkívül jelentős a médiaviszonyok alakulására a kormányzati hirdetések befolyása. Az imént is citált mérték-elemzésben idézett egyik megszólaló szerint *„megtanulták..., hogy a direkt politikai eszközöknél sokkal-sokkal hatékonyabb a gazdasági beavatkozás. Ennek két fázisa van Magyarországon. Az első, amikor az állami hirdetésekben keresztül nehezédenek rá a médiumokra. A hirdetési költségek 40 százaléka mindig is állami költség volt Magyarországon, és ezt tökéletesen a politika szolgálatába állították, ráadásul a jelentős piaci hirdetőkre is állandósult nyomást gyakorolnak, hogy az általuk kedvelt médiumokban hirdessenek.”*

Tehát a szabályokat realizáló hatósági döntések jelentős hatással lehetnek a médiapiac alakulására, annak meghatározására, hogy a piacon bizonyos szereplő képes lesz-e megélni, vagy sem, emellett a kormányzat számára egy másik eszköz is rendelkezésre áll a piaci viszonyokba való beavatkozásra, mégpedig a hirdetések megrendelésének eszköze. A médiapiaci szereplők kétségtelenül torz körülmények között kénytelenek működni, amely folyamatos kétségeket ébreszt a sajtószabadság megvalósulásának lehetőségeit illetően. A nyomtatott médiát – amely körbe a Népszabadság is beletartozik – azonban más folyamatok is negatívan érintik.

Nem csupán magyar sajátosság, hogy a nyomtatott média, ezen belül is különösen a politikai napilapok lehetőségei beszűkülnek: például az Egyesült Államokban 1981-ben 1730 napilap létezett, míg 2011-ben már csak 1331. Úgy tűnik, hogy a nyomtatott médiának újra kell definiálnia a maga sajátos szerepét a médiapiacon nem csupán a sugárzott média mellett, hanem az internetes, sőt, közösségi média által generált versenyben is.

Ennek a szerepnek a megtalálását segíthetik azok a kutatások, amelyek rámutatnak a nyomtatott szöveg értékére a digitalizáció korában. És itt nem csupán arról van szó, hogy bizonyos társadalmi rétegekhez tartozók, illetve bizonyos földrajzi területen élők számára az internetes média nem képez valós alternatívát. Fontos figyelembe venni azt is, hogy sem az információk átadása, sem a megbízhatóság szempontjából nem vizsgáljuk olyan sikeresen az internetes média, mint papíralapú társai – egyszerűen amiatt a metódus miatt, ahogyan az emberi agy feldolgozza az írott szövegekből érkező információkat. A szövegek monitoron való olvasása negatívan hat az értelmezésre, az írás egyes részei közötti átívelő összefüggések felfedezésére és általában a textus uralásának érzetére. Továbbá a kijelzőkön olvasottakból kiszűrt információk csupán a rövidtávú memóriában raktározódnak el, szemben a nyomtatott szövegből kiszűrt információkkal, amelyek jó eséllyel a hosszú távú memóriába kerülnek.

Végül, a képernyőkön való olvasás átalakítja az információfeldolgozás módját is: képernyőn olvasott szövegek esetében hajlamosabbak vagyunk eltérni a klasszikus, lineáris olvasási megoldásoktól, hajlunk a szöveg áttekintésére, „fotografikus” olvasásra, kulcsszavak keresésére és segítségükkel az olvasás általános egyszerűsítésére és gyorsítására – ami által a folyamat felszínesebbé válik. Szemben a nyomtatott dokumentumokkal, a képernyőkön olvasottakat csak egyszer tekintjük át, nem térünk vissza a szövegben egy korábbi információhoz, illetve nem vagy kevésbé alkalmazzuk a metakognitív szabályozási módszereket. Összességében tehát elmondhatjuk, hogy az ismeretek és információk hatékonyabban adhatók át nyomtatott formában. (A fenti kutatási eredményeket egyébként érdemes volna figyelembe venni a 21. századi oktatás, különösen felsőoktatás megszervezésében is.)

Mindez arra a következtetésre vezet, hogy ugyan a nyomtatott média a legaktuálisabb hírek kommunikálásában, azaz a hírversenyben nem veheti fel a versenyt az internetes médiafelületekkel, azonban az összefüggések feltárásában, az oknyomozó munkával elért eredmények hatékony közvetítésében valós versenytársa lehet, sőt, akár sikeresebbnek is bizonyulhat az internetes médiafelülethez képest. Így pedig már könnyebben érthető az is, hogy miért olyan fájó pont a végtelen mennyiségű internetes felület korában a sajtószabadság szempontjából tekintve egy megbízható napilap elvesztése.