

Szabad sajtót és hiteles tájékoztatást!

A demokratikus ellenzéki pártok és a demokratikus nyilvánosság céljai egybeesnek, hiszen szabad sajtó nélkül nem valósulhat meg az információhoz jutás és a véleménynyilvánítás szabadsága, a politikai hatalom hatékony ellenőrzése, és nem biztosított a tisztességes demokratikus választás lehetősége. Bár az Alaptörvény és a hatályos sajtótörvények is deklarálják ezeket az alapjogokat, a valóságban ezek a Fidesz-KDNP-kormány politikája következtében rendkívül súlyosan sérültek. **A Magyar Szocialista Párt médiapolitikai javaslatainak célja a sajtószabadság helyreállítása, amit az a felismerés és tapasztalat táplál, hogy valódi médiaszabadság nélkül nincs demokrácia.** Médiapolitikai programunkban két kulcsfontosságú tényezőre, a közmédiára, valamint az állami támogatások felhasználására koncentráltunk, jelezve, hogy olyan, a médiaviszonyokat meghatározó egyéb tényezőkre – mint az internet szabadsága, vagy az információs jog érvényesülése – a közjogi, illetve a digitalizációról szóló programfejezetekben térünk ki.

Szabad média helyett hazugságyár

Volt-nincs közmédia

A Fidesz médiapolitikája a sajtó teljes alávetésére és ellenőrzésére, a médiapiac, illetve a közbeszéd feletti uralom megszerzésére irányul, és célja minden olyan kritikus hang elfojtása, amely a Fidesz politikai és gazdasági hatalmát veszélyeztetheti. A példátlanul kiterjedt jogkörrel felruházott Médiatanács az eredeti törvény alapján az egész sajtót maga alá gyűrte volna. Az EU nyomása eredményeképpen végül az internetes és nyomtatott sajtó alapvetően kikerült az új szervezet felügyelete alól, így a piac ezen szereplőinek megregulázása más eszközökkel – és évekre elnyújtva – történt meg.

1) A kétharmados fideszes úthenger első lépésben – az önállóságát és a függetlenség látszatát is felszámolva – egypárti kormányzati propagandagyárrá és közpénzszivattyúvá változtatta a közszolgálati médiát. Nem elégedtek meg a közmédia megszállásával, hanem az MTVA létrehozásával kiszervezték, és a Médiatanács elnökén keresztül közvetlen kontroll alá vonták a százmilliárdból működtetett gépezetet. Így az, a kormánypártokhoz közeli vállalkozások számára hatalmas üzleteket hozva, a közpénzek korrupciós kiszivattyúzásának eszközévé vált. A propagandagyárból eltávolítottak mindenkit, aki megpróbált valódi szakmai értékrend alapján közszolgálati újságíróként fellépni.

2) Példátlan, hogy minden korábbi és hatályos törvényi rendelkezést semmibe véve a hírműsorok a kiegyensúlyozottság, a tárgyilagosság és hiteles tájékoztatás minimumát sem biztosítják. Ellenzéki politikai pártok képviselőit,

vezetőit – a kifejezetten választási műsorokat leszámítva (akkor is csak a választásokról szóló törvény miatt) – nem hívják be élő adásba, miközben a kormánypárti politikusok naponta többször láthatók és hallhatók. A látszatra sem adva, a közszolgálati hírműsor internetes oldalán, a hirado.hu weboldalon, a blogokat részben kormányzati tisztségviselők vagy kormányhoz deklaráltan közel álló személyek írják. Az elmúlt 10 évben a kormányzathoz vagy kormánypártokhoz kapcsolódó visszaélést, korrupciót feldolgozó dokumentumfilm, oknyomozó anyag egyetlen egy sem készült, mert nem készülhetett. **A közszolgálati média ma a magyar sajtószabadság megsértésének az egyik legnyilvánvalóbb és legkirívóbb példája.**

3) Az új médiatörvény segítségével átalakított közszolgálati médiumokat összevonták, kiüresítették, ami a valóságban azok felszámolását jelentette. A közmédiumok összevonása, vagyonuk, épületeik és dolgozóik elvétele után a független közszolgálat eltűnt, az egykori közmédia a kormányhoz maximálisan lojális, agitprop hazugság- és álhírgyárrá alakult. Bár a változás gyors volt, de a teljes bedarálás évekig tartott, ezeket kellett több ütemben, csoportos létszámleépítéssel elküldeni. Mára papíron is megszűnt az MTI, a Magyar Televízió, a Magyar Rádió és a Duna Televízió önállósága, így Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. néven működik hivatalosan a közszolgálatnak nevezett média. Évekig elsősorban az EU és a külvilág becsapását szolgálva maradtak meg ezek a csontvázak, ahol összesen médiumonként még 50 ember sem dolgozhatott. 50 fő felett ugyanis kötelező lett volna üzemi tanácsot választani, amelynek jogosítványai révén nemcsak a médiavagyon elidegenítésébe, de az elbocsátásokra is lett volna beleszólása.

4) A több mint 200 paragrafusból álló, szinte az újságírók levegővétélét is szabályozó médiatörvénynek eredetileg mindössze egy paragrafusa szabályozta azt a szervezetet, amely a valóságban – a közmédia összes vagyonával, technikai és anyagi eszközeivel, valamint több ezer munkavállalójával – magát a közmédiát jelenti. Ez a szerkesztői felelősséggel nem rendelkező, így a tartalomfelügyeleti hatósági eljárás alól teljesen kivont MTVA jogilag egy, a közszolgálati médiaszolgáltatást támogató vagyon- és pénzkezelő alap, ahol valójában a közmédia munkavállalóinak 95 százaléka dolgozik. A papíron nem közszolgálati műsorszolgáltató és szerkesztői felelősséggel nem rendelkező MTVA az, ahol a valóságban az adások és az anyagok készülnek, de ezek tartalmáért semmilyen felelősség nem terheli.

5) A közmédia költségvetése mementóként világít rá, hogy hogyan csapják be a külvilágot.

• Az évente több, mint 100 milliárd forint, a közmédiának juttatott közpénzből a Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt., amely a jog szerint maga a közszolgálati média, 2019-ben 1,7 milliárd forintot kapott. A 101 fős intézmény felett a tulajdonosi jogokat és a társadalmi ellenőrzést gyakorló

Közszolgálati Közalapítvány pedig mintegy 234 millió forintot. Ide tartoznak a részben pártok jelölte (6 fő) és Országgyűlés megválasztotta (2 fő) kurátorok. Ugyanakkor ennek a testületnek igazából nincs jelentősége, hiszen csak ennek a közmédiának nevezett torzónak az ellenőrzésére van hatásköre. Ide tartozik az elmúlt 10 évet csendben végig asszisztáló, szinte senki által nem ismert 15 fős Közszolgálati Testület, amelynek tagjait egyházak, szakmai és társadalmi szervezetek jelölik 3 évre. A papíron megvalósuló társadalmi ellenőrzés valójában egy csontváz fölötti öröködést jelent, valódi beleszólás és igazi elszámoltatás nélkül. Így ebben a formájában ennek a testületnek, egyes tagjainak egyéni jó szándéka ellenére sincs semmilyen hatása semmire.

- A médiatörvény szerinti vagyonkezelő, közszolgálati médiaszolgáltatást támogató pénzalap, amely közvetlenül a Médiatanács elnökének irányítása alatt működik, vagyis az MTVA az, amely a költségvetési támogatást kapja, és ebből ad tovább a hivatalos közmédiának. **Az MTVA jelenti a valóságban a közmédiát, miközben jogilag nem számít közszolgálati médiaszolgáltatónak, így nem vonatkoznak rá a médiatörvény részletes szabályai, nincs a médiatörvényben szabályozott politikai-társadalmi ellenőrzés alatt. Jogilag nincs szerkesztői felelőssége!** Gyakorlatilag az összes szerkesztő, az összes riporter, műsorvezető, rendező, vágó, tudósító, technikai és adminisztratív munkatárs az MTVA alkalmazottja. Nagyon súlyos alkotmányos visszásságot okoz, hogy az MTVA tényleges szerkesztői feladatkört ellátó munkavállalói a törvény szerint nem számítanak szerkesztői felelősséggel rendelkező személynek, hiszen nem a közszolgálati médium munkatársai. Egy tartalmat érintő jogsértés esetén a médiatartalmat elkészítő, azt szerkesztő MTVA-t nem is lehet hatósági eljárás alá vonni, hiszen nem számít közszolgálati vagy egyéb médiaszolgáltatónak.

- Hivatalosan létezik a **Közszolgálati Költségvetési Tanács**, amely három főből áll, elnöke az MTVA vezérigazgatója, másik két tagja pedig a 101 fős közszolgálati média vezérigazgatója és az Állami Számvevőszék eseti delegáltja. Ez a testület az, amelyik elvben dönt egyszerű többséggel arról, hogy mire költik a közszolgálati médiában az állami támogatást. Kétely sem merül fel abban, hogy a Fidesz utasításait követve.

Sarokba szorítva

Az új médiatörvénnyel és a csak a Fidesz által jelölt tagokkal bebetonozott Médiatanáccsal a piac felügyelete, a frekvenciák elosztása kizárólagosan kormánypárti kezekbe került.

A Fidesz minden rendelkezésre álló eszközzel, parlamenti kétharmados többségét maximálisan kihasználva olyan médiapiacot alakított ki, amelyet a lehető legnagyobb mértékben ellenőrzése, irányítása és befolyása alatt tart. Ezzel nemcsak a kormányzat és a kormánypártok abszolút médiatúlsúlyát

biztosítja, de a kormányzattól független média szereplőit is részben megalkuvásra és egyfajta öncenzúrára is készíti.

1) Kezdetben a Fidesz oligarcháinak közbeiktatásával, a nekik juttatott közbeszerzéseken szerzett milliárdok segítségével megvásárolt médiumokkal a Fidesz megteremtette saját magánmédiabirodalmát, amelyet jórészt az állami hirdetések révén juttatott hatalmas piaci előnyökhöz, és ezáltal tart fent. A Fideszes médiabirodalom kiépítése a G-nap, a 2015-ös Simicska-Orbán szakítás után a teljes központosítás útjára lépett. Kezdetben Mészáros Lőrinc és a Mediaworks köré épült a birodalom, majd a végén, a szinte az összes kormányközeli médiatulajdonos „önkéntes médiaátadása” után, egy kézbe került a KESMA megalakításával. A látszat fenntartása és a tőkekoncentrációt korlátozó uniós szabályok miatt a KESMA-n kívül maradt a korábban Andy Vajna kezébe került TV2-csoport és a Rádió 1, valamint néhány kisebb sajtótermék, de valójában a magyar sajtópiac mintegy 80%-a Fidesz közvetlen befolyása alá került.

A Médiatanács – már felállításától kezdve – nem a törvénynek, hanem a Fidesz akaratanak alávetve működött. Ez tükröződött nemcsak a frekvenciák elosztása és a Klubrádió esetében, vagy a közmédia hírcsalásainak mentegetésekor, de egyértelmű vált a médiapiaci fúzióknál is, amikor az RTL Klub és Central csoport online részlegének egyesítését tagadta meg, vagy az Axel Springer és a Ringier fúzióját blokkolta évekig. A hatóság erre az üzletre csak azután bólintott rá, hogy a felek megállapodtak egy nagyobb lapcsomag kiszervezéséről (benne több megyei lap mellett a Népszabadsággal). Az így értékesített Mediaworks lapokat azután Heinrich Pecina vette meg. Az osztrák tulajdonos nemsokára bezárta a Népszabadságot, majd a már jó előre kigondolt módon átjászotta a cégcsoportot Mészáros Lőrincnek. A Médiatanácsnak semmi baja nem volt a közel 200 sajtóterméket tulajdonló Mészáros-féle felvásárlásokkal, ahogy később a TV 2 tulajdonosává vált Andy Vajna országos rádiócsatornája esetében sem vizsgálódott.

A médiapiaci kapitalizmus történetében ritkán vannak „csodák”, de most az történt, hiszen minden ellenszolgáltatás nélkül, éppen a folyamatos állami bevételeknek köszönhetően jórészt nyereséges, milliárdos cégeket egyszerűen és egyszerre ingyen felajánlottak a sebtében összerakott alapítványnak. A Fidesz-KDNP kormány sietve nemzetstratégiai jelentőségűnek nyilvánította a fúziót, megakadályozva ezzel, hogy a Gazdasági Versenyhivatalnak és a Médiatanácsnak, ha csak formálisan is, de hivatalosan vizsgálnia kelljen a tranzakciót.

2) A központosított, így a magyar sajtó közel 80%-ára kiterjedő Fidesz-közeli médiatúlsúly a célzott állami hirdetések nélkül nem jöhetett volna létre. A Fidesz-kormány az állami hirdetések elhelyezésével rendkívül egyoldalúan, szinte kizárólagosan saját médiáját támogatja, amivel

behozhatatlan versenyelőnyhöz és extraprofithoz segíti az őt teljesen kiszolgáló médiumokat. Az állami hirdetések piactorzító és politikai hatalmat kiszolgáló szerepét jól bizonyítja a Mérték Médiaelemző Műhely és az Átlátszó vizsgálata, amely a Kantar Kft. adatbázisa alapján bemutatta, hogy 2006 és 2018 között az állami reklámköltés a magyar médiapiacra a Fidesz-közeli médiára koncentrált.¹

2010 után az állami hirdetések szárnyalása egybeesett azzal a folyamattal, hogy a Magyarországon korábban jelentős nemzetközi médiacégek egy része kivonult a gazdasági válság következtében, és hazánkban inkább túladott érdekeltségű, amelyek így jobbra Fidesz közeli tulajdonosokhoz kerültek. A magyar reklámpiac beszakadásával ez így még inkább az állami hirdetéseknek tette kiszolgáltatottá a sajtópiac jelentős részét. Simicska, cégei révén, a Fidesz-KDNP-kormány állami hirdetési kiadásainak felét vitte el, mintegy 10% pedig a közmédiánál csapódott le. Néhány hónap leforgása alatt a Simicska-birodalom elveszítette szinte a teljes állami támogatást, és az állami hirdetések az újonnan kialakított Fidesz közeli médiabirodalomhoz kezdtek vándorolni, s Mészáros Lőrinc, Habony Árpád, Andy Vajna lettek az új kegyencek. A G-napot követő átrendeződés után kialakított új fideszes médiabirodalom az állami hirdetéseknek már közel 80 %-át zsebelte be.

2015 után az állam hirdetési költségei exponenciálisan növekedni kezdtek, a Fidesz-KDNP-kormány 270 milliárd forintot, tehát a korábbi négyéves időszakhoz képest csaknem háromszor annyit költött állami hirdetésre. Az állami hirdetésekre fordított kiadások ilyen drasztikus megemelésével párhuzamosan zajlott a Fidesz médiabirodalmának kiépítése, amely ezen állami támogatások nélkül nem lett volna megvalósítható. Ehhez jött még hozzá az állami vagy Fidesz-közeli bankok segítségnyújtása, például az Andy Vajna cégének nyújtott 7 milliárd forintos hitel, amelynek segítségével megszerezte a második legnagyobb országos kereskedelmi tévécsatornát, a TV2-t. S hogy teljes legyen a kép, a komplett vállalati kör, amely beszállítóként vagy pályázóként kormányfüggő, ismeri az „ajánlott” és „nem ajánlott” sajtótermékek listáját, és nem mer „rossz” helyen hirdetni. A kormányzati politikai irányt követték az állami vagy többségi állami tulajdonú nagy hirdető is, mint a Magyar Turisztikai Ügynökség, vagy az Államadósság Kezelő Központ. Amíg 2010-ig az állami hirdetési kiadások 70%-ban piaci alapon kerültek kihelyezésre, addig 2018-ra ez a visszájára fordult.²

A Magyarországhoz hasonló gazdasági fejlettségű és méretű országokban, a médiapluralizmus úgy alakult ki, hogy a televíziós és rádiós reklámpiacra, a napilapokra vagy az országos online portálok piacán általában kettő, maximum három piaci szereplő játszik meghatározó szerepet. Ez

¹ Állami reklámköltés 2016-2018, Urbán Ágnes, Bátorfy Attila

² <https://mertek.atlatszo.hu/allami-reklamkoltes-2006-2018/>

Magyarországon sem alakult másképpen. Ami a viszonylagos médiaegyensúlyt felborította, az az, hogy a televíziós és online piacon a médiaszegmensek két-két piacvezető szereplője közül egy-egy a Fidesz mélyállamának kezébe került és vált szinte percek alatt a központi propaganda terjesztőjévé. A Fidesz befolyás szerzési technikáját jól mutatja, hogy a 30% feletti állami reklámbevétel rendelkező piaci médiumok aránya viszonylag elenyésző volt egészen 2014-ig, majd utána a teljes hirdetési piacon 2018-ra ez az arány 40% fölé ugrott.

Ebből a szempontból jellemző példa az online piacon sokáig piacvezető Origo és Index története. 2006 és 2012 között gyakorlatilag a két vezető online portál nagyjából 30-40%-os részesedéssel egymás mellett állt mind az állami hirdetések, mind a bevételek tekintetében. 2016 januárjától azonban – az Origo Fideszhez még közelebbi tulajdonlásával – ez a helyzet gyökeresen megváltozott 2016-2018-ra az állami hirdetések közel 80%-a jutott az Origohoz, és jóval kevesebb mint 20% az Indexnek, noha a két portál látogatottsága, olvasottsága és elérése továbbra is közel azonos volt. Egyelőre még nem látni, hogy az Index új szerkesztőségének felállása és a Telex megindulása után mennyiben változik meg az Index helyzete azáltal, hogy az a kormánykedvenc TV2 elnöke, az Origo, az MTVA és az Echo TV volt vezetője, Vaszily Miklós tulajdonába került. Ezzel egyébként utólag is beigazolódtak a volt szerkesztőség félelmei, hiszen az Origo után a függetlenség biztosítására létrehozott alapítványi tulajdon kivásárlásával az Index is betagozódott a Fideszes-médiabirodalomba. Közben egyre több online orgánus kénytelen fizetőssé tenni a szolgáltatásait, ami közönségük további szűkülését okozza.

2014-ig a két meghatározó kereskedelmi televízió gyakorlatilag közel hasonló arányban részesült állami hirdetésekből, egyiknél sem volt annak meghatározó jelentősége. A TV2 tulajdonosváltásával párhuzamosan megnövekedett az állami bevételek TV2 javára történő elmozdulása, és 2018-2019-re a tévés állami hirdetési bevételek 60-70%-a TV 2-höz került.

A rádiós piacon hasonló folyamatok játszódtak le. 2010-ig a Sláger Rádió és a Danubius uralta ezt a piacot egészen addig, amíg el nem veszítették frekvenciájukat. 2010 és 2015 között a Simicska-birodalom vitte el a rádiós állami hirdetések durván kétharmadát, ez szinte a nullára csökkent a G-napot követő hónapokban. Ekkor az állami hirdetések elsősorban a közmédiához, a Magyar Rádióhoz, a Kossuthhoz és a fiatalokat megszólítani próbáló Petőfi adóhoz kerültek. A korábbi átlagosan 10-15%-os hirdetési részesedésük az állami piacból 30-40%-ra nőtt a következő években. Az országos közéleti rádiózásban a Kossuth Rádió megtartotta vezető helyét, ugyanúgy, ahogy a Petőfi Rádió is sikerült felzárkózni a kereskedelmi rádiókhoz. A kormánybiztos Andy Vajnához került Rádió 1 felfuttatásával az állami hirdetések a rádiós piacon elkezdtek ehhez a rádióhoz ömleni, és ha nem is Simicska felfutásának

gyorsaságával, de gyakorlatilag az állami piac harmadát, 30-40%-át ez a rádió kapta meg.

3) A napilapok piacán az állam meghatározó szerepét jól mutatja, hogy **2018-ra a napilapok többsége a bevételek több mint harmadát az államtól kapja.** Nyilván ebben nagy szerepet játszik, hogy közben megszűnt a Népszabadság és a napilapok piacán a Magyar Nemzet (Magyar Idők) és a Magyar Hírlap mindig is Fidesz-pártinak számított. **A viszonylag kicsi és kevés tőkével rendelkező magyar médiapiacra a hetilapok tekintetében mindig is viszonylag jelentős volt az állami támogatás aránya, de ez a 15-20% körüli arány a fideszes médiabevásárlásokkal 30%-ra nőtt.** Az, hogy a sajtópiac torzított, nagyon enyhe kifejezése a valóságnak: az ellenzéki irányultságú, döntően liberális lapok annyira kiszárítottak, hogy az a szakmai minőség rovására megy, nincs pénzük tényfeltárássra, nincs pénzük szakmai konferenciákon részt venni, az újságírók nem csak külföldre nem tudnak utazni, de lassan már Magyarországon belül sem. Az ellenzéki lapoknak egész egyszerűen nincs pénzük marketingre, reklámra, ami azzal jár, hogy az egykori nagy lapok a nevükből próbálnak megélni (HVG, Élet és Irodalom, Magyar Narancs), az újak pedig (Jelen) nem, vagy csak nagyon nehezen tudnak olyan pozíciót fogni, ahonnan el lehetne startolni.

4) **2010 után a köztéri plakátpiac 90%-a Simicska Lajos Publimont Kft.-jén keresztül gyakorlatilag a Fidesz irányítás alá került.** Ebben a helyzetben is Simicska kegyvesztése jelentett változást, fokozatosan szorították ki a volt fideszes oligarchát a plakátpiacról az állami megrendelések visszavonása, illetve csökkentése révén. A 2018-as választásokra Simicska Lajos Publimont Kft.-jének korábbi, 70-80%-os piaci részesedése az állami hirdetésekben alig pár százalékra csökkent, és ez egészen addig nem változott, amíg a céget át nem adta Fidesz-közeli vállalkozóknak. Akkor, 2018 júniusában, már csak alig 6%-os részesedése maradt az állami piacon, de egy hónappal később a tulajdonosváltás után már 25%-ra ment föl az új Publimont-tulajdonosok révén ez az arány. Majd 2019-től szinte 90 %-os arányban uralja ismét ez a cég az állami hirdetési plakátpiacot.

Szabadságot a médiának, hiteles információt az embereknek!

A Magyar Szocialista Párt törekvése, hogy a vélemények szabadon kifejezhetők és megismerhetők legyenek, a közvélemény informálódhasson a legfontosabb hazai és külföldi történésekről, sokoldalú, alapos, hiteles tájékoztatást kapjon ahhoz, hogy eligazodhasson a társadalom legfontosabb kérdéseit illetően. Egy ilyen viszonylag kis létszámú nyelvi közösség esetében, mint a magyar, az államnak jelentősen hozzá kell járulnia az információval való ellátás költségeihez. Nem a tartalmát kell meghatározni,

hanem annak előállítását és az ahhoz való hozzáférést kell támogatnia. Ahogy az állampolgároknak joguk van az egészségügyi ellátáshoz és az oktatáshoz, joguk van a tisztességes tájékoztatáshoz és a szabad tájékozódáshoz is.

Szabad tájékoztatást és tájékozódást!

A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy a demokratikus ellenzéki pártok mostantól kezdve ne vegyenek részt a kiüresített közmédia közalapítványi kuratóriumában. Ne legalizálják ennek a pseudo-közmédiarendszernek a létét, és külföldön, s így az Európai Unió előtt, ne igazolják azokat a kormányzati állításokat, hogy az ellenzék és a kormánypártok együtt felügyelik a közszolgálati médiumokat. Már csak azért se, hogy kiderüljön: a tényleges közszolgálati médiumot, az MTVA-t az Országgyűlés semmilyen módon nem felügyeli. Az MTVA vezérigazgatója felett kizárólag a Fidesz által delegált tagokból álló Médiatanács elnöke gyakorol ellenőrzést, hiszen ő nevezi ki és csak ő szüntetheti meg a munkaviszonyát. Az MTVA vezérigazgatója viszont az Országgyűlésnek nem számol be, az országgyűlés felé nincs semmilyen kötelezettsége.

A választások után a Fidesz-közeli médiamonopólium megszüntetéséhez, a közmédia függetlenségének helyreállításához a könnyebb út, ha nem csak kormányváltásra kerül sor, hanem a korszakváltók kétharmados, alkotmányozó többséggel is rendelkeznek. A valóban szabad média megteremtése, a szükséges törvényi és alkotmányos garanciák kialakítása kétharmados többség esetén egyszerűen megvalósítható. Amennyiben csak egyszerű többsége lesz a korszakváltó erőnek, akkor összetettebb és lassúbb változásokkal kell a szabad tájékoztatás és tájékozódás feltételeit megteremteni. Ehhez több más, nem csak a médiát érintő törvényi változásra is szükség lesz. Ilyen például a média ellenőrzését biztosító információs önrendelkezési joggal és a közérdekű adatokhoz való hozzáférés jogával kapcsolatos rendelkezések kiegészítése, vagy éppen a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás elleni fellépés szigorítása, a közbeszerzés szabályozásának korszerűsítése.

A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy mindkét esetre készüljünk fel; arra is, ha lesz, és arra is, ha nem lesz kétharmados többség.

1) **Alkotmányozó többség birtokában lehetőség nyílik teljesen új médiatörvény elfogadására, a korábban bebetonozott szervezetek átalakítására, a politikai okokból kinevezett vezetők leváltására.** Ezzel megvalósulhat a legfontosabb stratégiai cél: ismét szabad lehet a sajtó, helyreállhat a kormányzati megszállás alól felszabadult médiapiac sokszínűsége, egyben megerősödhet a demokratikus nyilvánosság. A Magyar Szocialista Párt álláspontja szerint ebben az esetben olyan, **teljesen új médiatörvényre van szükség,** amely a sajtó- és mediaszabadságot, valamint az emberek információs jogát úgy biztosítja, hogy a lehető

legkisebb mértékben, és csak az elengedhetetlenül szükséges dolgokat szabályozza. Az új médiatörvény benyújtását a szakmai és érdekvédelmi szervezetekkel való folyamatos konzultációnak és egyeztetésnek kell megelőznie.

- Szükségesnek tartjuk a Médiatanács és az NMHH szervezeti szétválasztását, vezetőjük, hivataluk és hatásköreik elkülönítését, jogkörük jelentős átalakítását, szűkítését. Az NMHH alapvetően a hírközlési hatóság feladat- és jogkörében eljáró szervezet legyen, a Médiatanács utódja pedig kibővített tagsággal, rövidebb mandátummal, teljesen külön jogi személyként, továbbra is a médiapiac szabályozásáért és felügyeletéért feleljen. Irányítási struktúráján és eljárási hatáskörén keresztül biztosítani kell majd, hogy csak a legszükségesebb mértékig avatkozzon be a mediaszolgáltatások és a sajtótermékek, illetve a média terjesztésének folyamatába. Ilyen szükséges és arányos beavatkozási terület a tájékoztatási monopóliumok megakadályozása, a versenyt vagy a véleménypluralizmust korlátozó hatások kivédése. A tartalomszabályozás területén egy külön független szervezet, a Panasztestület járjon majd el.

- A Magyar Szocialista Párt javasolja a frekvenciagazdálkodás átalakítását és új pályázati rendszer kialakítását. Internetes és nyomtatott termékekre a nyilvántartásba vételen kívül a sajtó szabadságának és média sokszínűségének biztosítékeként csak a versenyjogi szabályozás vonatkozna, illetve – a tisztességes tartalom érdekében – a felállítandó Panasztestületről és/vagy önszabályozásról szóló rendelkezések. Világos, gyakorlatban érvényesíthető szabályok vonatkoznak majd a tulajdoni koncentrációra, a médiamonopóliumok korlátozása érdekében.

2) Alkotmányozó többség hiányában nem lesz mód az egész médiapiacot torzító médiatörvény átalakítására, de nem leszünk tehetetlenek. Amennyiben a korszakváltás többséget kap, ezzel kifejeződik az egyértelmű választói akarat, amely egész egyszerűen kiköveteli a média-árnyékhatalom szétzúzását. A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy már most meghatározásra kerüljön, hogy ez milyen eszközöket igényel, ezeket hogyan lehet jogszerűen létrehozni. Arról például, hogy a köztévé többé nem lehet senki magán televíziója, hogy lesz következménye, méghozzá igen súlyos, ha szakmai-etikai normákat nem tartják be egy hírműsorban. Nem fordulhat elő többé, hogy a Versenyhivatal csak asszisztál olyan döntésekhez, amelyek egy kézbe adják a sajtópiac közel 80%-át.

- A korszakváltó kormány a Médiatanács új elnökét jelölve jelentős személyi, és rajta keresztül strukturális változásokat tud végrehajtani a közmédia működésében, bár továbbra is a kizárólagosan a Fidesz-KDNP által jelölt és kilenc évre – 2028-ig – megválasztott 4 tag képezi a Médiatanács többségét. Az MTVA vezetőjét ugyanis a Médiatanács elnöke nevezi ki és menti

fel, a munkáltatói jogköröket teljeskörűen gyakorolja, sőt az Alap felügyelő bizottságát is teljesen kicserélheti.

- **Ha idő előtt lemondadják a mai elnököt, hogy saját emberüket bebetonozzák, akkor bírósági úton fogjuk kikényszeríteni a pártatlan és tisztességes tájékoztatást. Erőteljes fellépést javaslunk majd alkotmányossági és más jogi fórumokon az MTVA helyzetével kapcsolatban.** Konkrét ügyekben, például a kiegyensúlyozottsági panaszok esetében több bírósági felülvizsgálatot javaslunk kezdeményezni, ha szükséges, a Kúriáig elmenni, illetve alkotmánybírósági felülvizsgálathoz eljutni. A közszolgálati média riportjait érintő kiegyensúlyozottsági panaszügyekben egyébként bárki ügyfél lehet így a Médiatanács – bár csak kérelemre –, de köteles ilyenkor eljárni, megnyitva ezzel az utat a közigazgatási bírói felülvizsgálat előtt is.

- **Az új kormány ugyanakkor elsősorban az állami hirdetések átirányítása és részben a költségvetés révén is fel tud majd lépni, és minden forint közpénz felhasználását szigorúan ellenőrizni fogja. A jelenlegi gyakorlat teljes átalakítását javasoljuk az állami támogatások és a médiapiacra elhelyezett állami hirdetések felhasználásában.** Ennek eszköze lesz a 2015-től már létező Nemzeti Kommunikációs Hivatal, amely egy szervezetben összpontosította az állam által finanszírozott reklámköltségeket. Csak az NKH vehet majd reklámfelületet pályáztatás útján, ha például állami tulajdonú cég vagy a kormány szeretne hirdetni. Az NKH révén a kormányváltás után jogilag nyomon követhetőek és átláthatók lehetnek az állami támogatások, illetve a közpénzből finanszírozott hirdetések elhelyezésének és felhasználásának a módja is. Az új kormány viszonylag egyszerűen és gyorsan, az állami hirdetések elhelyezésével tudja – a változatlan tulajdoni koncentráció mellett is – valamelyest helyreállítani a médiaegyensúlyt úgy, hogy a korábban egyoldalúan a Fidesz-médiabirodalmat támogató hirdetéseket átláthatóan osztja el.

Pártatlan és hiteles közmédiát!

A Magyar Szocialista Párt álláspontja, hogy a közszolgálati médiának újra a közt kell szolgálnia. Új médiaszabályozással és a közszolgálati médiumok függetlenségének helyreállításával javasoljuk megteremteni a normális, demokratikus, szabad nyilvánosságot. **Az újságírók, sajtótermékek mellett, a létező és potenciális közönség szempontjainak képviselőit szintén fontosnak tartjuk, hiszen a fő vesztesek ők, őket tévesztik meg vagy hagyják tudatlanságban.** Elengedhetetlen a sokoldalú tájékozódáshoz és hiteles információszerezéshez való tényleges lehetőségük biztosítása, méghozzá a legszélesebb kör számára. Ezért a mindenkire eljutó közmédia mellett fontos a többi tévéadásra való olcsóbb hozzáférés, az olcsó, bizonyos körnek pedig ingyenes internet, az okostelefonhoz, laptopozóhoz való hozzájutás az iskolások és

így a családjuk számára, a tudatos médiafogyasztásra való iskolai nevelés (fellépés a „fake news” ellen), valamint a helyi sajtó támogatása.

Amennyiben a megfelelő többség megvan a médiatörvény megváltoztatásához, akkor a szándékosan kialakított jogelkerülő, jogot és a társadalmi ellenőrzést kijátszó, átláthatatlan működésű szervezetet munkáltatói jogutódlással meg kell szüntetni. **A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy az MTI-vel kapcsolatos vagyonelemek és a személyi állomány kivételével az MTVA tulajdonában álló és birtokolta épületek, eszközök, jogok és kötelezettségek, valamint a munkavállalók visszakerüljenek a tényleges közszolgálati médiához.** A közmédiumok közül a korábban is teljesen önálló, a hírügynökségi területen működő és teljesen speciális médiumnak számító MTI kapja vissza teljes függetlenségét. Az MTVA többi része a közszolgálati médiumokhoz kerüljön.

A rádió és a televíziók különállásának a továbbiakban nincs létjogosultsága, hiszen egy egységes közszolgálati médiaszervezet valóban jobban szolgálja a közérdeket, és közös irányítás alatt, a felesleges párhuzamosságok kiiktatásával hatékonyabban tudja felhasználni erőforrásait. A hazugságyárrá züllesztett közszolgálati médiát úgy kell átalakítani, hogy egypárti, illetve a kormányt kiszolgáló agitpropiroda helyett a lehető legszélesebb társadalmi nyilvánosság ellenőrzésével, átláthatóan és valóban a közjóért működhessen.

A Magyar Szocialista Párt javaslata a közmédia szervezetére:

- Az egységes közmédia a Magyar Televízió és Rádió (MTR) Nonprofit Zrt. létrehozásával, az MTVA és a Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. utódjaként jöjjön létre, munkáltatói jogutódlással. Ebben a szakmai szervezeteknek és (esetleg egy külön társadalmi bizottságban, a közönség képviselőjében) a nagy társadalmi szervezeteknek kell delegációs jogot biztosítani, a pártok mellett. A tulajdonosi jogokat gyakorló közszolgálati közalapítvány kuratóriuma egy vállalat igazgatótanácsához hasonlóan működtesse a közszolgálati médiumokat.

- Az MTI függetlenségének biztosítása érdekében, mivel a politikai hírszolgáltatás profiljának kiemelt fontosságú eleme, kivételképpen egy, a pártok képviselőiből álló kiegyensúlyozott ellenőrző testület jöjjön létre.

- A közszolgálati műsorszolgáltatási tartalomkészítés és független műsorgyártás megerősítése a Műsorgyártási Alapon keresztül történjen.

- Panasztestület feleljen a kiegyensúlyozottsági panaszok vizsgálatáért, amelybe társszabályozás jegyében bevonandók a szakmai önszabályozó szervezetek is.

Szabad sajtót!

A rádió, televízió, az online és nyomtatott sajtó szabadságát és tevékenységét az érintett szakmai szervezetekkel közösen kidolgozott törvények alapján javasolja a Magyar Szocialista Párt szabályozni. Annál is inkább közös munkára van szükség, mert a médiafogyasztási szokások drasztikusan átrendeződnek. A nyomtatott sajtó menthetetlenül szorul vissza, helyét egyre inkább átveszi az online média, és a rádiózás-tévézés is átalakul. A tájékozódás fő forrását (az online sajtón kívül) egyre inkább a netes közösségeken, csoportokon belül keringő információk jelentik, és az ilyen csatornák gyakran egyoldalúak, véleménybuborékban tartják a közönséget. Emiatt is egyre fontosabb kérdéssé válik az online felületek létrehozásának és használatának, s általában az internet működésének és az ahhoz való hozzáférésnek a szabályozása.

A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy a jelenlegi, a Fidesz hatalmi céljainak alávetett torz sajtópiac helyett újra egy minden szempontból szabad és sokszínű médiarendszer feltételeit alakítsuk ki. A sajtószabadság helyreállítását, új médiaszabályozás létrehozását, a médiapiacot torzító állami beavatkozás korlátozását, a sajtómonopóliumok elleni fellépést, valamint a médiapiaci tulajdoni koncentráció visszaszorítását javasoljuk. Új médiatörvény elfogadására, a Médiatanács átalakítására és leválasztására a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóságról, az állami, illetve közpénzekből finanszírozott hirdetések felhasználásának átlátható átalakítására, a tulajdoni koncentráció szabályainak szigorítására, a médiamonopóliumok megakadályozására, a frekvenciaelosztás szabályainak felülvizsgálatára, decentralizációra, valamint az önszabályozás és a társadalmi felügyelet erősítésére van szükség.

A Magyar Szocialista Párt véleménye szerint a médiumoknak adott állami támogatások rendszerét, különös tekintettel az állami, illetve közpénzekből finanszírozott hirdetések médiapiaci felhasználására, teljesen átláthatóvá, kiszámíthatóvá és ellenőrizhetővé kell tenni. Először a médiapiac helyreállítását javasoljuk, vagyis a régóta elnyomott, független orgánumok kompenzálását. Majd ezt követően kettéválasztani javasoljuk az állam finanszírozási csatornáit. Egyrészt a feltétlenül szükséges állami, állami vállalati hirdetések megrendelése történjen piaci alapon, hiszen azok fő célja mégiscsak minél több állampolgár informálása. Másrészt, hozzunk létre egy új sajtótámogatási alapot, amelyből az ígéretes, új törekvéseket, értékteremtő és értékközvetítő, igényesebb orgánumokat lehet támogatni. Ebből lehetne megfelelő támogatást adni a helyi sajtónak és a kulturális (tudományos, ismeretterjesztő) folyóiratoknak is.

Indokoltnak tartjuk egy független intézmény vagy szervezeti egység létrehozását, amely szakmai alapon koordinálná a látogatottsági, nézettségi, hallgatottsági adatok, illetve a lapok auditált példányszáma alapján az állami támogatások elosztását, figyelembe véve a demokratikus nyilvánosság és a médiapluralizmus szempontjait. Az új rendszerben átláthatóan, piaci helyzetüknek megfelelően, egy szigorúan meghatározott elosztási rend alapján jutnának állami hirdetésekhez a médiumok. Az átalakítás része lenne a hirdetések értékesítésében résztvevő médiaügynökségek valódi versenyeztetése is.

Tájékozódás nélkül nincs demokrácia

Az internet révén elérhető folyamatosan naprakész információtömeg radikálisan megváltoztatta a tájékozódási és hírfogyasztási szokásokat. Eltűnőben vannak a korábban egyeduralkodó, központilag szerkesztett, nyomtatott vagy sugárzott tartalmak, folyamatosan fogy a nyomtatott sajtó termékeit vásárlók és olvasók száma, egyre kevesebben érdeklődnek a közszolgálati és kereskedelmi rádiós és televíziós műsorok iránt. A közösségi média platformjain jelen lévők nemcsak fogyasztják, hanem terjesztik és sok esetben maguk is termelik a tartalmakat, akik közül a legsikeresebbek több tízezres követőkre számíthatnak, nemcsak a szórakoztatás, hanem a tájékoztatás területein is.

A Magyar Szocialista Párt azt javasolja, hogy az új helyzetben az országos és helyi közszolgálati online platformok feladata az legyen, hogy hiteles, naprakész információkkal szolgáljanak, és információs buborékok helyett nyílt és felelős információs közösségeket teremtsenek maguk köré. A kompetens, racionális megfontolásokra képes állampolgárokat megszólító üzenetek küldőinek csak akkor lesz esélye a sikerre, ha felveszik a versenyt a populista tartalmak előállítóival, s felismerik, hogy az észérvek hatóköre támogató érzelmek nélkül szűk. A közösségi média a populista tartalmak terjesztésére éppen úgy alkalmas, mint ahogyan ideális közege lehet a demokratikus politika lényegét képező meggondolkodtató kommunikációnak.

A Magyar Szocialista Párt azt is javasolja, hogy az online térben adjunk hangsúlyosabb szerepet helyi és országos szinten egyaránt a közjó létrehozását támogató demokratikus véleményezési, egyeztetési és döntési eljárásoknak. Népszavazások, online, ad hoc fókuszcsoportok, helyi költségvetések, a jelöltek esélyegyenlőségét biztosító kampányok mind elősegítik a helyi közösségek megerősödését, támogatják aktivitásukat. Az online kommunikációs technológia adta számos lehetőség jelentősen javíthatná a demokratikus politika minőségét. Az emberek között a digitális térben szövődő hálózatok ideális lehetőséget biztosítanak a civil társadalmi szerveződések kibontakozásához és megerősödéséhez.