

Sarány Orsolya

Láttelel az erdélyi magyar nyomtatott sajtó aktuális állapotáról

2022 ősze drasztikus változásokat hozott az erdélyi magyar lappiacon, hiszen több kiadó döntött úgy, hogy az online térbe költözteti vagy megszünteti nyomtatott kiadványait. E tanulmány a kiadói döntésekhez vezető piaci folyamatokat részletezi, szembeállítva azokat a kisebbségi napilapkészítésbe beágyazódott mechanizmusokkal. Ez a kettősség a szerző saját fókusza miatt is meghatározó a tanulmányban, hiszen szociológiai doktoranduszhallgatóként kívülről, de erdélyi magyar újságíróként belülről szemléli ezeket. A tanulmány kitér az erdélyi magyarok lapfogyasztási szokásaira, a médiapiac strukturális jellemzőire, bemutatva, miért releváns ma is a print média, majd listázza az elmúlt 30 évben megjelent jelentős napilapokat, összehasonlítva a 2012-es és a 2023-as kínálatot. Végül azt a piaci környezetet mutatja be, amely átrajzolta a romániai magyar napilapkészítést, részletezve a piaci folyamatok nem piaci alapú következményeit is.

Kulcsszavak: kisebbségi média, médiagazdaság, napilapgyártás

An overview of the current state of the Hungarian print media in Transylvania

The autumn of 2022 brought about drastic changes in the Hungarian newspaper market in Transylvania: several publishers decided to close down their print publications or to move them into the online sphere. This paper presents the market processes leading to these decisions against a background of the production mechanisms of minority daily papers. This dual perspective has been chosen because of the focus of the author: as a PhD student in sociology she looks at these processes from the outside, but as a Hungarian journalist coming from Transylvania, she sees them from the inside. This study also discusses some of the structural characteristics of the Hungarian print media from Transylvania and lists the most important daily newspapers of the past 30 years, comparing the markets of dailies in 2012 and in 2023. It also presents some aspects of the newspaper market, detailing the non-market-based consequences of these processes.

Key words: media economy, minority language media, newspaper production

1. Bevezető: a beszűkülő erdélyi magyar médiapiac

Az erdélyi¹ magyar nyomtatott sajtót 2022. október 19-e átrendezte. Aznap a legnagyobb és egyetlen romániai magyar médiatröszt, az Erdélyi Médiatér Egyesület legnagyobb vállalata, a Príma Press Kft. rövid szolgálati közleményt adott ki. Eszerint az Erdélyi Médiatér Egyesület a nehéz gazdasági helyzet miatt 2022. december 30-ától felfüggeszti az egyesülethez tartozó nyomtatott lapok kiadását, a lapterjesztést és -kézbesítést, valamint a lapkereskedelmet. Az érintett lapok online változata azonban továbbra is elérhető maradt. Ez a döntés 15 kiadványt és mellékletet érintett, köztük az egyetlen erdélyi terjesztésű napilapot, a Krónikát, a Székelyföldet lefedő Székelyhon napilapot, a háromszéki Székely Hírmondó napilapot, a Nőileg havimagazint, Erdély egyetlen női magazinját, több hetente vagy havonta jelentkező mellékletet, például a 33 éve megjelenő Erdélyi Napló hetilapot.

Ez a kiadói döntés egy beszűkülő médiatérben történt meg: korábban más napilapok kiadói is a lapkiadás felfüggesztése mellett döntöttek. 2022. augusztus 31-én, 54 éves fennállását követően a Szatmári Friss Újság kiadója is bejelentette, hogy gazdasági okok miatt megszünteti a lap nyomtatott változatát. A kiadvány a frissujsg.ro címen maradt elérhető. A negyedévente jelentkező Moldvai Magyarság című folyóirat szerkesztősége a lap 2022. nyári számában közölte az olvasóival, előfizetőivel, hogy 2023-tól megszűnik a kiadvány. Néhány hónap leforgása alatt tehát a romániai magyarság összesen 17 nyomtatott kiadványt, mellékletet veszített el, aminek súlyos következményei vannak.

A legfontosabb következmény az, hogy teljes közösségek – a szórvány Moldova és a tömbmagyar vidék Szatmár is – magyar nyelvű nyomtatott média nélkül maradtak, vagy veszítették el az egyetlen anyanyelvű információforrásukat. A nyomtatott sajtó előfizetői bázisát alkotó idősebb korosztály emiatt rákényszerülhet arra, hogy román nyelvű lapokból tájékozódjon, ha nem tudja, nem akarja az interneten fogyasztani a magyar nyelvű kiadványokat.

Ugyanakkor a médiapiac is nagy mértékben beszűkült e döntések hatására. Az elmúlt több mint két évtizedben 50 és 70 között mozgott az erdélyi magyar sajtókiadványok száma (Ágoston & Ambrus 1999, Bodó 2008). Ez a szám a mostani döntéseket követően jelentős mértékben csökkent: az erdélyi magyar sajtókiadványok megközelítőleg harmada tűnt el a piacról, az erdélyi magyarság százéves kisebbségi léte alatt pedig először maradt országos/erdélyi terjesztésű napilap nélkül. A különböző kiadványok megjelenésének felfüggesztése ugyanakkor a fennmaradt lapokat is nehéz helyzetbe sodorta, hiszen a különböző lapok kiadói gyakran ugyanazzal a nyomdával dolgoztak, ugyanarra a terjesztői hálózatra építettek. Ezek anyagi terhei ezentúl a fennmaradt kiadókra hárulnak. E folyamatokat a későbbi fejezetekben részletezem.

A harmadik – súlyos és egzisztenciális – következményt a szerkesztőségi munkatársak elbocsátása jelentette. Az Erdélyi Médiatér Egyesület 2023 januárjától munkavállalóinak 70 százalékát bocsátotta el, csak Hargita megyében 251 alkalmazottjától vált meg az egyesület lapterjesztői vállalata. A leépítések főként a terjesztőket, a tördelőket, az olvasószerkesztőket, a korrektórokat, a műszaki munkatársakat érintették. A Transtelex értesülései szerint az Erdélyi Médiatér Egyesület közel kilencven főállású újságírója közül harmincnak maradt meg a munkakönyves állása.² Ők ezentúl a kiadványok online felületeire állítják elő a különböző tartalmakat. Más újságíróknak azt ajánlotta fel az egyesület, hogy szerzői jogdíjas szerződéssel dolgozzanak továbbra a médiaholdingnak, most már az online felületre. A lapok impresszumai szerint a Krónika napilapnál 2023-tól 17 főállású újságíró helyett heten dolgoznak, a Székely Hírmondó 12 újságírója közül három maradt a szerkesztőség kötelékében. Az Erdélyi Médiatér Egyesület emellett felszámolta a Krónika napilap kolozsvári szerkesztőségét, a Székelyhon napilap marosvásárhelyi fiókszerkesztőségét, ugyanakkor rádiós szerkesztőket és

1 Erdélyi magyar nyomtatott sajtón a jelen tanulmányban az Erdély, a Máramaros, a Partium és a Bánság vidékeken szerkesztett és/vagy terjesztett médiát értem. Így erdélyi magyar nyomtatott médiaorgánumnak jellemezzük a bukaresti szerkesztőségű, de Erdélyben is terjesztett napilapokat is.

2 Cseke Péter: Összeroppant a Fidesz erdélyi sajtóbirodalma, 70 százalékos leépítések lesznek a Médiatér lapjainál. *Transtelex*, 2022. XI. 5.

fotósokat is elbocsátott. Az utóbbi döntés arra enged következtetni, hogy további változások jönnek az erdélyi magyar médiatérben.

Más kiadó is hasonló döntésre kényszerült: a Szatmári Friss Újság kiadója is elbocsátotta 2022 nyarán a négy legtapasztaltabb munkatársat. A döntésnek pusztán gazdasági okai voltak: ezeknek az újságíróknak volt a legmagasabb fizetésük. A szerkesztőségnek jelenleg öt főállású újságírója van. Mindezeket összegezve elmondhatjuk, hogy a romániai magyar újságírotársadalmat is megkarcsúsították ezek a kiadói döntések. A romániai magyar újságírotársadalomra vonatkozó legfrissebb felmérés szerint 2016-ban körülbelül 1000 főállású magyar újságíró dolgozott Romániában, ennek megközelítőleg hét százalékát veszítette el a romániai magyarság néhány hónap alatt; ez 70 újságíró jelent (Csinta & Maksay 2017).³

A jelen tanulmányban arra törekszem, hogy bemutassam azokat a folyamatokat, amelyek az elmúlt 30 évben a romániai magyar (napi)lappiacon végbementek. Részletesen kitérek azokra a lappiaci történésekre, médiagazdasági, pragmatikus mechanizmusokra, amelyek együtt végül ahhoz a döntéshez vezettek, hogy az említett kiadványok nyomtatását és terjesztését a kiadók felfüggeszék. Jelen írásom azonban nem a romániai magyar nyomtatott média átfogó, minden szempontra kiterjedő elemzése, inkább látlelet. Azt az aktuális kontextust mutatom be, amelyben a print média működését átrajzoló döntések születettek, arra a kérdésre keresve választ, hogy 2022-ben indokolt, értelmes döntés volt-e kisebbségi nyomtatott médiaorgánumokat leállítani pusztán gazdasági okokra hivatkozva. Ez azért fontos, mert kisebbségi kontextusban e kiadói döntéseket nem csupán a médiapiaci reálfolyamatoknak, médiahasználati szokásoknak kellene befolyásolniuk. A kisebbségi média tudatosan termeli újra lokális, regionális szinten a magyar társadalmat (Bodó 2000), hangsúlyosan feladatának tekinti a magyar identitástudat ápolását, a magyar kultúra és nyelv fenntartását, és ezáltal megpróbál közreműködni a közösség megmaradásában (Maksay et al. 2012). A szerkesztett, tisztafejezett és korrektúrázott kiadványok a nyelv megőrzéséhez és terjesztéséhez is hozzájárulnak. A nagymúltú (nyomtatott) médiatermékek fogyasztásának hagyománya van, és igény is van ezekre. A kisebbségi média kisebbségi jogvédő és jogféltő funkciót is ellát. A média részt vesz a kisebbségi magyar – a románnal sokszor párhuzamos – társadalom megalkotásában. Sokkal bonyolultabban működik tehát ez a lapelőállítás és lapfogyasztási szokásrend, minthogy pénzügyi, finanszírozhatósági szempontot érvényesítve, megéri/nem éri alapon döntsünk róla.

A médiapiaci folyamatok felvázolásához a romániai magyar médiáról szóló csekély számú szakirodalmi forrást használom. A kontextus megrajzolásához csak újságírók által közölt információkat idézek: olyan információkat, amelyek különböző médiafelületeken jelentek meg, vagy amelyek újságírói szakmai fórumokon hangzottak el. Ezt fontos szempontnak tartom, mivel az elmúlt két évtizedben a médiával kapcsolatos történések tabutémának számítottak a sajtóban és az újságírók között is. A mostani esemény azonban kivételt képez, s nagy nyilvánosságot építettek köré a szakmabeliek, az érintettek. A Szatmári Friss Újság megszűnését követően a Magyar Újságírók Romániai Egyesülete 2022 őszi közgyűlésén kerekasztalbeszélgetést hirdetett a napilapok helyzetéről, „Lapok és kiadók színe és fonákja. Változatok, támogatások, lehetőségek” címmel. Ezen több erdélyi magyar lap főszerkesztője, szerkesztője, munkatársa beszélgetett a print média aktuális kihívásairól, válságos gazdasági helyzetéről, valamint megítéléséről – ekkor még az Erdélyi Médiatér Egyesület nem közölte, hogy felfüggeszti a napilapjainak kiadását. A jelen tanulmányban az ott elhangzottakat használom fel. Ugyanakkor az erdélyi magyar médiában is többtíz anyag jelent meg ezeknek a döntéseknek a hátteréről, következményeiről, a sajtószabadság sérüléséről, s a nyomtatott média pozíciójáról; ezekből az írásokból is idézek a tanulmányomban. Arra fektetem tehát a hangsúlyt, hogy a szakma miként ítéli meg ezeket a döntéseket, hogyan magyarázza ezeket, milyen jövőt fest, s igyekszem szembeállítani ezeket a megállapításokat a kiadók által fontosnak tartott médiagazdasági szempontokkal.

3 Ez a felmérés azonban 2016-ra vonatkozik. Amennyiben figyelembe vesszük, hogy több magyar médiaorgánum megszűnt azóta, ez az arány magasabb lesz.

2. A romániai magyar lappiac néhány jellemzője

A romániai magyarság arra törekszik, hogy önálló társadalomként működjön, teljes struktúrával, vezető elittel, a románnal gyakran párhuzamos intézményrendszer kiépítésével. Ennek a párhuzamos intézményrendszernek fontos eleme a romániai magyar média (Kiss 2015). Ez a média egyszerre kisebbségi és többségi médiaként is jellemezhető. Többségi, mivel ellátja a sajtó hagyományos funkcióit, többségi médiapiaci mechanizmusoknak, fogyasztói elvárásoknak megfelelően működik. Emellett önálló struktúrájú, rendkívül széles skálájú: létezik nyomtatott, online, audiovizuális formában, működik kereskedelmi és közszolgálati alapon. Azonban kisebbségi is, mivel számos olyan feladatot is magára vállal, amely a többségi médiának nem célkitűzése. Így a kisebbségi média hatáskörébe tartozik – ahogy arra korábban utaltam – a magyar identitás megtartása, a magyar nyelv, kultúra megőrzése és terjesztése, a jogféltés és a jogvédelem stb. (Csinta & Maksay 2017).

Szerkezetileg az erdélyi magyar média leképezi az erdélyi magyarság demográfiai tagoltságát. Ahogy az erdélyi magyarság is különböző régiókban, nem egyetlen tömbben él, az erdélyi magyar média is regionálisan tagolt. Azokban a régiókban, megyékben, ahol a magyar lakosság aránya magas, a médiaorgánumok száma is nagyobb, míg ott, ahol kisebb a magyarok aránya, a médiaorgánumok száma is alacsonyabb (Csinta & Maksay 2017). Az erdélyi magyarság regionális tagoltságából is következik, hogy az erdélyi magyar nyilvánosság is regionálisan tagolt (Papp 2000). Ezeknek a regionális nyilvánosságoknak a fő szereplői pedig a helyi médiumok, a lokális nyomtatott (napi)lapok és rádióállomások (Magyari 2020). A regionális tagoltság nemcsak a piacot határozza meg, hanem a médiaorgánumok tematizációs szokásait is: e lokális lapok témamerítése is többnyire helyi.

A lokális nyomtatott lapokat általában megyei (napi)lapoknak nevezik. Ezek fő terjesztési köre az a város – általában a megyeközpont – és annak vonzáskörzete, ahol az adott lapot írják, szerkesztik, valamint azok a környékbeli települések, ahova a lap könnyen eljuttatható. Az ilyen jellegű lapok a romániai magyar nyilvánosság leggyakrabban előforduló formái, több évtizedes történetük van, sokáig saját terjesztési területükön monopolhelyzetben voltak.

A lokális (napi)lapok fogyasztásának széles körű hagyománya van az erdélyi magyarság körében. Már a 19. században is helyben írt, szerkesztett és terjesztett médiája volt az erdélyi magyarságnak. A trianoni békeszerződések követően ez a trend fennmaradt: a román állam által bevezetett korlátozások ellenére is az erdélyi nagyvárosok többsége kínált hírlapot, 101 kiadvány 1918 előttről bizonyos ideig folytatja megjelenését (Magyari 2020). A kommunista rendszer szintén ráerősített ezekre a lokális médiafogyasztási szokásokra: az ország 1968-as adminisztratív átszervezése, az úgynevezett megyésítés után a román kommunista párt az újonnan létrehozott megyék központjában nyomdákat és nyomtatott napilapokat alapított. Ekkor alakultak meg a most működő magyar „megyei napilapok” jelentős részének elődei. A kommunista pártpropagandát terjesztő lapokra az erdélyi magyarság előfizetett, tartva attól, hogy ha nem övezi ezeket elég széles körű érdeklődés, a párt megszűnteti őket. A szokás, amely szerint a napilapokra elő kell fizetni, ha nem, megszűnnek, ahogy a lapok jelentős része is, átöröklődött az előző rendszerből (Csinta & Maksay 2017). Romániában 42 lap jelent meg magyar nyelven 1971-ben – illetve további ritkábban megjelenő és a kétnyelvű kiadványokat is voltak –, és ezek közül 29 élte túl a diktatúrát.⁴

Az 1989-es rendszerváltást követően, alatt a lapok rögtön átalakultak: a tartalom szabad lett, a kiadást pedig spontán privatizációt követően a szerkesztőségek vállalták (Papp 2005). Az 1990-es években a virágzás jellemezte a romániai magyar lappiacot: 1989 és 1999 között 934 új lapot alapítottak (Kuszálík 2001), ezek közül a 2000-es évek elején 65 jelent meg rendszeresen (Ágoston & Ambrus 1999). A 2000-es évek közepére az erdélyi magyar nyomtatott médiapiac telítődött,

...letisztultak a viszonyok, kialakultak a rendszerek, amivel együtt egyfajta példányszámstop is bekövetkezett. Azóta csak nagyon nehezen lehet példányszámot növelni – azt is egy másik sajtóorgánum kárára –, de ez nem nagyon fordul elő (Csinta & Maksay 2017: 20).

4 Györffy Gábor: Sajtótörténet – 50 éves távlatból. *Hargita Népe*, 2018. II. 23.

S hogy milyen ez a rendszer, azaz a nyomtatott napilapok piaca 2023-ban? Ennek elemzésével még adós a romániai magyar médiakutatás. A jelen tanulmányban érintett megyei (napi)lapok piaca, azaz fő terjesztési köre az a város – általában a megyeközpont – és annak vonzáskörzete, ahol az adott lapot írják, szerkesztik, valamint azok a környékbeli települések, ahova a lap könnyen eljuttatható (Magyari 2020). A fennmaradt lapok saját terjesztési területükön monopolhelyzetben vannak, s voltak az elmúlt három évtizedben többször is, ami kedvezett ezek széleskörű fogyasztásának. Ez alól a kivételt csak a regionális napilapok jelentik (részletesen lásd a 3.4. alfejezetben).

A fennmaradt lapok példányszáma napjainkban 5000 körülire tehető és stagnál, azonban a példányszámokról pontos adatokkal nem rendelkezem. A lapok példányszámát auditáló romániai hatóságnak – Biroul Roman de Audit Transmedia, www.brat.ro – 2023 elején mindössze *Bihari Napló* volt tagja (2022 októbere és decembere között a lap 5922 nyomtatott és 149 digitális példányt értékesített). A többi lap szerint főlegesen erre a szolgáltatásra előfizetni, mert nem hoz többletet, még csak meg sem térül a befektetés (Maksay et al. 2012). Így ezek példányszámáról nincsenek hivatalos információk.

Az erdélyi magyar nyomtatott sajtó is szembesült már a print médiát általában kihívások elé állító nemzetközi trendekkel. A médiapiacot befolyásolják a népességfogyás, az olvasói tábor kiöregedése, az olvasói szokások megváltozása, a televízió, a rádió és az online média, valamint a közösségi média térnyerése, a reklámpiac online térbe való költözése, a digitális kor kihívásai stb. Mindezek miatt az erdélyi magyar média bevételi forrásai egyre jobban szűkülnek. Ez azonban nem új keletű jelenség. Már a 2010-es évek elején is szembesült ezzel a print média; akkor pályázatokból vagy a tulajdonos támogatásával próbálta a kieső összeget pótolni, s fenntartani önmagát. A fennmaradás megtörtént, jelentős fejlesztésekre azonban a nyomtatott sajtó nagy része az elmúlt évtizedben nem volt képes. Megújulás nélkül pedig nehéz új olvasói réteget bevonni, s új bevételi pilléreket kiépíteni (Csinta & Maksay 2017). Azonban ez a gazdasági szemlélet lehetővé tette azt is, hogy olyan helyeken, ahol elméletileg a piac nem lett volna képes fenntartani több lapot, több újság is szinten tudott maradni. Ezek persze nem fiktív piacok voltak: az erdélyi magyarok médiafogyasztására vonatkozó legfrissebb, 2015-ös felmérés szerint a megkérdezettek 45,4 százaléka olvasott (több-kevesebb) rendszerességgel valamilyen magyar lapot (ez az arány 2013-ban 47,3, 2007-ben 51,3 százalék volt) (Kiss et al. 2016). Az újságolvasók közül pedig 88,5 százalék (a teljes minta 39,9 százaléka) a helyi napi- és hetilapokat preferálta, tehát kereslet volt a lapokra.

2.1. A kisebbségi média tematizálási mechanizmusai

Az előző fejezetben felvázolt regionális tagoltság nemcsak a piacot határozza meg, hanem a médiaorgánumok tematizációs szokásait is: e lokális lapok témamerítése is többnyire helyi (részletesen lásd Sarány 2022). A romániai magyar (nyomtatott) média tartalmi sajátosságairól részletesen írni a jelen tanulmányban nincs lehetőségem. Főként azért nem, mert az erdélyi magyar médiakutatás még adósa annak elemzésével is, hogy miről ír a romániai magyar print média.⁵ A legutóbbi, 2015-ben közzétett ilyen elemzés szerint a nyomtatott médiát a helyi hírek dominálják – kivéve a kiterjedtebb területen terjesztett *Krónika* napilapot –, és magán viseli annak a közösségnek, helynek a kulturális jellemzőit, amelynek megjelenítését felvállalta. A nyomtatott sajtóban megjelenő cikkek jelentős szelete foglalkozik a kisebbségi témákkal, ezeknek a kisebbségi történéseknek a főszereplői a kisebbségi politikusok. A lokális témák hangsúlyos jelenlétének ellenére az elemzett újságok holisztikus tematizálásra törekednek (Péter 2015).

⁵ A romániai magyar média tartalmi sajátosságairól utoljára 2015-ben jelent meg átfogó, online médiumokra, televízióra, rádióra és nyomtatott sajtóra is kiterjedő jelentés, a *Me.dok* folyóiratban. Lásd Keszeg (2015), Péter (2015), Rácz (2015), Vincze et al. (2015).

2.2. A kisebbségi média menedzselése

Ezekhez illeszkedve röviden kiemelek néhány olyan fő szerkesztési elvet, amely a print média tematizációját már bő három évtizede meghatározza, s amely a nyomtatott sajtó feladatait is kijelöli. Talán a legátfogóbb szerkesztési alapelv azon újságírói keretek fenntartása és újratermelése, amelyek a kisebbséget védik (ezt nevezi Papp Z. Attila [2005] keretizmusnak). Ezeknek az újságírók által kijelölt kereteknek két fő célkitűzésük van: a kisebbség egységességének megerősítése, valamint a többségi nemzettel szembeni közös fellépésnek a szorgalmazása. Ezeknek a szerkesztési elveknek több, a médiadiskurzust meghatározó következményük van.

Egyrészt hiányzik ebből a diskurzusból a bíráló, kritika. Így a nyilvánosság önkorlátozóvá, tabuktól terhelte válik – a fő tabuk között pedig a magyarországi és a romániai magyar politika is megtalálható. Ez az „etnikai fegyelem” (Botházi 2019) főleg a szavak szintjén nyilvánul meg: mára kialakult annak a szóhasználata, ahogyan az erdélyi magyar sajtó az erdélyi magyarságról kell, illő írjon. Az így ábrázolt idilli Erdélyben pedig nincs konfliktus, probléma, s ettől az ábrázolásképtől nem „szabad” eltérni. Ez nemcsak az erdélyi magyar média jellemzője; hasonló jelenségről számolnak be például a felvidéki magyar média esetében is (lásd Balassa 2017, 2022).

Másrészt a média mindannak hírértéket ad, ami a kisebbségi közösségben történik, és dramatizálja is a kisebbségi létet. Igaz, ez a kisebbségi neurózisnak is nevezett jelenség már nem annyira erőteljes, mint az 1990-es években, az ezredfordulót követően volt, s a nyomtatott média számára fontosabb, mint például az online média számára. A média fő feladatának a kisebbségi identitás és a kisebbségi kultúra megőrzését főleg a nyomtatott sajtó tekinti, míg a 2010-es években megjelent online média szereplői szerint a média fő feladata a tájékoztatás, s nem a kisebbségtudat ápolása – s ez igaz a Kárpát-medence több kisebbségi magyar médiájára (lásd Apró 2017).⁶ Mindennek ellenére a szerkesztőségek jelentős része – legyen az print, online, tv vagy rádió Erdélyben, de a más olyan területeken is, ahol magyar nyelvű kisebbségi média működik –, azt gondolja, hogy közszolgálati szerepet lát el, s nem kereskedelmi szellemiségben működik.

E szerepek felvállalása, e kisebbségi keretek állandó újratermelése a szakma szerint indokolt. Ezt Molnár Judit, a felvidéki ma7.sk főszerkesztője foglalta össze szemléletesen:

Ha specifikumról beszélünk, elsődleges a közösségi érdek, a közösségi szempont. Vannak olyan érzékeny kérdések, például az oktatásügy, ahol sok mindent figyelembe kell venni, mert visszahat az egész közösségre. – Csak egy példa, ha egy településen a magyar iskola rossz, és ezt mi minden további nélkül leírjuk, a szülők majd nem oda, hanem a szlovák iskolába viszik a gyermeküket. Kinek tettem jót? – Ezek a kisebbségi újságírás nagy dilemmái és kihívásai, s ehhez kell a szakmai tudás, hogy finomhangolásokkal érijünk el eredményeket. Ez persze nem a tények elhallgatását jelenti. Nem az a cél, hogy ne mondjuk el, ha valami rossz, de tudni kell elmondani, úgy, hogy a közösség annak ne lássa kárát (in Balassa 2022: 162).

Ez a dilemma – azaz megtalálni az egyensúlyt a kisebbségi közösség érdeke és a szakmai szempontok között – nemcsak a tematizációt befolyásolja, hanem a médiaorgánumok menedzselését is.⁷ Így pedig felmerül a kérdés:

⁶ A sajtó prioritásai (ötös skálán mérve, ahol az 1 egyáltalán nem fontos és az 5 nagyon fontos):

nyomtatott média:

- Erdély: tájékoztatás: 4,1, magyar identitás megőrzése: 4,3, kultúra: 4,2
- Felvidék: tájékoztatás: 4,1, magyar identitás megőrzése: 4,4, kultúra: 4,2
- Kárpátalja: tájékoztatás: 4,3, magyar identitás megőrzése: 4,5, kultúra: 3,8

internetes portál:

- Erdély: tájékoztatás: 4,5, magyar identitás megőrzése: 4,1, kultúra: 3,7
- Felvidék: tájékoztatás: 4,8, magyar identitás megőrzése: 4,8, kultúra: 4,5
- Kárpátalja: nincs számszerűsítve, de prioritást élvez a tájékoztatás, és kevésbé fontos a szórakoztatás

⁷ Érzékletes példa erre a kárpátaljai magyar média egyik dilemmája: „Elvben lehetséges lenne a reklámbevételek növelése oly módon, hogy valamennyi, az óriásplakátokon, a szórólapokon és más médiafelületeken elhelyezett, többnyire külföldi munkavállalást célzó hirdetéseknek a szerkesztőségek utánajárjanak és azokat átvegyék. Ám ily módon, vélekednek sokan, maguk az újságok is jelentős mértékben hozzájárulnak ahhoz, hogy a kárpátaljai magyarok hosszabb-rövidebb időre itt hagyják szülőföldjüket. Sokak szerint a nyomtatott sajtó emiatt veszítette el olvasótáborának egy részét” (Kovács 2022: 24).

lehet-e, érdemes-e a kisebbségi médiáról, amely önmagáról nem csak piaci alapon gondolkodik, csak médiapiaci megfontolásokat szem előtt tartva dönteni? A piacon általában, ha csökken, megszűnik a kínálat, változik a kereslet is. Azonban a kisebbségi médiapiacra, ha megszűnik a kínálat – s általában egy bezárt kisebbségi intézmény helyére nem kerül új –, nemcsak a kereslet alakul át (azaz a többségi román nyelvű vagy magyarországi média irányába mozdul el), hanem megszűnik a megkülönböztetésnek a lehetősége is, azaz a „magyar világok” építésének egyik eleme, eszköze. A kisebbségi újságírásnak strukturális szerepe van a kisebbségi közösségek életében: azáltal, hogy nap mint nap magyar nyelven fejezi ki a kisebbségi közösséget érintő ügyeket, megteremti arra a lehetőséget, hogy a kisebbség megkülönböztesse önmagát a többségtől. Ha ezek a felületek megszűnnek, a megkülönböztetésnek egyes platformjai is eltűnnek, s a magyar világok beszűkülnek.

3. Napilappiac, tíz év távlatában

A nyomtatott napi kiadványok piacán a kínálat egy évtizeddel ezelőtt volt a legszéleskörűbb, a leggazdagabb, a 2000-es években. Egy 2010–2011-es adatfelvételen alapuló elemzés szerint 2012-ben összesen tizenhat napilapot tudott fenntartani a romániai magyarság. Ezek közül nyolc az előző rendszerből örökölt lap volt: a Kovászna megyei Háromszék (korábban Megyei Tükör, alapítás éve: 1968), a Bihar megyei Bihari Napló (Fáklya, 1946), a Szatmár megyei Szatmári Friss Újság (Szatmári Hírlap, 1968), a Hargita megyei Hargita Népe (Hargita, 1968), a Maros megyei Népújság (Vörös Zászló, 1952), az aradi szerkesztésű Nyugati Jelen (Vörös Lobogó, 1950), a kolozsvári szerkesztésű Szabadság (Igazság, 1945), valamint az országos terjesztésű, bukaresti központú Új Magyar Szó (Előre) (Maksay et al. 2012). További nyolc napilapot – ezekre részletesen kitérek – a rendszerváltást követően hozták létre.

3.1. Országos napilapok és a médiatermékek helyettesíthetősége

A napilappiac fokozatosan szűkült az elmúlt évtizedben (lásd az 1. táblázatot). Az egyik legnagyobb csapást az országos terjesztésű napilap megszűnése jelentette: az Új Magyar Szó 2012 júniusában költözött az online térbe, és jelenleg is maszol.ro címen érhető el. A lap 1947-ben Romániai Magyar Szó címmel indult, 1951 februárjától Előre néven jelent meg, majd 1953-tól a Román Kommunista Párt központi propagandalapjaként, 200–250 újságíróval foglalkoztató szerkesztőséggel folytatta működését. Az 1989-es változást követően Romániai Magyar Szó, majd Új Magyar Szó néven jelent meg. Jelenleg Erdély egyik vezető hírportálja.

1. táblázat
Napilapok 2012-ben, célterület szerint

Célterület	Szám	Nyomtatott napilap neve
Kisrégió	2	Csíki Hírlap, Udvarhelyi Híradó
Megye	9	Háromszék, Bihari Napló, Székely Hírmondó, Szatmári Friss Újság, Hargita Népe, Szatmári Magyar Hírlap, Reggeli Újság, Népújság, Vásárhelyi Hírlap
Megyénél nagyobb terület	2	Nyugati Jelen, Szabadság
Erdélyi, országos	2	Krónika, Új Magyar Szó

Forrás: Maksay et al. (2012)

Az erdélyi magyarság másik országos/erdélyi terjesztésű napilapja, a Krónika 1999-ben került piacra, egy magyarországi üzletembercsoport vállalkozásaként. A kiadó elképzelése az volt, hogy 80 ezres példányszámban fogják majd kiadni

az újságot, mivel egy általuk készített felmérés szerint ennyi magyar anyanyelvű olvasónak magyar kiadvány hiányában román lapból kellett tájékozódnia a napi hírekről. A lap öt-hat év komoly munka után érte el a 10, majd 13 ezres példányszámot, ám 2011-ben ez 4000-re esett vissza (Csinta & Maksay 2017). 2022-ben, a megjelenés felfüggesztése előtt a lap 1800 példányban jelent meg. A Magyar Újságírók Romániai Egyesületének állásfoglalása szerint az Erdélyi Médiatér Egyesület lapjai közül a Krónika megjelenésének felfüggesztése jelenti a legnagyobb veszteséget:

Sajtószakmai szemszögből a legnagyobb veszteség a Krónika napilap megszűnése, mely alapítása óta az egyik legfontosabb médium Erdélyben. Az utóbbi hónapokban egyre világosabbá vált, hogy akár jelentős szerepet is vállalhatott volna olyan, magyar napilap nélküli vidékek anyanyelvű tájékoztatásában, mint amilyen Szatmár, Szilágy, illetve a szórvány megyei.⁸

Az országos terjesztésű lapok hanyatlását követően Csinta Samu és Maksay Ágnes (2017) két dologra hívja fel a figyelmet. Az egyik az, hogy az országos terjesztésű lapokra nem érvényes az a kommunista rendszerből örökölt hagyomány, miszerint a hűséges előfizetők fenntartják a lapot. A második az, hogy egy lap megszűnése nem feltétlenül jelenti azt, hogy a megszűnt lap előfizetői egy másik fennmaradt lap előfizetői bázisához csatlakoznak. Felmerül tehát a médiatermékek helyettesíthetőségének kérdése. Gálik Mihály és Csordás Tamás (2020: 58) szerint a médiatermékek esetében

...az üzenetek formája, megjelenítése, ára, piacra vitelének gyakorisága és a piacok földrajzi különbözősége miatt az egymással való helyettesíthetőség esetenként annyira elvont, mint a szabadidő-felhasználásban az egyén számára egy sportesemény vagy egy tárlat megtekintésének egymással való helyettesíthetősége.

A médiagazdaságban szükségszerűen érvényesül az, hogy a különböző technológiájú médiatermékek, valamint a különböző technológiákhoz kötődő műfajok eltérő értékeket nyújtanak a fogyasztóknak. Csökkenti a helyettesíthetőséget az egyéni preferencia is. Az erdélyi magyar nyomtatott médiában történt változások kapcsán is felmerül a helyettesíthetőség kérdése. Egyrészt kérdéses, hogy az az előfizetői bázis, amely rendszeresen fogyasztotta a print médiát, megmarad-e az online lap hűséges olvasójának. Gálik és Csordás (2020: 59) szerint a print és az online kiadásainak helyettesíthetősége már az 1990-es években is fontos vitatéma volt. A szerzők szerint azonban korán kiderült, hogy:

...a fogyasztó/felhasználó számára nem ugyanaz egy nyomtatott hírlap, valamint a maga honlapjának tartalmi kínálata, használhatósága, értéke, hozzáférhetősége és költsége, hogy csak a legfontosabbakat említsük, így helyettesíthetőségük mértéke igencsak korlátozott.

Ugyanakkor az is kérdéses, hogy a felfüggesztett lapok olvasói előfizetnek-e majd más nyomtatott lapokra, ha azok más hozzáadott értéket képviselnek.

3.2. Az Erdélyi Médiatér Egyesület napilapjai

A 2010-es években szűntek meg a Csíki Hírlap, az Udvarhelyi Híradó, a Vásárhelyi Hírlap (és a 2010-es adatfelvétel után, de szintén 2010-től megjelenő) Gyergyói Hírlap napilapok is. Ezeket a lapokat az Udvarhelyi Híradó Kiadó Kft. alapította: 1990-ben a székelyudvarhelyi, 2006-ban a csíkszeredai, 2007-ben a marosvásárhelyi és 2010-ben

⁸ Magyar Újságírók Romániai Egyesülete: *Állásfoglalás beszűkülő médiatérben*. 2022. XII. 9., <https://www.mure.ro/allasfoglalas-beszukulo-mediaterben/>.

a gyergyószentmiklósi kiadványt dobta piacra. E lapok történetéről és általában az Erdélyi Médiatér Egyesület megjelenéséről a jelen tanulmányban részletesebben írok, mint a többi lapról, mivel ez az Egyesület az erdélyi magyar médiapiac egyetlen médiaholdingja, így története is egyedi.

Az 1990-ben alapított Udvarhelyi Híradó Kiadó Kft. a 2010-es évek elején a legnagyobb erdélyi magyar médiavállalkozásnak számított: több lap, valamint az egyik legnézettebb magyar portál, a Székelyhon.ro tartozott a portfóliójába. 2011-ben a kft.-ben többségi tulajdont vásárolt a magyarországi „Határok nélkül a magyar sajtóért” Alapítvány.⁹ Ennek a 2010-ben létrehozott alapítványnak a célja a Magyarország határain kívüli magyar nyelvű sajtótermékek támogatása. Az alapítvány 2011 és 2014 között több mint egymilliárd forinttal támogatta az Udvarhelyi Híradó Kiadó működését, az azonban 2017 novemberében csődvédelem alá került. A csődjelzási procedúra alatt 2018 januárjában a Kiadó alkalmazottai – megközelítőleg 300 személy – átkerültek a székelyudvarhelyi Príma Rádiót működtető Príma Press Kft.-hez. Ennek a kft.-nek az Udvarhelyi Híradó Kiadó alkalmazottainak átvételekor mindössze hat saját alkalmazottja volt. A Príma Press Kft. néhány héttel később, 2018 februárjában már az Erdélyi Médiatér Egyesülethez került. Az Erdélyi Médiatér Egyesület eredetileg a kolozsvári Főtér.ro portál kiadója volt, amely 2017 decemberének utolsó napjaiban 1,45 milliárd forintos támogatást kapott a magyar kormánytól. Ahogy az a Szőke László,¹⁰ a médiaholding korábbi fejlesztési igazgatója által írt cikkből kiderült, az Erdélyi Médiatér Egyesület portfóliójának bővítésére kapta a támogatást. Ezt a bővítést 2018-ban el is kezdték: a médiaholding tulajdonába több lap, rádió, tévécsatorna került. Szintén az Egyesület adta ki, a Príma Press Kft.-én keresztül, a négy említett hírlapot, a Csíki Hírlapot, a Gyergyói Hírlapot, a Vásárhelyi Hírlapot és az Udvarhelyi Híradót – ezeket Székelyhon címmel egy napilapba tömörítették¹¹ –, a Krónika napilapot, valamint ezek mellékleteként jelent meg az Erdélyi Napló hetilap. A cégcsoporthoz számos médiaorgánium került: 2022-ben összesen 31 sajtótermék tulajdonosa volt. Ezek közül 15 jelent meg nyomtatásban, amelyek megjelentetését 2023-tól az Egyesület a nehéz gazdasági helyzetre való tekintettel felfüggesztette. Így eltűntek a Krónika, a Székelyhon, a Székely Hírmondó (ez 2022 augusztusában került az Egyesület tulajdonába), a Nőileg, a Heti Hirdető lapok, valamint az Előretolt Helyőrség, a Liget, az Erdélyi Napló, a Heti Tévéműsor, az Erdélyi Gasztró, az Erdélyi Sport, a Hit-vallás, a Piac tér, a Kilátó és a Látótér mellékletek a romániai magyar médiatérből.

3.3 Egyéb médiavállalkozások

Az 1989-es rendszerváltást követően több, hosszabb ideig megjelenő napilap lépett be még be a romániai magyar médiapiacra.

A nagyváradi Reggeli Újságot 2004-ben alapította egy román testvérpár. Ez volt az egyetlen olyan napilap az erdélyi magyar lappiacon, amelynek román üzletemberek voltak a tulajdonosai. A lap azonban soha nem volt jövedelmező, nem tudta magát fenntartani, így a tulajdonosok állandó támogatásával maradt csak a piacon. A kiadvány 2018 januárjától hetilappá alakult, majd az év februárjában megszűnt.¹²

9 Ugyanekkor vásárolta fel a kolozsvári szerkesztésű Krónikát (ennek kiadója a Hungarom Média Kft. volt), illetve az 1991-es alapítású Erdélyi Napló hetilapot is (a Kalauz Kft. adta ki).

10 Szőke László: Vissza a jövőbe – Erdély legnagyobb médiaportfóliójának elmúlt évéről. *Krónika*, 2019. III. 04.

11 A már említett cikkben Szőke kifejti, hogy a napilapok összeolvasztása „előre menekülést” jelentett, „fenntarthatóság szempontjából a négy napilap megújulásával új termék (a színes, 12 oldalas *Székelyhon*) keresse magának a helyét a székelyföldi (napilap) piacon. Olvasótáborunk, ha nem is egyik napról a másikra, de cserélődni fog, a régióban (Székelyföld) való gondolkodás és a székek egymásra utaltsága el fog vezetni ahhoz, hogy a Székelyhon napilap ellenpróbája megtörténjen. Ráadásul, a nyomtatott napilapjainkra nem az eddigiek (kizárólag a példányszám!) szerint tekintünk, ugyanis ez csak egy csatorna, azaz csak egyik útja annak, ahogyan el tudjuk érni a székelyföldi fogyasztókat. Hiszen a Székelyhon és a hozzá tartozó portálok (kronika.ro, liget.ro, erdelyinaplo.ro), a három rádió, havilapjaink (*Nőileg*, *Előretolt Helyőrség*) és mindezek közösségi oldalai, a mobil alkalmazások adják-adhatják az elérés kiegészítő/új lehetőségeit.”

12 Részletesen lásd: Balácsi Pál Előd: Mi okozta a Reggeli Újság vesztét? *Transindex.ro*, 2018. III. 06.

A Szatmári Magyar Hírlap, amely szintén magánkézben volt, és amely Dumitru Păcuraru, valamint Szilágyi Ferenc közös vállalkozásaként indult 2005-ben, 2014 júliusában szűnt meg, anyagi gondok miatt. A lap tulajdonosa a Solpress Kft. és annak tulajdonosa, Dumitru Păcuraru román üzletember a felhalmozott adósság miatt zárta be a szerkesztőséget.¹³

A kézdivásárhelyi Székely Hírmondó 1996-ban jelent meg, először kéthetente, majd hetente és naponta. Csinta és Maksay szerint a Székely Hírmondó napilaposítása

...egyértelműen az RMDSZ-kritikus Háromszék ideológiai ellensúlyozását célozta, ám a kísérlet csak részben vált be. A 2016 őszen Erdődi Péter magyarországi magánszemély többségi tulajdonába került lap viszont újszerű, bulváros képi világával sok, kereskedelmi tévékultúrán felnőtt olvasót szerzett, a régió véleményformáló lapja, „az újság” azonban továbbra is a Háromszék (Csinta & Maksay 2017: 19).

A lap 2022 júliusában került az Erdélyi Médiatér Egyesülethez. Kocsis Károly, a lap főszerkesztője vezércikkben értékelte a médiaholdinghoz való csatlakozást:

Egy adott életkorig a szingliskedésnek is megvan a maga varázsa, magányos harcosokról izgalmas filmeket szoktak készíteni, de eljön az idő, amikor jól esik a család melege, jól fog annak összetartó ereje, a testvéri segítő kéz, a szülői tanács. Most képletesen szólva életformát váltunk, de anélkül, hogy megszokott életvitelünkön változtatnánk.¹⁴

3.4. A médiapiac 2023-ban

Mindezen folyamatok következménye, hogy 2023-ban az erdélyi magyarságnak mindössze hat napilapja maradt (lásd a 2. táblázatot). Kiszéledő és országos/erdélyi terjesztésű napilap egyetlen sem található a piacon, a kilenc megyei napilapból mindössze négy jelenik meg továbbra is – a Háromszék, a Bihari Napló, a Hargita Népe, a Népújság –, míg a két nagyobb régiót lefedő, több megyében terjesztett napilap továbbra is működik. Az Aradon szerkesztett Nyugati Jelent Arad, Fehér, Temes, Krassó-Szörény és Hunyad megyékben terjesztik (a lap dévai szerkesztőségét szintén 2022 nyarán számolták fel), míg a kolozsvári központú Szabadság Kolozs, Fehér, Szilágy és Beszterce-Naszód megyék napilapja. A 2023-ban is megjelenő lapok mindegyike az előző rendszerből örökölt.

2. táblázat

A napilapok számának alakulása, megyék szerinti bontásban

	2012	2023
megye kettőnél több, helyileg szerkesztett napilappal	1	0
megye két napilappal	7	1
megye egyetlen napilappal	5	11
megye helyi napilap nélkül	1	2

Forrás: saját szerkesztés

13 Részletesen lásd: Babos Krisztina: Augusztustól megszűnik a Szatmári Magyar Hírlap. *Krónika*, 2014. VII. 28.

14 Kocsis Károly: A zászló marad. *Székely Hírmondó*, 2022. IX. 01.

A különböző lapok megszűnésének egyik legfontosabb következménye az, hogy a lappiac beszűkült; régiók, megyék maradtak nyomtatott média nélkül. Míg a 2012-ben közzétett felmérés szerint volt olyan magyar lakosságú erdélyi megye – Hargita megye –, amely összesen három napilapot tudott fenntartani, 2023-tól ennyire megosztott piaca egyetlen megyének sem lesz. Igazából polarizált piacról 2023-ban nem is lehet beszélni. 2012-ben hét megyének két helyi napilapja volt.¹⁵ További öt megyében egyetlen napilapot lehetett kapni.¹⁶ Emellett Bukarestben szerkesztették és országosan terjesztették az Új Magyar Szót. Feltehetően minden erdélyi megyében lehetett kapni magyar nyelvű napilapot, a 16 megyéből 13 megyének volt helyi nyomtatott napilapja. Ezzel szemben 2023-ra azoknak a megyéknek a száma, ahol két magyar nyelvű napilap kapható, hétről egyre csökkent. Egyedül Fehér megye lakossága választhat két regionális lap közül, míg összesen tizenegy megyében – Temes, Krassó-Szörény, Hunyad, Kovászna, Hargita, Maros, Kolozs, Arad, Bihar, Szilágy, Beszterce-Naszód – egyetlen helyileg szerkesztett napilap kapható. Ha nem számoljuk Brassó és Máramaros megyéket, ahol még működnek magyar nyelvű hetilapok, összesen két megye maradt magyar nyelvű hírlapszerű nyomtatott kiadvány nélkül: Szatmár és Szeben megye. Szeben megye magyar lakossága körülbelül három százalékra tehető; ilyen körülmények között nehéz lenne magyar nyelvű lapot működtetni és árusítani. Azonban Szatmár megye lakosságának megközelítőleg harmada magyar; ilyen körülmények között pedig értelmezésre szorul a Szatmári Friss Újság nyomtatott változatának megszűnése.

4. Lappiaci kihívások: terjesztés, nyomda, támogatások

Érdekes tehát megvizsgálni az okokat. Balázsi István, a Szatmári Friss Újság kiadóvezetője a kiadvány utolsó lapszámában sorolta fel, miért döntöttek a nyomtatott lap megszüntetése mellett:

Három hónappal a szombati lapszám megszüntetését követően az azóta csak súlyosbodó energiapiaci változások, a folyamatosan emelkedő papír- és nyomdaköltségek újabb kényszerhelyzetbe hoztak: szeptember 1-jétől meg kell szüntetnünk a nyomtatott Szatmári Friss Újságot. Ez irányú döntésünket nagyban befolyásolta az is, hogy szeptember 5-étől bezárja kapuit a debreceni nyomda, ahol az újságot eddig nyomtatták, és egy nyomdaváltás, valamint az október elejére már bejelentett 25%-os papíráremelés olyan kiadásokat körvonalazott, amelyeket már nem lehet bevállalni egy 5000 példányszámú napilap esetében. Fontos hangsúlyozni: a nyomtatott Szatmári Friss Újság szűnik meg, online felületen továbbra is elérhető marad, ott még gyorsabban és teljesen díjmentesen érhetik majd el a híreket.¹⁷

Ehhez a bejelentéshez kapcsolódva „Lapok és kiadók színe és fonákja. Változatok, támogatások, lehetőségek” címmel hirdetett kerekasztal-beszélgetést a Magyar Újságírók Romániai Egyesülete (MÚRE) a szakmai szervezet szeptemberi, Gyergyószárhegyen tartott közgyűlésén. A Rácz Éva, a Kolozsvári Rádió szerkesztője által moderált beszélgetésen több lap főszerkesztője, munkatársa számolt be a hazai nyomtatott sajtó helyzetéről.¹⁸ A MÚRE

15 Kovászna megyében szerkesztették és terjesztették a Háromszék és a Székely Hírmondó napilapokat, Maros megyében a Vásárhelyi Hírlapot és a Népújságot, Bihar megyében a Bihari Naplót és a Reggeli Újságot, Szatmár megyében a Szatmári Friss Újságot és a Szatmári Magyar Hírlapot, Kolozsváron a Szabadságot és a Krónikát. Emellett Fehér megyében terjesztették a Nyugati Jelen, valamint a Szabadság napilapokat is.

16 Temes, Krassó-Szörény és Hunyad megyékben a Nyugati Jelen terjesztették, míg Szilágy, Beszterce-Naszód megyékbe a Szabadság jutott el.

17 Balázsi István: Megszűnik a nyomtatott Szatmári Friss Újság. *Szatmári Friss Újság*, 2022. VIII. 31.

18 Személyesen felszólalt a print médiában dolgozók közül: Ambrus Attila, a Brassói Lapok főszerkesztője, Karácsonyi Zsigmond, a Népújság főszerkesztője, Újvári Ildikó, a Szabadság főszerkesztője, Szűcs László, a MÚRE elnöke, az Újvárad folyóirat főszerkesztője, valamint Szekeres Attila, a Háromszék szerkesztője. Hozzászólását írásban továbbította: Sarány István, a Hargita Népe felelős szerkesztője, Elek György, a Szamos kulturális és közéleti havilap főszerkesztője, Balta János, a Nyugati Jelen terjesztési vezetője, Kulcsár Mária, a Szilágysági Szó hetilap főszerkesztője.

beszélgetésén elhangzott állítások egybecsengenek mindazzal, amit Balázi István közölt, illetve mindazzal, amit az Erdélyi Médiatér Egyesület ernyője alá tartozó lapok vezetői mondtak, miután a lapok megjelenésének felfüggesztését bejelentette az Egyesület.

Az újságírók szerint a romániai magyar nyomtatott sajtó jelenleg négy kiemelkedő problémával küzd: a terjesztéssel, a nyomdaköltségekkel, a támogatási rendszerekkel, valamint a fiatal újságírók alkalmazásával. A következő alfejezetekben ezeket a pragmatikus problémákat mutatom be röviden.

4. 1. Terjesztés

A romániai magyar nyomtatott napilapok kétfajta terjesztési módszer – a magánlapterjesztő hálózat kiépítése, valamint a Román Posta – közül választhatnak. Azonban – amint az újságírói felszólalásokból is kiderül – egyik sem jó megoldás.

A magánlapterjesztés rendkívül költséges, hiszen a 2022 augusztusában elfogadott romániai adózási törvények értelmében a minimálbér alatti jövedelmet hozó részmunkaidőben alkalmazott lapterjesztők után a mindenkori minimálbérnek megfelelő járulékkerhekkel kell kifizetni a munkaadónak. Tételezzük fel, hogy egy napi két-három órában alkalmazott lapkihordó nettó havi fizetése 500 lej (megközelítőleg 100 euró). Az összeg után a munkaadó a 2550 lejes bruttó minimálbérről meghatározott havi 638 lejes (130 euró) társadalombiztosítási járulékot és 255 lejes (50 euró) egészségbiztosítási járulékot fizet be az államnak.¹⁹ Ilyen körülmények között rendkívül költséges a kiadók számára annyi lapkihordót alkalmazni, ahányan ki tudnák a reggeli kávé mellé szállítani a megközelítőleg ötezer újságot – ennyi általában a fennmaradt napilapok példányszáma. Ennek ellenére vannak napilapok, amelyek magánterjesztés útján kézbesítenek, például a Nyugati Jelen, a Hargita Népe és a Háromszék.

Böszörményi Zoltán, a Nyugati Jelen tulajdonosa a Transtelexnek nyilatkozva elmondta, hogy a napilap mindig veszteségesen működött, pontosan az öt megyében való terjesztés magas költségvonzata miatt.²⁰ A lap mind az öt megyében terjesztési hálózatot és szerkesztőséget működtetett, ezek rengeteg energiát és pénzt emésztettek fel.

A Háromszék lapterjesztő cégének a megyére kiterjedő újságárusbódé-hálózata van, ennek bevételei hozzájárulnak a nullszaldóba a kiadásokat – közölte szintén a Transtelex-szel Ferencz Csaba, a Háromszék gazdasági ügyvezetője.²¹ Kifejtette: azon, hogy vetélytársaik, azaz a Székelyhon és a Székely Hírmondó kivonulnak a piacról, a Háromszék és a Hargita Népe nyerhet, ám ez az esély könnyen veszélyé válhat a terjesztés magas költségvonzata miatt. A Háromszék terjesztése már csak azért is veszélybe került, mivel az előfizetések egy részét a Székely Hírmondó terjesztői hálózata kézbesítette – ezeket az előfizetéseket sikerült egyelőre megtartania az újságnak.

Ahogy Ferencz Csaba egy 2022 októberi cikkében írta:

A mostani helyzet, nevezetesen, hogy a bejelentés nyomán a közvetlen versenytársunk, a Székely Hírmondó kiadása megszűnik, lapunk, illetve kiadónk számára veszély és esély is egyben. Esély, mert a jobbra Kézdiszék közönségét kiszolgáló lap olvasói minket választhatnak, így bővíthetjük olvasóink táborát, gazdasági értelemben pedig bevételeinket, de – mivel mi a versenyhelyzetet nem az egymás legyőzésére használtuk, hanem a szükséges együttműködésre (nevezetesen a lapkihordó részlegek együttműködése révén kölcsönösen kézbesítettük példányszámaink egy részét!) – veszély is, hiszen egy terjesztőhálózat kiépítése rengeteg buktatóval jár. Na meg nagyon sok pluszköltséggel.²²

19 Ez 2022 augusztusára érvényes számítás.

20 Gál László & Tőkés Hunor: Amin csak lehet, spóroznak, de így is teljesen bizonytalan év vár a megmaradt erdélyi magyar nyomtatott napilapokra. *Transtelex.ro*, 2022. XII. 19.

21 Uo.

22 Ferencz Csaba: Válaszúton a helyi médiapiac. *Háromszék*, 2022. X. 26.

A nehézkes magánterjesztésre a megoldást az újságírók szerint a Román Posta jelentené – ha működne. A Posta, ahogy a magánlapkihordás is, rendkívül drága: a Népújság esetében például az előfizetési díj 40 százaléka marad a Postánál. A másik probléma az, hogy a Román Posta terjesztői hálózata is hiányos, így például egyes településeken hiába próbálják megrendelni a lapot, nincs, aki kivigye. Erről Karácsonyi Zsigmond, a Népújság főszerkesztője nyilatkozott a Transtelexnek:

Marosvásárhelyen még megoldják a lapkihordást, de vidéken nagy problémák vannak, mert sok esetben nem talál kihordót a posta. A mi előfizetőink körülbelül fele vidéki, ebbe beletartoznak a vidéki városok is. Mi hatszor jelenünk meg hetente, és előfordul, hogy időszakonként, amikor szabadságok vannak, csak heti 1–2 alkalommal viszik ki az újságot néhány településre. Helyettesítési problémái is vannak a postának, és jogilag nem tudunk velük szemben fellépni (in Gál & Tőkés 2022).

Hasonló problémákra hivatkozott Rostás Szabolcs, a Krónika napilap főszerkesztője is az Erdélyi Magyar Televízió „Metszetek” című műsorában. Mint fogalmazott: sok esetben heti egy-két alkalommal kézbesítették bizonyos településeken a postások a napilapot. Hozzátette, hogy a koronavírus-járvány is nehezítette a napilapok helyzetét; ekkor többen lemondták előfizetéseiket, és a kézbesítés is sokat akadozott. Rostás Szabolcs a következőképpen értékelte a napilapok helyzetét:

Amikor nem tudjuk azt biztosítani, hogy egy nyomtatott terméket, egy napilapot, reggel hétre, legkésőbb nyolcra, eljuttassunk az olvasóhoz, akkor ne csodálkozzunk azon, hogy az olvasó elégedetlenkedik, és azt mondja egy adott ponton, hogy akkor ő ebből már nem kér. Ezt csak tetézte az energiaválság, gazdasági helyzet. Ezek egyáltalán nem kedveztek annak, hogy nyomtatott lapot állítsunk elő. Ugyanakkor azt sem kell figyelmen kívül hagyni, hogy nagyon sok értelemben megváltoztak az olvasói szokások. Tehát, az internet előretörésével, meg a közösségi oldalak térhódításával, nagyon sokan elszoktak a nyomtatott laptól.²³

Mivel a postai szolgáltatások minőségének javítása nem a romániai magyar média feladata, a terjesztési problémákra a megoldást a jó magánterjesztési hálózatok kiépítése jelentené. Például azáltal, ha a napilapkihordók bérét kivonnák a törvény hatása alól, azzal magyarázva, hogy napilapot nem lehet napi nyolc órában hordani. Ez azért lenne indokolt, mert a kormány pontosan azért vezette be az említett adótörvény-módosítást, hogy a szürkemunkát – azaz a félig illegális foglalkoztatást – visszaszorítsa, azaz felszámolja azt a jelenséget, hogy egy embert részmunkaidőben foglalkoztatnak, de nyolc órában dolgoztatnak, nyolc óras munkaidőnek megfelelő bért adnak, azonban a bérre csak részmunkaidős illetékeket fizetnek be. A másik megoldást a lapok közös terjesztése jelentené: azokon a területeken, ahol több lap – akár napi, heti vagy havi kiadvány – működik, a kiadók közös terjesztői hálózatot közös erővel tarthatnak fenn.

4.2. Nyomdaköltségek

A nyomtatott sajtó azonban nemcsak a terjesztésnek, hanem a nyomdának is ki van szolgáltatva. Ahogy arra korábban reflektáltam, a Szatmári Friss Újság print változata is részben azért szűnt meg, mert bezárt a debreceni nyomda, a lapot így Szegeden vagy Kolozsváron kellett volna kinyomtatni. Az utóbbi nyomdával már tárgyalt a kiadó, ám mielőtt megegyezhettek volna, a tulajdonos megszüntette a kiadványt.

²³ Az erdélyi magyar újság nyomában – Metszet. *Erdélyi Magyar Televízió YouTube*, 2022. XII. 6., https://www.youtube.com/watch?v=WuykcSxk6Ds&ab_channel=Erd%C3%A9lyiMagyarTelev%C3%ADzi%C3%B3.

A nyomdaköltségek két szempontból emelkedtek. Egyrészt a koronavírus-járvány, majd az orosz-ukrán háború okozta gazdasági helyzet miatt a papír ára exponenciálisan emelkedett, megsokszorozódott, másrészt az energiaárak drágulása miatt a nyomtatás költségei is emelkedtek. Mindez úgy, hogy az újságok előfizetői bázisa, tehát a példányszáma fokozatosan csökkent ugyanebben az időszakban.

Ahogy arról Balta János, a Nyugati Jelen terjesztési vezetője a MÚRE kerekasztal-beszélgetésére küldött felszólalásában beszámolt, a nyomdaköltség 2020 és 2022 szeptembere között 275 százalékkal emelkedett. Ezt tetézte a lapterjesztés folyamatosan drágulása: a postai jutalék, az üzemanyagárak és a magánlapterjesztési bér emelkedése:

Az utóbbi időben több szabadárusító cég bezárt és 2020. júniusától nem nyitott már ki, emiatt az újság nehezebben jut el a célközönséghez. Emellett 2020. márciusától 37%-kal csökkent az előfizetők száma

– sorolta a problémákat Balta János. A lap gazdasági helyzetéről Böszörményi Zoltán a következőképpen fogalmazott:

Eddig is nagy volt, de ma igen számottevő a havi veszteségünk. Kezdetben magyarországi alapítványoktól kaptunk támogatást. Ez néhány hónapja megszűnt. Közben a nyomdaköltségek megduplázódtak, a személyi jövedelemadók állandóan emelkedtek, az energiaárak évig szöktek, megdrágult a lapterjesztés, a postadíjak is emelkedtek, az előfizetők száma megcsappant, tökéletes csődhelyzet állt be. Húsz éve van internetes portálja a Nyugati Jelennek. Ezt mindenképpen megtartjuk. Nyomtatni pedig addig fogunk, ameddig gazdaságilag ezt a nagy veszteséget kezelni tudom (in Gál & Tőkés 2022).

Ugyanezen okok vezettek az Erdélyi Médiatér Egyesület lapjainak megszűnéséhez. Ahogy Szüszer Róbert, a lapcsalád tartalomigazgatója az *uh.ro*-nak elmondta, a részmunkaidős alkalmazottak bérterheinek megemelkedése, az üzemanyagárak, valamint a papír drágulása – ez 2021 és 2022 októbere között megduplázódott – vezettek a lapok nyomtatásának felfüggesztéséhez.²⁴

4.3. Támogatási rendszer

Ezeket a megemelkedett terheket pedig valamiből fedezni is kell. A romániai magyar (nyomtatott) média az elmúlt időszakban két helyről kapott sajtótámogatást. Egyrészt a Romániai Magyar Demokrata Szövetség (RMDSZ) Communitas Alapítványához lehet sajtótámogatásra pályázni. 2022-ben az első kiírásra beérkezett 96 pályázat közül 82 kapott támogatást, a második kiírásra 15 pályázat érkezett, ebből 14 kapott támogatást. A pályázók döntő többsége nyomtatott kiadvány; elenyésző számú portál és rádió igényelt támogatást. A támogatásokról RMDSZ-es politikusok, valamint újságírók döntenek, így a támogatások odaítélésekor a szakmai szempontoknak is jelentőségük van. Ugyanakkor a magyarországi Bethlen Gábor Alapkezető Zrt.-hez folyamodtak támogatásért a lapok. Azonban a támogatások mértéke nem számottevő: a Communitas Alapítványtól beérkező támogatás körülbelül egyhavi nyomdaköltség fedezésére elegendő – és ezt az összeget csak nyomdaköltségre lehet költeni! –, a Magyarországról érkező támogatások mértéke pedig még ennél is kevesebb. Az egyetlen kivétel az Erdélyi Médiatér Egyesület, amely 2017 decembere és 2021 nyara között összesen 7,45 milliárd forint támogatást kapott.²⁵

Amikor az erdélyi magyar médiatámogatásokról beszélünk, fontos az erdélyi magyar média akommercializmusáról is szót ejteni. A sajtóból hiányzik az üzleti szellem, a profitorientáltság, a racionalitás (Magyari 2000).

²⁴ Pál Edit Éva: Nem lapoznak, ez a Médiatér pont nulla. *Uh.ro*, 2022. X. 20.

²⁵ Sipos Zoltán: Évi ötmillió euróból hízik az erdélyi magyar média kis gömböce. *Átlátszó*, 2021. VII. 28.

A sajtót nem mint gazdasági vállalkozást menedzselik, hanem mint közszolgálatot teljesítő civil szervezetet – ami összefüggésben áll az e tanulmány bevezetőjében felvázolt kisebbségi szerepvállalással. A közszolgálati feladatok ellátásához pedig támogatást kért, főleg mert csak a piacról nem tudott megélni. A médiában kevés volt a tőkeerős befektető, és a reklámbevételek is alacsonyok voltak, hiszen a profitra hajtó vállalkozóknak nem volt kifizetődő a román napilapokhoz viszonyítva alacsony olvasószámmal rendelkező magyar újságokban reklámozni. Ez alól csak a helyi lapok jelentettek kivételt (Magyari 2000, Csinta & Maksay 2017).

A 2022 őszi változások azonban befolyásolhatják ezt a mentalitást, s arra ösztökélhetik az erdélyi magyar sajtó szereplőit, hogy próbáljanak több lábra állva fennmaradni, új üzleti modellekben gondolkozzanak. Ahogy azt Karácsonyi Zsigmond, a Népújság főszerkesztője a MŰRE kerekasztal-beszélgetésén kifejtette, az újságoknak elsősorban az előfizetőkre kell építeniük, és nem a támogatásokra, mert végső soron az előfizető a lap fő fenntartója. Ehhez illeszkedve a Háromszék napilap például előfizetői kampányba kezdett: a lapot rendszeresen megvásárló háromszéki ismert személyekkel reklámozta az újságra való előfizetés fontosságát. A piacon megjelent a *crowdfunding* lehetősége is: több erdélyi médiatermék igyekszik közösségi támogatásból fenntartani magát. Az újságok igyekeznek a lap digitális változatát is értékesíteni (igaz, egyelőre alacsony a kereslet erre), illetve több platformon – online, applikáció, közösségi média – elérni az olvasóközönségüket. A reklámozás terén is történtek változások: az Erdélyi Médiatér Egyesület médiaorgánumainak reklámfelületeit egyetlen reklámügynökség, a Transversum értékesíti, így téve sokkal vonzóbbá ezt a szolgáltatást. Az erdélyi magyar nyomtatott lapok reklámfelületeinek összevonása, s így egy vonzó reklámlehetőség kialakítása már a 2000-es évek elején megfogalmazódott, azonban az elmúlt két évtizedben ez az igény, megvalósítás elmaradt (Balló 2002).

A MŰRE kerekasztal-beszélgetésének egyik kulcsfontosságú következtetése az volt, hogy politikai támogatás nélkül nem lehetséges új lapot indítani, amely a megszűnt lapok helyére léphetne. Ezt cáfolja, hogy azóta megjelent egy székelyföldi hetilap, amely az Erdélyi Médiatér Egyesülethez tartozó nyomtatott kiadványok felfüggesztése nyomán keletkezett piaci rést kívánja betölteni. A Heti Hírmondó hetilapot a székelyudvarhelyi Matula Média Kft. hozta létre, a felfüggesztett Heti Hirdető hetilap munkatársai felkeresésére. A bulváros, szórakoztató, közéleti újság több mint 600 apróhirdetést jelentet meg ingyen minden héten; a weboldalon közzétett adatok szerint heti 15 000 olvasója van.

4.4. Fiatal munkaerő bevon(z)ása

A 2010-es évek elején a romániai újságírók több mint fele (51,23 %) 35 év alatti volt, s mindössze 11,58 százalékuk volt 55 év feletti. A legtöbb fiatal újságíró azonban az internetes portálok és produkciós irodák szerkesztőségeiben, valamint az online sajtóban dolgozott, a print médiában dolgozók 20,34 százaléka volt 55 év feletti, s 42 százalékuk 35–55 év közötti (Maksay et al. 2012: 62–63). Ez akkor egy fiatalodási hullámnak volt köszönhető. Csinta és Maksay (2017) szerint a romániai magyar újságírotársadalom hasonló fiatalodási folyamaton fog végbemenni a 2020-as évek elején, azonban kérdés, hány fiatal újságíró vagy éppen fotós, tördelőszerkesztő, olvasószervező, korrektor választja majd valóban ebben az időszakban a print médiát a televízióval, a rádióval, az online médiával szemben. Egyáltalán ki választja az újságírást a közösségi médiával – mint tartalomgyártó vagy menedzser ezeken a platformokon – szemben?

Ahogy a MŰRE kerekasztal-beszélgetésén elhangzott, a nyomtatott sajtó utánpótláshiánnyal küzd. Ambrus Attila, a Brassói Lapok főszerkesztője szerint ezt a hiányt addig nem lehet feltölteni, ameddig élhető szakmai pályát nem tudnak felmutatni az egyetemre végzett fiataloknak. Karácsonyi Zsigmond, a Népújság főszerkesztője szerint a sajtóban az a „normális” állapot, hogy a fiatalok egyszerre két-három szerkesztőségnek dolgoznak, s így kapnak „egy” fizetést.

A romániai Centrul pentru Jurnalism Independent (Független Újságírási Központ) által készített 2021-es felmérés szerint is problémás a fiatal újságírók bevonása, főleg a nagyvárosokban és a print, az online média esetében. Ennek okai: a kaotikus munkaprogram, valamint a kis fizetések. Még a közszolgálati médiában dolgozók bére is kicsivel meghaladta az országos átlagbért – ez 2021 decemberében nettó 3879 lej volt –, a helyi médiaorgánumoknál dolgozók nettó bére 1200 és 2500 lej között mozgott. A központ elemzése szerint problémát jelent az is, hogy az újságírójelöltek felkészületlenül érkeznek az egyetemre, az újságíróképzés tömegképzéssé vált, az újságírótanoncok pedig lemondó véleménnyel vannak a médiáról, illetve nincs meg bennük a hivatástudat (Lupu 2021).

5. Következtetések – érvényes üzleti és működési modellek keresése

A jelen tanulmányban azokat a kihívásokat vettem sorra, amelyekkel az erdélyi magyar média a mai gazdasági helyzetben szembenéz, s amelyekkel meg kell küzdenie, ha nem akar kiszorulni a piacról. Ez azonban nemcsak az erdélyi magyar média jellemzője, hanem nemzetközi jelenség, hiszen a figyelemgazdaság új kihívások elé állította a médiát. A médiaorgánumok a nemzetközi szinten is a működőképes új, fenntartható működési és üzleti modelleket keresnek, dolgoznak ki és alkalmaznak. A Nemzetközi Sajtóintézet (International Press Institute), valamint a MIDAS (Kisebbségi és Regionális Nyelvű Napilapok Európai Egyesülete)²⁶ által kisebbségimédia-szereplőkkel készített felmérés is hasonló problémákra hívja fel a figyelmet (Park 2022). A 13 európai médiaszereplő lekérdezésével készült tanulmány szerint a regionális, kisebbségi lapok több problémával néznek szembe – ezek pedig visszaköszönnek a jelen tanulmányban vázoltakban:

- Az öregedő fogyasztói bázis miatt csökken a példányszám, miközben a fiatalabb olvasóközönséget kihívás megszólítani és megtartani.
- A terjesztői hálózatok Európa-szerte leépülőben vannak, a postai költségek emelkednek, és az újság-árusbódék száma is csökken, így a napilapok terjesztése nehézkes és drága.
- A mobiltelefon átvette az irányítást (*mobile first*): médiatartalmat már nem nyomtatva és nem számítógépen, hanem telefonon fogyasztanak az emberek, amely trendhez alkalmazkodni kell.
- Állami támogatást kap több lap (az államtól, ahol a kisebbség él vagy az anyaországtól), azonban ez a támogatás függőséghez vezethet.
- A médiamedndzselési modellek átalakultak: egyrészt a reklámok a médiából a digitális platformokra vándoroltak, és egy regionális, kisebbségi lapban reklámozni már nem kifizetődő, így a lapok nagy bevételektől esnek el, másrészt az online tartalmakra való előfizetés még nem vált a fogyasztói kultúra részévé.
- A regionális újságoknak egyre több szereplővel kell versenyezniük: az anyaországi, a többségi közösség médiája és általában a közösségi média is elvonja a fogyasztókat a kisebbségi lapoktól.

Európa színes nyelvi tájképében meghatározó szereplők a kisebbségi és a regionális médiumok, amelyek kis közösségek, régiók megjelenítését vállalták fel. Ahhoz azonban, hogy fennmaradjanak, a fentebb vázolt problémákra megfelelő választ kell tudniuk adni. A felmérés ugyanakkor arra is rávilágít, hogy vannak ilyen válaszok. Az előregezésre egyes szerkesztőségek például ifjúsági kiadvány létrehozásával válaszoltak, avagy a printet megszüntetve, csak online jelennek meg. Egyes szerkesztőségek megtanítják idős olvasóikat arra, hogy online tudják fogyasztani kedvenc lapjukat. Mások reklámmentes szolgáltatásokat nyújtanak, online előfizetési programokat építenek ki. Vallják, hogy a streaming-, online szolgáltatásokra előfizető generációt rá lehet arra venni, hogy médiaelőfizetést is vásároljon magának. Adott regionális lapok már nemcsak a régió lakosságát célozzák meg: a kisebbség mindennapjait az anyaországban vagy máshol élőknek is igyekeznek bemutatni. A lekérdezett szerkesztőségek egy része nagy hangsúlyt fektet a közösség erős bevonására. Megfigyelik online jelenlétüket, felmérik igényeiket, hogy a fogyasztóknak megfelelő tartalmakat állítsanak elő, és bevonják a közösségeket a tartalomelőállításba is.

Tehát az új médiastratégiák kialakítása, a digitális világ lehetőségeinek kiaknázása és a közösség elköteleződése jelentheti a kiutat ebből a helyzetből. Az, hogy az újságíró már ne csak újságot írjon, hanem digitális tartalmakat gyártson, marketing- és branding-szakember is legyen (részletesen lásd Oláh 2020). E válaszok életbe ültetése azonban nem akadálymentes, médiáról médiára, közösségről közösségre változhat, és nagyban függ az újságírók digitális kompetenciáitól és a szerkesztőségek (anyagi) lehetőségeitől. A kisebbségi lapok előnye a többségi lapokkal szemben az, hogy jobban ismerik azt a közösséget, amelynek megjelenítését felvállalták, és jobban tudnak építeni rá.

26 Ennek 27 európai, regionális vagy kisebbségi nyelven megjelenő lapja tagja. A romániai magyar lapok közül a Hargita Népe, a Szabadság, a Bihari Napló, valamint a Nyugati Jelen is a szakmai tömörülés tagja.

Irodalom

- Apró István, szerk. (2017): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2016*. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Ágoston Hugó & Ambrus Attila, szerk. (1999): *A Magyar Újságírók Romániai Egyesületének évkönyve*. Marosvásárhely: MÜRE.
- Balassa Zoltán (2017): A felvidéki magyar média. In: Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2016*, 79–114. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Balassa Zoltán (2022): A felvidéki magyar média. In: Apró István (szerk.): *Magyar médiaműhelyek a Kárpát-medencében 2021*, 155–212. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Balló Áron (2002): A romániai magyar sajtó intézményesülésének esélyei. In: Bodó Barna (szerk.): *Romániai magyar évkönyv 2002*, 183–190. o. Temesvár & Kolozsvár: Szórvány Alapítvány & Polis Könyvkiadó.
- Botházi Mária (2019): Hírek, tabuk, álhírek, Erdély. Tematizáció és hírszelekció az átalakuló kisebbségi sajtóban. In: Botházi Mária (szerk.): *Párhuzamos életutak. Emlékkönyv Cseke Péter 75. születésnapjára*, 79–94. o. Kolozsvár: Egyetemi Műhely Kiadó & Bolyai Társaság.
- Bodó Julianna (2000): Ünnepi események és a média nyilvánossága. In: Bodó Julianna (szerk.): *Miénk a tér? Szimbolikus térhasználat a székelyföldi régióban*, 43–62. o. Csíkszereda: Pro-Print.
- Bodó Barna (2008): Romániai magyar sajtó 2008. *ME.dok*, 3. évf. 3. sz. 77–88. o.
- Csinta Samu & Maksay Ágnes (2017): Az erdélyi magyar média. In: Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2016*, 11–30. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Gálik Mihály & Csordás Tamás (2020): *A média gazdaságtanának kézikönyve*. Budapest: Médiatudományi Intézet.
- Keszeg Anna (2015): A televíziós médium kutatási paradigmái. *Me.dok*, X. évf. 1. sz. 63–68. o.
- Kiss Tamás, Barna Gergő & Duduj Szilvia (2016): *Médiafogyasztási szokások Erdélyben*. Kolozsvár: Nemzeti Kisebbségkutató Intézet.
- Kiss Tamás (2015): Marginalizáció, etnikai párhuzamosság és aszimmetrikus akkomodáció. Az erdélyi magyar közösséget érintő társadalmi és politikai folyamatok. *Magyar Kisebbség*, 20. évf. 1–2. sz. 30–64. o.
- Kovács Elemér (2022): Kárpátaljai magyar médiumok. In: *Magyar médiaműhelyek a Kárpát-medencében 2021*, 11–60. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Kuszálik Péter (2001): *A romániai magyar sajtó 1989 után*. Budapest & Kolozsvár: Teleki László Alapítvány & Erdélyi Múzeum Egyesület.
- Lupu, Cristina (2021): *Jurnalism în 2021: o cursă cu obstacole și cu tot mai puțini câștigători. Starea mass-media în România 2021 Raport* [Újságírás 2021-ben: akadálypálya kevesebb és kevesebb nyertessel. A tömegmédia helyzete Romániában 2021. Jelentés]. Bukarest: Friedrich Naumann Foundation for Freedom Romania & Central Pentru Jurnalism Independent, <https://cji.ro/wp-content/uploads/2021/06/Jurnalismul-in-2021.-O-cursa-cu-obstacole-si-cu-tot-mai-putini-castigatori-raport.pdf>.
- Magyari Tivadar (2000): A romániai magyar média. *Médiakutató*, 1. évf. 1. sz. 95–107. o.
- Magyari Tivadar (2020): Az erdélyi magyarok nyilvánosságának általános jegyei. In: Bárdi Nándor, Éger György & Filep Tamás Gusztáv (szerk.): *Magyarok Romániában (1990–2015)*, 317–324. o. Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület & Kriterion Könyvkiadó.
- Maksay Ágnes, Kiss Tamás & Barna Gergő (2012): Az erdélyi magyar média. In: Apró István (szerk.): *Határon túli magyar nyelvű médiumok 2010/2011. Kutatási jelentések*, 11–104. o. Budapest: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete.
- Oláh Szabolcs (2020): A Z generáció hírfogyasztása, lappiaci trendek. In: H. Varga Gyula (szerk.): *Személyközi és médiakommunikációs tudatosság az iskolában*, 167–180. o. Budapest: Hungarovox Kiadó.

Papp Z. Attila (2000): „Konfliktuskezelés” a romániai magyar sajtónyilvánosságban. In: Bárdi Nándor (szerk.): *Konfliktusok és kezelésük Közép-Európában. Technikák és hagyományok*, 269–274. o. Budapest: Teleki László Alapítvány.

Papp Z. Attila (2005): *Keretizmus. A romániai magyar sajtó és működtetői 1989 után*. Csíkszereda: Soros Oktatási Központ.

Park, Jacqui (2022): *A Media Call to the Future. A Needs Assessment of Minority- and Regional-Language Media in Digital Transition in Europe*, <https://newsspectrum.eu/wp-content/uploads/2022/05/NewsSpectrum-Minority-Media-Needs-Report-final-2022.pdf>.

Péter Árpád (2015): „Címlapsztorik.” Szerkesztőségi tematizálás, tabuk és „hírközlés-univerzálák” az erdélyi magyar nyomtatott médiában. *Me.dok*, X. évf. 1. sz. 69–83. o.

Rácz Éva Mária (2015): Médiapiac és tájékoztatás. *Me.dok*, X. évf. 1. sz. 53–62. o.

Sarány Orsolya (2022): Vidék, média, nyilvánosság. *Korunk*, XXXIII. évf. 10. sz. 96–107. o.

Vincze Hanna Orsolya, Kassay Réka & Tőkés Gyöngyvér (2015): A romániai magyar hírportálok témaszerkezete. *Me.dok*, X. évf. 1. sz. 37–52. o.

Sarány Orsolya újságíró, a Babeş–Bolyai Tudományegyetem Kommunikáció és közkapcsolatok alapszakán, majd Media Communication mesterszakán, illetve a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Diplomácia és Interkulturális mesterszakán diplomázott. Jelenleg a Debreceni Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Doktori Programjának hallgatója. Kutatási területe az erdélyi magyar (nyomtatott) média, valamint a média román-magyar viszonyokra gyakorolt hatása. Email: saranyorsi@gmail.com