

Bátorfy Attila

Egy autoriter médiarendszer felé tartó ország: Magyarország

A magyar sajtószabadság eróziója folyamatosan és jól dokumentált, a külföldi érdeklődők számára is hozzáférhető tény. A politikatudománynak vannak egymással vitatkozó elméletei a magyar politikai berendezkedés rendszerszintű értelmezéséről, viszont a magyar médiaszintér tulajdonságainak elméleti szintű megközelítései szórványosak és hiányosak. Ebben a tanulmányban a 2010 óta hatalmon lévő Orbán-kormányok által önkényesen – adminisztratív-szabályozási, állami finanszírozási és kommunikációs eszközökkel – átalakított magyar médiarendszer tulajdonságainak leírása alapján arra teszek kísérletet, hogy elhelyezzem azt a klasszikus és újabb médiarendszer-elméletek között, és ezzel kiegészítsem az eddigi megfigyeléseket néhány újabbal. Rámutatok arra, hogy Orbán Viktor médiával kapcsolatos tekintélyelvű elképzelései már legalább az első kormányzása óta világosak voltak, és amellet fogok érvelni, hogy noha a magyar médiarendszer a kevert jellegzetességei ellenére nem passzol egyetlen médiarendszer-elméletbe sem, ez csakis annak köszönhető, hogy ezek az elméletek utólag rajzolnak kontúrokat a dinamikusán változó médiatereteknek. Ennek belátása véleményem szerint abban segíthet bennünket, hogy a hatalom és a média viszonyának vizsgálatakor azonosíthassuk a médiarendszerek archetípusait. Ezt a média autoriter átalakításhoz használt eszközök és hatásaik bemutatásán keresztül teszem meg, és amellet fogok érvelni, hogy a magyar médiarendszer a Siebert, Peterson és Schramm (1956/1984) által felállított kategóriák közül dinamikájában az autoriter és ezen belül is a szovjet-kommunista típusú médiarendszerhez hasonlít.¹

Kulcsszavak: médiarendszerek, médiaszabadság, politika és média, politikai befolyás, sajtószabadság

Hungary: A Country on the Path Toward an Authoritarian Media System

The erosion of the freedom of press in Hungary is a constantly and well-documented fact, accessible to foreign visitors. Political science has competing theories for a systemic understanding of the Hungarian political establishment, but theoretical approaches to the characteristics of the Hungarian media landscape are sporadic and incomplete. In this paper, based on a description of the properties of the Hungarian media system, which has been arbitrarily transformed by the Orbán governments in power since 2010 through administrative-regulatory, state funding and communication tools, I attempt to situate it between classical and recent media system theories and thus complement the observations made so far with some new ones. I will point out that Orbán's authoritarian ideas about the media have been clear at least since his first government and argue that although the Hungarian media system, despite its mixed features, does not fit into any media system theory, this is only because these theories draw the contours of the dynamically changing media spaces after the fact. Recognising this, I believe, can help us to identify archetypes of media systems when examining the relationship between power and media. I will do this through an illustration of the tools and their effects used for authoritarian media transformation and will argue that the Hungarian media system, among the categories established by Siebert, Peterson and Schramm, is similar in its dynamics to the authoritarian and the Soviet-communist media systems.

Key words: freedom of press, media and politics, media freedom, media system theories

¹ A 2018-ban írt tanulmány eredetileg „Hungary: A Country on the Path Toward an Authoritarian Media System” címmel jelent meg 2019-ben az akkor ismert adatok és folyamatok alapján itt: Angelos Giannakopoulos (ed.): *Media, Freedom of Speech and Democracy in the EU and Beyond*, pp. 31–47. Tel-Aviv: Tel-Aviv University. S. Daniel Abraham Center for International and Regional Studies. A szerző nézetei azóta néhány dologban módosultak és finomodtak, jelenlegi nézeteit lásd Bátorfy (2022).

1. Bevezetés

2018. november 28-án az addig a kormánypárthoz kötődő médiavállalkozók közösen összesen 476 televíziót, rádiót, nyomtatott lapot, hírportált és plakátcéget adtak át ingyenesen az alig néhány hete létező Közép-Európai Sajtó- és Média Alapítványnak (KESMA). Ezeket a médiumokat a médiakutatók addig is egységes, többnyire központilag irányított kormánypropaganda-konglomerátumként kezelték, ám a külföld felé addig nehéz volt adatalapon amellet érvelni, hogy ezek a médiavállalkozások csak papíron függetlenek, hiába van tizennégy tulajdonosuk, valójában egyetlen nagy halmaz elemei. A magyar médiakutatók számára ez a fejlemény annyiban hozott új helyzetet, hogy ez a cégszerűen is megmutatózó koncentráció jelentős mértékben megkönnyíti a további, egyébként sokszor kifejezetten fárasztó érvelést. Ekkora, egy kézben koncentrálódó médiabirodalom a szocialista pártállami sajtó 1989-es megszűnése óta nem volt Magyarországon. A kormánypárti cégek összesített árbevétele 2017-ben összesen 35,6 millió euró volt, ami a teljes magyar médiapiac összesített árbevételének 43 százaléka (Whitereport-CEU CMDS 2019). Az alapítványi formában felálló médiamonstrumot a miniszterelnök rendeletével „nemzetstratégiai jelentőségű” és „közérdekű” címkével látták el, hogy a Gazdasági Versenyhivatal ne folytathassa le a versenyfelügyeleti eljárást, csak jóváhagyja az egyesülést. A kormánypárti delegáltakból álló Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) pedig hivatalból eljárást indíthatott volna a médiakoncentráció megállapítására és az összefonódás megtiltására, de ezt ebben az esetben nem tette meg. A magyar média helyzetére korábban érzékenyen reagáló Európai Unió szervei erre a felállásra már nem reagáltak, az ellenzéki szocialisták és a Magyar Újságírók Országos Szövetsége az Alkotmánybírósághoz fordultak, a Szabad Pécs nevű vidéki hírportál és a Társaság a Szabadságjogokért nevű civil szervezet pedig 2019. január közepén a Fővárosi Törvényszéken támadta meg a fúziót, mert álláspontjuk szerint az eljárás több szempontból törvény- és alkotmányellenes volt, tovább torzítja a piaci viszonyokat, és súlyosan sérti a nyilvánosság sokszínű tájékozódáshoz való jogát. A perek jelenleg folyamatban vannak.

A kormány fenti lépése véleményem szerint nagyon jól megvilágítja, hogy a médiáról alkotott elképzelései érdekében milyen eszközökhöz hajlandó nyúl. Egy ilyen mértékű centralizáció és koncentráció nem csupán az európai irányelvekkel ellentétes (CoE 2007 vö. Gálik 2010), hanem megsérti a hatályos magyar médiatörvény jelentős befolyásolási erőre (JBE), valamint a horizontális és vertikális koncentrációra vonatkozó korlátozásait is (Médiatörvény 2010: A67–70). Ahhoz, hogy az illetékes hatóságok ne tudják érdemben vizsgálni a koncentrációt, a magyar miniszterelnök – jelezvén, hogy ez számára különösen fontos ügy – egy saját maga által jegyzett rendelettel² a közérdekre és a nemzetstratégiai jelentőségre hivatkozva egy 2013 októberében elfogadott másik jogszabály (Act LVII 2013: A24, A96–97) alá rendelte a médiamonstrum működését, amely jogszabály lehetőséget ad a kormánynak arra, hogy a neki tetsző monopóliumokat és oligopóliumokat kivonja a versenytörvény azon rendelkezései alól, amelyek megakadályozhatnák a tisztességtelen piaci magatartást, az erőfölénnyel való visszaélést és a túlzott piaci koncentrációt. A médiahatóságnak még ugyan lett volna lehetősége saját hatáskörben vizsgálatot indítani, ám a száz százalékos kormánypárti delegáltakból álló hatóság ebben az esetben nem indított eljárást.

Van még egy fontos mozzanat az esetben: a nemzetre és a közérdekre való hivatkozás. Az Alapítvány által kiadott közleményben megjelölt célok között a következők szerepelnek: a nemzeti öntudat erősödését szolgáló tevékenység segítése, a helyi sajtó támogatása, a magyar írott sajtó megőrzése, a hagyományos nyomtatott magyar sajtókultúra megőrzése, a nemzeti értékeken alapuló magyar közbeszéd formálása és a nemzeti értékeket valló nemzedék felnevelése. Az alapítvány élére kinevezett egykori fideszes képviselő, az azóta lemondott Varga István pedig egy vele készült interjúban amellet érvelt, hogy az alapítvány létrehozásának oka a nemzeti, keresztény, konzervatív alapokon nyugvó, kiegyensúlyozott, hiteles tájékoztatás megteremtése volt a baloldali-liberális médiatúlsúllyal szemben.

2 A Kormány 229/2018. (XII. 5.) Korm. rendelete a Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány által az ECHO HUNGÁRIA TV Televíziózási, Kommunikációs és Szolgáltató zártkörű Részvénytársaság, a Magyar Idők Kiadó Korlátolt Felelősségű Társaság, a New Wave Media Group Kommunikációs és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság, valamint az OPUS PRESS Zártkörűen Működő Részvénytársaság megszerzésének nemzetstratégiai jelentőségűvé minősítéséről, *Magyar Közlöny*, 2018. XII. 5. 229. o.

2. Elméleti háttér

A médiarendszer-elméletek szükségszerűen mindig torzítanak valamelyest, hiszen az egyes országok, régiók közös tulajdonságaira koncentrálnak, és azok alapján próbálnak kategóriákat létrehozni, míg a nyilvánvaló különbségeiket elkenik. Szintén közös ezekben az elméletekben, hogy alapvetően a nyugati világ liberális demokráciáinak szabad és plurális médiarendszereit tekintik zsinórmértéknek. Ez a normativitás a kritikák ellenére nem önkényes, mivel a demokráciák fejlettségi szintje és a sajtószabadság szintje összefügg: diktatúrákban a hatalmat ellenőrző, az állampolgárok tájékozottságához és átgondolt döntéseihez elengedhetetlen független, kritikus média nem létezik, csak propaganda.

Minden rendszerelmélet saját korának szülötte, csak a már megtörtént eseményekből, megfigyelt és dokumentált információkból tud dolgozni, a jövőt nem látja, nem láthatja előre. Ebből adódóan számos elmélet tűnhet idejétmúltnak vagy részlegesnek. Problematikus, hogy a rendszerelméletek ritkán képesek megragadni a változások dinamikáját, ezért tűnhetnek egyes kategóriák rugalmatlannak. A rendszerelméletek sajátja továbbá, hogy tipizálnak, sűrítenek, így csak korlátozottan, megkötésekkel érvényesek. Mindez elvezethetne bennünket Colin Sparks (2017) azon kérdéséhez, hogy amennyiben a médiarendszerek ennyire különbözőek, a kategóriákkal pedig ennyi baj van, úgy összehasonlíthatók-e egyáltalán a médiarendszerek. Úgy gondolom, hogy noha a fentebbi kérdéseket figyelembe véve kell értékelni a médiarendszer-elméleteket, mégis az egyes médiarendszereknek vannak olyan leírható tulajdonságaik, amelyek alapján külön típusokként azonosíthatók.

A médiarendszer-elméletek első, a további elméletek kiindulópontját jelentő klasszikusa Fred Siebert, Wilbur Schramm és Theodore Peterson 1956-ban megjelent, azóta több kiadást is megélt *Four Theories of Press* című könyve. Történeti vizsgálódásaik során az azonosított jellemzők alapján négy ideológiavezérelt sajtórendszert különböztettek meg:³ a tekintélyelvűt, a libertáriust, a társadalmilag elkötelezettet és a szovjet típusút. Ezeket a típusokat én archetípusoknak tekintem, mivel úgy vélem, hogy a típusok mögött meghúzódó ideológiák – ha különböző mértékben is – a mai napig velünk élnek.⁴ Természetesen ritka, hogy ezek az archetípusok egy országon belül sokáig érvényben legyenek, vegytiszta formájában csak a szovjet-típusú médiarendszer élt a kommunista Szovjetunióban és csatlósállamaiban, illetve a szélsőségesen autoriter médiarendszer a náci Németországban, a fasiszta Olaszországban és más autoriter rezsimekben. Ugyanakkor a tekintélyelvű, a libertárius és a társadalmilag felelősségvállaló archetípusok plurális médiapiacokon egyszerre is tudnak érvényesülni, de – mint látni fogjuk – még a szovjet típusú médiarendszer tulajdonságai is virulensek lehetnek egy kevert, plurális médiarendszeren belül.

A médiarendszer-elméletek másik nagy hatását, alighanem legtöbbet idézett, éltetett és kritizált műve Daniel C. Hallin és Paolo Mancini 2004-ben megjelent *Comparing Media Systems* című hatalmas tanulmánya, amelyben azt vizsgálták, hogy a politikai berendezkedés korrelál-e a médiatér leírható tulajdonságaival, és ha igen, akkor milyen mértékű ez a politikai párhuzamosság. Megfigyeléseik és adataik alapján ők három médiarendszert különböztettek meg (Hallin & Mancini 2004/2008: 107–274): a mediterrán vagy polarizált-sokszínű modellt, az észak-közép-európai vagy demokratikus-korporatív modellt, illetve az észak-atlanti vagy liberális modellt. Ennek a tanulmánynak nem témája Hallin és Mancini módszertana, kategóriái és elmélete nyomán szétburjánzó kritikai szövegkorpusz bemutatása,⁵ de Magyarország szempontjából döntő, hogy Közép- és Kelet-Európa posztszocialista országaival akkor nem foglalkoztak, csak később, a kritikák hatására kísérelték meg az elméletet kiterjeszteni más régiókra, kontinensekre is (Hallin & Mancini 2012).

Részben ennek a hiányosságnak is köszönhető, hogy a *Comparing Media Systems* összehasonlító módszertanából kiindulva, azt továbbgondolva a régió médiakutatói igyekeztek a posztszocialista országokat is feltenni a térképre, és több hasonlóságot állapítottak meg Hallinék mediterrán-polarizált sokszínű modelljével.

3 A szerzők a korszak adottságai miatt szinte kizárólag a nyomtatott sajtóval és az újságírással foglalkoztak, ezért könyvükben sajtórendszerekről beszélnek. Értelemszerűen ma már médiarendszert használunk, én is médiarendszerekként használom a kategóriáikat.

4 A négy alapkategóriát többen igyekeztek kiegészíteni, jelentős hozzájárulás az elmélethez Robert Picard (1985) demokratikus-szocialista kategóriája.

5 A kritikákat összefoglalja és azokat további szempontokkal bővíti legújabbban Sparks (2017: 36–64).

Nem előzmények nélkül. Számos kutató (Splichal 1994, Wyka 2007, Jakubowicz & Sükösd 2008, Sipos 2010, Bajomi-Lázár 2017a) a régió médiapiacainak átalakulásában párhuzamot és analógiákat látott a Berlusconi-féle olasz médiamoddellel, így a posztzocialista közép- és kelet-európai médiaátalakulásokat, köztük a magyart is nevezték olaszosodásnak, mediterránizációnak, illetve berlusconizációnak is.

Ugyanakkor az új, kiegészítő elméletekben azonban mindenképpen közös, hogy a posztzocialista országok médiarendszereiben egyfajta kevert, nyugat, kelet és dél határain ingadozó, átmeneti, harmadikutas fejlődést azonosítottak, de az országok között számos, nem pusztán árnyalatnyi különbözőségre is rámutattak (Jakubowicz & Sükösd 2008, Dobek-Ostrowska et al. 2010, Mihelj & Downey 2012, Dobek-Ostrowska & Głowacki 2015, Bajomi-Lázár 2017a).

3. A magyar médiarendszerről szóló elméletek

Az elméletbe Magyarországot is beillesztő, illetve kizárólag Magyarországra vonatkozó szakirodalmi források száma első ránézésre soknak tűnik. Egy részük más posztzocialista országok médiarendszerével együttesen tárgyalja Magyarország helyzetét, több azonban nem a médiaelmélet fogalmi keretét, hanem a politikatudományból kölcsönzött fogalmakat használja.

Mindezek közül álláspontom szerint a Magyarországra jellemző legjobb leírást Dobek-Ostrowska és Głowacki adja (2015). Kategorizálásuk szerint Magyarország az átpolitizált médiarendszerű posztzocialista országok közé tartozik, ahogy Horvátország, Románia, Szerbia és Bulgária. Ennek a csoportnak a közös jellemzője szerintük a gyenge és labilis demokrácia, a folyamatosan romló teljesítmény a sajtószabadság-rangsorokban, a kereskedelmi szektor vegyes külföldi és hazai tulajdona, a pártos közéleti sajtó és hírmédia pártpolitikai beágyazódottsága, a tulajdonosok kötődése és kitettsége a politikai pártoknak, valamint a külföldi tulajdonosok távolságtartása a közéleti és a politikai tartalmaktól. Úgy gondolom azonban, hogy a magyar média részben már akkor számos közös jellemzőt mutatott a szerzők által a tekintélyelvű csoportba sorolt Oroszországgal és Fehéroroszországgal is. Ilyen jellemző például a centralizált politikai hatalom, a verseny látszólagossága, a viszonylag még független online média egyre szűkülő tere, valamint az újságírók *de facto* politikai aktorként való átértelmezése. Ezek a jellemzők pedig 2015 óta csak erősödtek Magyarországon.

A részben a politikatudomány fogalmaival és nyelvi játékaival is operáló, főként magyar szerzők által előállított szakirodalom nyilvánvalóan az erős politikai befolyás, az egypártrendszer összeomlása után politikai szimpátia szerint széttöredezett pártos sajtó és a politikai párhuzamosság miatt kölcsönöz onnan. Így a magyarországi média esetében korábban találkozhattunk a *pártgyarmatosítás* fogalmával (Bajomi-Lázár 2013a, 2013b), a kormányzati hatalom terjeszkedésével szűkülő és korrumpálódó plurális médiapiac modelljének leírásakor pedig a *foglyul ejtett* (Urbán et al. 2017, Bátorfy 2017), a *haveri* (Martin 2017), valamint a kormánypárt működését szervezett bűnözői csoportként leíró elméletet a médiára is kiterjesztő *maffiaszerű* kategóriákkal (Magyar 2016). Újabban Bajomi-Lázár Péter (2019) a rendszer leírásakor a putyinista-modellre hasonlító patrónusi-kliensi médiarendszert használja.

Az évek során fontos tényalapú szövegfolyammá állt össze a firenzei European University Institute Center for Media Pluralism and Freedom által irányított összeurópai Media Pluralism Monitor nevű összehasonlító kutatása. Bár maga a központ nem rangsorol, és óvakodik a rendszerszintű kategóriák felállításától, a magyar média helyzetével foglalkozó kemény adatokra és ellenőrizhető információkra épülő narratív jelentések a politikai befolyásolás és a piaci sokszínűség dimenzióját egyre nagyobb kockázatúnak ítélték meg (Brouillette et al. 2017, Bognár et al. 2018).

Érdemes még kitérni a konvencionális sajtószabadság-rangsorok kategóriáira is. A Freedom House Freedom of the Press globális osztályozása szerint Magyarország a legfrissebb értékelés szerint 44 ponttal a *részben szabad* kategóriába került (Freedom House 2018), míg a Reporters Sans Frontières (2018) újságírószervezet szerint Magyarország „problematikus” ország, globálisan a 73. helyen állt 2018-ban, és az Európai Unió országai közül csak Görögország és Bulgária végzett rosszabb helyen. Ezek a rangsorok minden módszertani kritikájuk ellenére azért jók, mert láthatóvá teszik a trendeket.

4. Az Orbán-kormányok médiapolitikája

Orbán Viktor miniszterelnök és a kormányzó Fidesz nagyon hosszú politikai utat tett meg a „liberális kedvenc” szereptől a „jobboldali-populista” szerepig, ezzel párhuzamosan pedig a médiáról és annak feladatáról vallott nézetei is radikálisan megváltoztak. A rendszerváltáskor Orbán az akkori hazai és nemzetközi baloldali és liberális sajtó ünnepelelt sztárja volt, ám ugyanez a sajtó kezdett el foglalkozni a rendszerváltás utáni korrupciógyanús privatizációk Fideszt érintő ügyeivel is, ami miatt Orbán viszonylag hamar ellenségként kezdte el kezelni a tőle független médiát.

Orbán és a Fidesz „konzervatív-keresztény fordulata” 1993-tól bontakozott ki. A médiával kapcsolatos nézetei pedig már az első, 1998-as választási győzelmét megelőzően nagyban merítették a kilencvenes évek eleji szélsőjobboldali, radikális és antiszemita szubkultúrák azon narratívájából, miszerint a magyar médiát az összeomló pártállam egyfelől kiárusította a „nemzetietlen” multinacionális tőkének, másfelől a privatizáció során átmentette tájékoztatási monopóliumát a posztkommunista üzleti és értelmiségi elitnek. Az első Orbán-kormány álláspontja szerint a rendszerváltás utáni médiaviszonyok nem tisztességes versenyben alakultak ki, a magyar médiapiacra pedig nem artikulálódnak súlyuknak megfelelő mértékben a keresztény, polgári, nemzeti gondolatok. Ez az igazságokat, de megannyi tévedést (Juhász 2004: 69–71) is felmutató erkölcsi és gazdasági narratíva lett az első Orbán-kormány médiapolitikájának alapja (vö. Monori 2005: 278–284, Paál 2013: 124–125), az átalakítás fő eszköze pedig az állam erőforrásainak diszkriminatív felhasználása volt.

Az első Orbán-kormány médiapolitikájának átalakításra bevetett eszközei semmiben nem különböztek a 2010 óta folyamatosan regnáló Orbán-kormányok eszközeitől, csupán intenzitásukban voltak gyengébbek. Közpénzből megerősítették a konzervatív Magyar Nemzet napilapot, szintén közpénzből elindították a Heti Válasz hetilapot, a közmédiát pedig erőszakos személyi cserékkel állították át a saját oldalukra. Már akkor igyekeztek domesztikálni a szélsőjobboldali véleményeket a konzervatív-polgári nyilvánosságban (a radikális-jobboldali, sokszor antiszemita Új Magyarországot beolvasztották a Magyar Nemzetbe), az állami hirdetéseket, főként a legnagyobb állami tulajdonú vállalat, a Szerencsejáték Zrt. hirdetéseit (Bajomi-Lázár 2005: 44–45, Paál 2013: 285) pedig átírányították a saját lapjaikba. Ebből a Fidesz és Orbán Viktor azt a következtetést vonta le, hogy ezen a téren nem voltak elég radikálisak, a választási vereséget pedig a továbbra is jelentős részben „balliberális médiatúlsúly” kormányellenes tudósításainak tudták be. Mindezt annak ellenére, hogy jól dokumentált a közmédia fideszes megszállása, az akkor még hatalmas nézettséget produkáló két nagy kereskedelmi csatorna, a TV2 (Pro7Sat1) és az RTL Klub (Bertelsmann) szinte teljes politikasemlegessége (Bajomi-Lázár 2005: 41), valamint a német kiadók (Axel Springer, Bertelsmann, Gruner + Jahr, Ringier, Westdeutsche Zeitung) politikasemlegessége és a közéleti tartalmaktól való tartózkodása (Galambos 2008).

A 2002 és 2010 között ellenzékben lévő Fidesz lassú médiaépítkezésbe kezdett. Elindítottak egy hírcsatornát (Hír TV), két rádiót (Lánchíd Rádió, Class FM), felvásároltak néhány plakátcéget, továbbá néhány Orbánnal szimpatizáló üzletember a Fidesz szolgálatába állította saját médiumait (Magyar Hírlap, Echo TV, Helyi Téma). Ehhez érdemes hozzátenni, hogy a Fidesz ellenzékben is élvezte a közmédia számos fontos hír- és közéleti műsorának feltétlen támogatását és elfogultságát (vö. Monori 2005: 285–287), ahogy azt is, hogy a 2006-os önkormányzati választások után a túlnyomó többségben fideszes vezetésű települések a helyi sajtót szimpla pártszócsővé alakították át (Kitta 2013: 250).

A 2010-es választások óta tartó Orbán-korszakot médiaszempontból két időszakra lehet osztani, ezt a két időszakot pedig a 2014-es választási győzelem utáni éles cezúra választja el. 2010 és 2014 között a kormánypárti média Orbán gyerekkori barátja, Simicska Lajos személye körül koncentrálódott. Ezt az időszakot az állam személyi és anyagi erőforrásainak magánérdekből történő korrump kiaknázása jellemezte, ezt tükrözi az erről az időszakról szóló tudományos munkák értelmezése is, amelyek egyfelől a *state capture* (Bátorfy 2015, 2017, Urbán et al. 2017), másfelől a haveri kapitalizmus (Tóth & Fazekas 2015, Szeidl & Szűcs 2017, Martin 2017), illetve a maffiaállam (Magyar 2016) elméleti kereteibe illeszkednek.

Ezek közös jellemzője, hogy a magyar médiarendszert a 2010 és 2015 közötti időszakban minden korábbinál erőteljesebben átszötték a személyes lekötelezettségen alapuló, informális, közpénzből finanszírozott korrupciós aktusok, és ezeken keresztül elvárt feltétlen lojalitás a miniszterelnök, a kormány és a párt felé. Ennek szakító-próbája volt Orbán és addigi barátja, Simicska 2015 tavaszi elhíresült összeveszése, amely után az orbánisták

kivonultak a Simicska tulajdonában lévő médiumokból, amelyek ezután elvesztették állami hirdetéseiket, és végül az oligarcha Orbán 2018-as harmadik kétharmados győzelme után eladta – a kormánypárti nyilvánosság értelmezésében „visszaadta” – jelentős veszteségeket termelő médiacégeit a pártnak.

2015 és 2018 között azonban a Simicska tulajdonában maradó médiumok pótlását meg kellett oldani. Ezt egyrészt új médiumok indításával oldották meg (Magyar Idők, Lokál, Ripost, 888.hu, Karc FM), másrészt multinacionális cégek állami kölcsönből történő kivásárlásával (Origo, TV2, vidéki napilapok), harmadrészt pedig magyarországi vállalkozások felvásárlásával (Mandiner, Figyelő, Rádió1). A külföldi cégek kivonulása különösen szembetűnő: ebben a három évben a Pro7Sat1, a Deutsche Telekom, a WAZ-Funke csoport és a Lapcom mögött álló amerikai befektetőcég is kormányközeli oligarcháknak adta el mediabefektetéseit (Bátorfy 2017). Ebbe a portfólióba szálltak vissza Simicska, illetve a Fidesz klasszikus médiumai 2018-ban, és ennek a portfóliónak a tulajdonosai ajánlották fel 2018 november végén ingyenesen médiacégeiket az újonnan létrehozott, non-profitként bejegyzett alapítványnak.

5. Eszközök

Tapasztalatom szerint a médiakutatók többsége saját országának médiarendszerét egyedinek tartja. Nem páratlanak, de számos olyan tulajdonságát tudja felsorolni, amely szerinte más országokra nem jellemző. A magyar médiarendszer tulajdonságainak egyik eleme sem egyedi, nem is újdonság, ahogy a kormányzat módszereiben sincsen semmi újszerű. A magyar kormány 2010 óta semmilyen csak rá jellemző új eszközt nem talált ki a média függőségi viszonyba hozására, ezek az eszközök adottak voltak, csak használni kellett őket. A kormány alapvetően az alábbi három eszközt használta: szabályozás-adminisztráció, állami finanszírozás és kommunikáció.

5.1. Szabályozás-adminisztráció

A magyar médiapolitika és médiaszabályozás nem univerzalisztikus, hanem – ahogy Bajomi-Lázár rámutatott – partikularisztikus (Bajomi-Lázár 2017), vagyis az állami adminisztráció különféle szintjeit a kormányzat bizonyos szereplők és ideológia helyzetbe hozására, mások ellehetetlenítésére használja. Ennek látványos megnyilvánulása a lebegő szabályozás (*floating regulation*) alkalmazása, amely során az NMHH vagy a Gazdasági Versenyhivatal akár az alkotmányt, akár a hatályos médiatörvényt önkényesen, egyes szereplőket jutalmazva, másokat büntetve értelmezheti. Ennek az önkényes szabályozásnak köszönhető a teljes rádiós piac átalakítása (Nagy 2016a, 2016b), a teljes plakátpiac átalakítása (Bátorfy 2015), a nem kormánypárti médiacégek fúziós kérelmének elutasítása, a kormánypártiak engedélyezése. Ide sorolom továbbá az eredetileg az ország legnagyobb kereskedelmi televíziójára, az RTL Klubra szabott reklámadót is, amelyet végül az Európai Unió eljárására a kormány szétterített a teljes médiapiacon.

5.2. Állami finanszírozás

Az állami források elosztása szintén partikularisztikus, jutalmazó-büntető természetű. Az állami hirdetések aránya a médiapiac teljes reklámbevételén belül 2018-ban már 30 százalékos volt, ami elképesztően magas szám. Az állam hirdetésre fordított forrásainak átlagosan háromnegyedét kapták 2018-ban a kormánypárti médiacégek, egyes szegmensekben a részesedésük 90 százalék fölötti volt. A kormánypárti média állami reklámbevétele a Kantar Media kutatócég listaáras hirdetési adatai alapján 234 millió euró volt 2018-ban. Számos kormánypárti médium teljes bevételének 75–80 százalékát kapja az államtól. Az állami hirdetések azonban nem csupán a kormánypárti média jutalmazására, hanem a kiszolgáltatott kritikus média elcsendesítésére is alkalmasak. Az utóbbi időben számos állami hirdetés jelent meg ismét anyagi gondokkal küszködő baloldali-liberális médiumokban, viszont a szándék nem az állami források igazságosabb elosztása, hanem a függőségi viszony kiterjesztése volt (Bátorfy & Urbán 2019).

A kormánypárti médiabirodalom kialakulásában jelentős szerepet kaptak az állami kölcsönök is. Az állam által folyósított kölcsönből vásárolták meg a német Pro7Sat1-tól a TV2-t, a német Deutsche Telekomtól az Origo.hu hírportált és a Mediaworks kiadót (Bátorfy 2017: 20–21).

Az állam ilyen mértékű súlya a médiapiacra az egyértelmű piactorzító szándékok nélkül is problematikus lenne. Így azonban a kormánypárti médiumoknak nem kell a piacon a hirdetési bevételekért versenyezniük, mivel az állam közpénzből akár még a veszteségeiket is finanszírozza.

5.3. Kommunikáció

A kormánnyal szemben kritikus újságírók és lapok elleni retorikai agresszió, online zaklatás, fenyegetés mindennaposnak mondható (Tófalvy 2017).^{*} Kommunikációs szinten ez központosított rágalomhadjáratokat, stigmatizációt, szovjet típusú kompromatkampányokat jelent, egyes esetekben a rendvédelmi szervek és a titkosszolgálatok bevonásával (Mills & Sarikakis 2016). A kritikus médiát „Soros-média”, „fake news gyár” címkékkel látják el, újságírókat listázzák, idegen érdekeket képviselő hazaárulókként, politikai aktorként bélyegzik meg, számos esetben törvényszegéssel, erkölcstelenséggel vádolják meg. A kommunikáció körébe tartozik a kormánypárti sajtó kiterjedt, orosz mintájú álhír- és dezinformáció-terjesztése is (CRCB 2018).

Ennek a kommunikációnak jelentős részét kormánypárti újságírók végzik. Tudományos szintű kutatásuk és leírásuk még nem történt meg, időnkénti öndefinícióik alapján azonban fel lehet rajzolni számos tulajdonságukat. Ezeknek az újságíróknak többsége közpénzből finanszírozott médiumoknál dolgozik. Az újságírói tevékenységet egyben politikai tevékenységként értelmezik, ebből adódóan számukra nem létezik politikai, ideológiai vagy anyagi érdekektől mentes újságírás, csak érdekvezérelt. Ezeket az érdekeket minden áron érvényesíteni akaró politikai szereplők, akik nem válogathatnak az eszközökben. Írásaikra jellemző a cinikus és háborús retorika, a rasszista, etnocentrista, nemzeti-soviniszta ideológia, az antiliberalizmus és antikommunizmus, a férfiaság és az akarat dicsőítése, a feminizmus és a kompromisszum keresésének és a hibák elismerésének elvetése, amely utóbbit a gyengeség jelének tartanak. Világértelmezésük tudományellenes, gyakran alkalmazzák a konzervativizmus és a kereszténység önkényes definícióit, továbbá bizonyos tudományos kérdésekben saját szakértőket állítanak a „baloldali-liberális” szakértőkkel szemben. Az ezekkel való szembesítést általában hevesen tagadják.

6. Következtetések

Úgy gondolom, hogy Orbán Viktor médiaideológiájára és a magyar médiarendszerre Siebert, Peterson és Schramm már 1956-ban adekvát kategóriákat adott meg, csak az akkori történelmi helyzetben ezek a kategóriák nem egymás mellett voltak kénytelenek élni, hanem minden vizsgált országban volt egy uralkodó ideológia, amely jellemzőbb volt, mint a többi. A magyar kormány hatalmi logikája szerint a magyar médiarendszer akkor működne helyesen, ha autoriter/kommunista típusú központi irányítású médiarendszer lenne, és az Orbán-kormányok fentebb ismertetett médiapolitikája és alkalmazott eszközei ezt támasztják alá.

A magyar média kormánypárti része, továbbá a független-kritikus média egy része kizárólag a miniszterelnök és a kormány kegyéből létezhet, jóváhagyással. Az autoriter rendszerekre jellemző módon a magyar médiacégek vegyesen köz- és magántulajdonban vannak, csökkenő külföldi részesedéssel, ám kérdés, hogy a kormánypárti sajtó mennyiben tekinthető magántulajdonnak, ha fenntartásukat az állam közpénzből finanszírozza, különben tönkremennének. A kormány a sajtó elsődleges feladatának vegyesen a kormányzati politika ismertetését, hatékonyságának növelését tartja, ám emellett számos esetben a hatalom ökleként, a büntetés szállítóiként használja saját médiáját. A kommunista-típusú médiarendszerekből a miniszterelnök és a kormány bárminemű kritikájának tilalmát, a botrányok elhallgatását és tagadását, továbbá a kritikusok megfigyelésre, besúgásra,

^{*} Magyarul lásd Tófalvy Tamás „Újságírók online zaklatása” című írását e lapszámunkban – A szerk.

rágalmakra és kompromatkampányokra építő ellehetetlenítését, adminisztrációs részről pedig gazdasági fenyegetésüket örökítette tovább. Ez nem azt jelenti, hogy a magyar médiában ne lennének jelen a libertárius vagy társadalmilag érzékeny rendszerre jellemző médiumok, újságírók, eszmények a kormánnyal kritikus oldalon. Terük szűkítésére, cenzúrázásukra és megszüntetésükre azonban Orbán nem nyílt és totális eszközöket használ, hanem gazdasági, adminisztratív és hatósági eszközöket, továbbá lejáratókampányokat.

Orbán és a kormánypárti média gyakran hivatkozik a nemzet érdekére, amikor ezekkel az eszközökkel él, így nemzeti érdek volt a multinacionális cégek kiszorítása, a kormánypárti média állami forrásokból való felépítése és életben tartása, újságíróik állami díjakkal való kitüntetése, és ugyanúgy nemzeti érdek a kritikus média elleni folyamatos harc is. A politikatudomány gyakran használ Orbán Viktor hatalomgyakorlására foci hasonlatot, vagyis hogy Orbán önkényesen megváltoztatta a játékszabályokat, és földmunkával úgy alakította át a focipályát, hogy az ellenzék felé lejtessen. A nem nyíltan diktatórikus eszközökkel operáló orbánizmusra Fareed Zakaria (1997) nyomán az illiberális állam, Steven Levitsky és Lukan A. Way (2010) után a hibrid/kompetitív-autoriter rezsim fogalmat használja a politikatudomány abból kiindulva, hogy a demokratikus intézményrendszer, ha a kormánytól nem is független, de még mindig létezik, és a kormány választások útján leváltható még akkor is, ha a szabályok egyértelműen úgy vannak átalakítva, hogy megnehezítse a leváltását.

Ebben a versenyhelyzetben csak az ellenzék kreativitásán, találékonyságán múlik, hogy az autoriter vezetőt és kormányát le lehessen váltani, de – érvelnek a politológusok – számos példa van rá, hogy ez nem lehetetlen. Ebben az értelemben a magyar médiarendszer kevert, hibrid. Mivel ahogy a médiakutatók, úgy ők sem látnak a jövőbe, ennek tudományos esélye ötven százalék. Ha a tendenciákat nézzük, és kizárólag a magyar média helyzetét, akkor azt látjuk, hogy 2010 óta a magyar médiarendszer különösebb ellenállás nélkül elindult az autoriter/kommunista típusú médiarendszer irányába, és egyelőre nem látni, hogy mi lenne az akadálya annak, hogy akár az Európai Unió belül kiteljesedjen.

Irodalom

Jogszabályok

2010. évi CLXXXV. Törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000185.tv>

2013. évi CXCI. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény módosításáról, <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1300191.TV>

Szakirodalmi források

Bajomi-Lázár Péter, szerk. (2005): *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Bajomi-Lázár Péter (2013a): From One-Party to Multi-Party Media Control – and Back. Paradigm Shifts in Hungary's Media Politics. *Global Media Journal/Slovak Edition*, vol. 1, no. 1, pp. 26–41.

Bajomi-Lázár Péter (2013b): The Party Colonisation of the Media. The Case of Hungary. *East European Politics & Societies*, vol. 27, no. 1, pp. 67–87.

Bajomi-Lázár Péter, szerk. (2017a): *Media in Third-Wave Democracies: Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*. Budapest: L'Harmattan.

Bajomi-Lázár Péter (2017b): Particularistic and Universalistic Media Policies: Inequalities in the Media in Hungary. *Javnost/The Public*, vol. 20, no. 2, pp. 162–172.

Bajomi-Lázár Péter (2019): A patrónusi-kilensi médiarendszer és az újságírói szükségletek Maslow-piramisa. *Médiakutató*, 20. évf. 1. sz. 41–58. o.

Bátorfy Attila (2015): How did the Orbán-Simicska Media Empire Function? *Kreatív*, 2015. IV. 15., http://kreativ.hu/cikk/how_did_the_orban_simicska_media_empire_function.

- Bátorfy Attila (2017): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig: Orbán Viktor és a kormány média-modellje 2014 után. *Médiakutató*, 18. évf. 1-2. sz. 7–30. o.
- Bátorfy Attila (2022): Felvásárolt nyilvánosság. A támogatott beszéd problémája és a magyar kormány hirdetési gyakorlata. *Médiakutató*, 23. évf. 1. sz. 29–43. o.
- Bátorfy Attila & Urbán Ágnes (2019): State Advertising as Instrument of Controlling the Media. *East European Politics*, vol. 36, no. 1, pp. 44–65.
- Bognár, Éva, Attila Bátorfy & Marius Dragomir (2018): *Media Pluralism Monitor: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Hungary Report 2017*. Florence: European University Institute CMPF, http://cmpf.eui.eu/wp-content/uploads/2018/11/Hungary_MPM2017_country-report.pdf.
- Brouillette, Amy, Attila Bátorfy, Éva Bognár, Marius Dragomir, & Holdis Dumitrita (2017): *Media Pluralism Monitor: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond, Hungary Report 2016*. Florence: European University Institute CMPF, http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46799/Hungary_EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Corruption Research Center of Budapest [CRCB] (2018): *The Impact of Russia's State-run Propaganda Apparatus on the Hungarian Online Media 2010–2017*. Budapest: CRCB.
- Council of Europe [CoE] (2007): *Recommendation of the Committee of Ministers to Member States on Media Pluralism and Diversity of Media Content*, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d6be3.
- Dobek-Ostrowska, Boguslawa & Michal Głowacki, eds. (2015): *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years On*. Bern: Peter Lang.
- Dobek-Ostrowska, Boguslawa, Michal Głowacki, Karol Jakubowicz & Miklós Sükösd, eds. (2010): *Comparative Media Systems. European and Global Perspective*. Budapest: CEU Press.
- Freedom House (2018): *Freedom of the Press Index Historical Dataset*, <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>.
- Galambos Márton (2008): A német kiadók és a magyarországi újságírás. *Médiakutató*, 9. évf. 4. sz., 23–37. o.
- Gálik, Mihály (2010): Regulating Media Concentration within the Council of Europe and the European Union. In: Beata Klimkiewicz (ed.): *Media Freedom and Pluralism – Media Policy Challenges within the Enlarged Europe*, pp. 229–244. Budapest: Central European University Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini, eds. (2012): *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004/2008): *Médiarendszerek. A média- és politikai rendszerek három modellje*. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet & Gondolat Kiadó.
- Jakubowicz, Karol & Miklós Sükösd (2008): Twelve Concepts Regarding Media System Evolution and Democratization in Post-Communist Countries. In: Karol Jakubowicz & Miklós Sükösd (eds): *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media in a Global Perspective*, pp. 9–40. Chicago: University of Chicago Press.
- Juhász Gábor (2004): A jobboldali hetilapok piaca. *Médiakutató*, 5. évf. 1. sz. 61–70. o.
- Kitta Gergely (2013): A magyar média történetének fordultatos évei 2002–2010. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története: média és politika 1989–2010*, 199–291. o. Budapest: Wolters Kluwers.
- Levitsky, Steven & Lucan A. Way (2010): *Competitive Authoritarianism. Hybrid Regimes after the Cold War*. Cambridge University Press.
- Magyar Bálint (2016): *Post-Communist Mafia State: The Case of Hungary*. Budapest: CEU Press.
- Martin József (2017): Continuity or Disruption? Changing Elites and the Emergence of Cronyism After the Great Recession – the Case of Hungary. *Corvinus School of Sociology and Social Policy*, vol. 8, no. 3, pp. 255–281, 10.14267/issn.2062-087X.
- Mills, Anthony & Katharina Sarikakis (2016): Reluctant Activists? The Impact of Legislative and Structural Attempts of Surveillance on Investigative Journalism. *Big Data and Society*, vol. 3, no 2, pp. 1–11, 10.1177/205395171666938.

- Mihelj, Sabina & John Downey (2012): Introduction: Comparing Media Systems in Central and Eastern Europe: Politics, Economy, Culture. In: Sabina Mihelj & John Downey (eds.): *Central and Eastern European Media in Comparative Perspective: Politics, Economy and Culture*, pp. 1–13. London: Ashgate.
- Monori Áron (2005): Médiaháborúk. In: Bajomi-Lázár Péter (szerk.): *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*, 259–290. o. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Nagy Krisztina (2016a): Abnehmende Vielfalt auf dem lokalen Radiomarkt [Csökkenő pluralizmus a helyi rádiók piacán]. In: Bernd Holznagel & Gábor Polyák (eds.): *Medienfreiheit unter Druck: Medienregulierung und Medienpolitik in Ungarn* [Fenyegetett médiaszabadság: Médiaszabályozás és médiapolitika Magyarországon], pp. 108–122. Berlin: B&S Siebenhaar Verlag.
- Nagy Krisztina (2016b): Frekvenciaosztogatás. *Médiakutató*, 16. évf. 3–4. sz., 125–136. o.
- Paál Vince (2013): A magyar média a polgári kormány időszakában 1998–2002. In: Paál Vince (szerk.): *A magyarországi médiaháború története: média és politika 1989–2010*. 123–198. o. Budapest: Wolters Kluwer.
- Picard, Robert (1985): *The Press and the Decline of Democracy: The Democratic Socialist Response in Public Policy*. Westport: Greenwood Press.
- Reporters Without Borders (Reporters Sans Frontières) (2018): *World Press Freedom Index Historical Dataset*, https://rsf.org/en/ranking_table.
- Siebert, Friedrich S., Peterson, Theodore & Wilbur Schramm (1956/1984): *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Chicago: University of Illinois Press.
- Sipos Balázs (2010): *Média és demokrácia Magyarországon. A politikai média jelenkortörténete*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Sparks, Colin (2017): Can We Compare Media Systems? In: Joseph M. Chan & Francis L. F. Lee (eds.): *Advancing Comparative Media and Communication Research*, Chapter 2. New York: Routledge.
- Splichal, Slavko (1994): *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central-Europe*. Boulder, Colorado: Westview.
- Szeidl Ádám & Szűcs Ferenc (2017): Media Capture Through Favour Exchange. *CEPR Discussion Paper*, vol. 89, no 1, pp. 281–310, 10.3982/ECTA15641.
- Tófalvy Tamás (2017): *Online Harassment of Journalists in Hungary. Forms, Coping Mechanisms and Consequences of Press Freedom*. International Press Institute.
- Tóth István János & Fazekas Mihály (2015): *Verseny és haveri kapitalizmus a kommunikációs szolgáltatások piacán*. Budapest: Corruption Research Center of Budapest, http://www.crcb.eu/wp-content/uploads/2015/06/kb_adatok_2015_report10_150613.pdf.
- Urbán, Ágnes, Gábor Polyák & Zsófia Szász (2017): Hungary. In: Péter Bajomi-Lázár (ed.): *Media in Third-Wave Democracies: Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, pp. 139–160. Budapest: L'Harmattan.
- Urbán, Ágnes, Gábor Polyák, Leonárd Máriás & Krisztina Nagy (2017): *Soft Censorship in Hungary 2016: When Propaganda Rules Public Discourse*. Mérték Booklets 12. Budapest: Mérték Media Monitor.
- Whitereport-CEU CMDS (2019): *The Ownership Project. Publikálatlan adatbázis a magyar médiapiac szereplőinek tulajdonosairól és üzleti eredményeiről*.
- Wyka, Angelika W. (2007): Berlusconiization of the Mass Media in East Central Europe. The New Danger of Italianization? *Kakanien Revisited* no. 1, pp. 1–5.
- Zakaria, Fareed (1997): The Rise of Illiberal Democracy. *Foreign Affairs*, vol. 76, no. 6, pp. 22–43.

Bátorfy Attila (1984) médiakutató, az ELTE BTK Kommunikáció és Médiatudomány tanszékének mesteroktatója és doktori hallgatója. Korábban újságíróként dolgozott a Kreatívnaál, a Vs.hu-nál és az Átlátszónál. 2018 januárja óta a *Médiakutató* szerkesztőségi tagja. Médiakutatói érdeklődési területei a média és a politika viszonya, a média gazdasági kérdései és a médiarendszer-elméletek. Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „Felvásárolt nyilvánosság. A támogatott beszéd problémája és a magyar kormány hirdetési gyakorlata” (2022. tavasz). Email: batorfy.attila@btk.elte.hu