

MÉDIAPOLITIKAI TRENDEK KELET-KÖZÉP-EURÓPÁBAN 1989–2008

Bajomi-Lázár Péter

(főiskolai tanár, Zsigmond Király Főiskola, Kommunikáció- és Művelődéstudományi Intézet)

Sükösd Miklós

(egyetemi docens, Közép-európai Egyetem Politikatudományi Tanszék; a KEE Média- és Kommunikációkutató Központ akadémiai igazgatója)

ÖSSZEFOGLALÓ

Az 1989 és 1991 közötti rendszerváltások véget vetettek a média monopolisztikus politikai ellenőrzésének. Kelet-Közép-Európa országaiban kikiáltották a sajtószabadságot, a nyomtatott újságok és az elektronikus médiumok nagy részét privatizálták. Azoknak, akik a rendszerváltást követő években a sajtószabadság kiteljesedését várták, mégis sokszor csalódnuk kellett: a sajtószabadság formális kikiáltása, a demokratikus jogi és intézményi keretek kialakítása és a sajtó- és médiaprivatizáció nem jelentette automatikusan a cenzúra eltörlését. Az új politikai elitiek – karöltve egyes üzleti érdekcsoportokkal – újra és újra korlátozni igyekeztek a média autonómiáját. Írásunkban a hírmédia helyzetét tekintjük át Kelet-Közép-Európa országaiban az 1989 és 2008 közötti időszakban, különös tekintettel a politikai és az üzleti nyomásgyakorlásra. Összegezzük a legfontosabb médiapolitikai kérdéseket és trendeket, és megfogalmazunk néhány olyan médiapolitikai javaslatot, amely előmozdíthatja a sajtószabadság konszolidációját a régió országaiban.

Kulcsszavak: demokratikus konszolidáció ■ politikai kommunikáció ■ sajtószabadság ■ közszolgálati média ■ bulvármédia

ÚJRARAJZOLT MÉDIATÉRKÉP

Az 1989 és 1991 közötti rendszerváltások véget vetettek a média monopolisztikus politikai ellenőrzésének. Kelet-Közép-Európa országaiban kikiáltották a sajtószabadságot, a nyomtatott újságok és az elektronikus médiumok nagy többsége magántulajdonosok kezébe került.¹

* Ez az írás *Communications and Cultural Policies in Europe* (szerkesztette Isabel Fernández Alonso és Miquel de Moragas, Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2008) című kötetben „Media Policies and Media Politics in East Central Europe: Issues and Trends 1989–2008” címmel közölt, 2008 júniusában lezárt tanulmány átdolgozott, helyenként bővített magyar fordítása. A magyar változatban – ahol lehetett – a hivatkozott szakirodalom magyar fordítását tüntettük fel forrásként – a szerzők.

Az 1990-es évek elején megkezdődött az állami média közszolgálati médiává való átalakítása. Megszűnt az állami-közszolgálati műsorszolgáltatók monopóliuma, megjelentek a helyi és az országos vételkörzetű magán-kereskedelmi rádiók és televíziók. A kereskedelmi médiumok – a közszolgálati média monopóliumát fenntartó Bosznia-Hercegovina kivételével – a régió valamennyi országában vezetik a nézettségi és a hallgatottsági listákat. A régióban megjelent multinacionális, főként nyugat-európai befektetők számos új címet vezettek be a sajtópiacra is: az 1990-es évek elején nagyságrenddel nőtt meg a politikai és a szórakoztató kiadványok száma. A 2000-es évek elején nagymértékben megnőtt a mobiltelefon, az internet és a kábeltelevízió elterjedtsége. A digitalizáció nyomán a hírportáloktól a közösségi honlapokig új formátumok, tartalmak és interaktív szolgáltatások sokasága jelent meg, előkészítve a digitális televíziós és rádiós műsorsugárzásra való áttérést.

A médiában és annak társadalmi-gazdasági környezetében végbement technológiai, gazdasági és egyéb változások nyomán elmosódtak azok a határvonalak, amelyek korábban a „tiszta” műfajokat és médiumokat jellemezték (Delli Carpini–Williams, 2001; Sükösd–Isanović, 2008). Számos minőségi lap bulvárosodott, a közszolgálati televíziók egy része kommercializálódott. Olyan új, hibrid műfajok születtek, mint a tájékoztatást a szórakoztatással ötvöző *infotainment*, a szórakoztatva oktató *edutainment*, a politikát népszerű formában feldolgozó *politainment* és a tájékoztatva reklámozó *infomercial*. Egyre többen használják az internetet, amely ötvözi az egykor önálló platformok – az újság, a könyv, a pamflet, a napló, a rádió, a televízió, a köztéri beszéd, az utcai plakát, a kiállítás, a mozi és a többi – legkülönbözőbb sajátosságait; ezzel elhalványultak a tartalomszolgáltató és a -felhasználó, illetve a magán- és a nyilvános szféra közötti határok. A földrajzi, a politikai és a nyelvi határok megnyílásával átalakultak a médiában megjelenő tartalmak is: ötvöződött a globális a lokálissal. Az olyan új műfajok kelet-közép-európai megjelenésével és térhódításával, mint a talk show és a valóságshow, korábban soha nem látott mértékben keveredtek egymással a realista és a fikciós műfajelemek. A „szórakoztatás” ma már a művészetek, a magas- és a populáris kultúra legkülönbözőbb eszközeivel él. Az új műfajok és médiumok újradefiniálták a „politika” és a „politikai kommunikáció” hagyományos fogalmát.

Az 1990-es évtized és a 2000-es évek első fele tehát újrarajzolta Kelet-Közép-Európa médiatérképét. Azoknak, akik a rendszerváltást követő években – látva a média állami ellenőrzésének csökkenő intenzitását és a magántőke megjelenését – a sajtószabadság kiteljesedését várták, mégis sokszor csalódniuk kellett. A sajtószabadság formális kikiáltása nem jelentette automatikusan a cenzúra eltörlését. Az új, immár szabadon választott kormányok újra és újra korlátozni igyekeztek a média autonómiáját. A *politikai elitek* médiatartalmakra gyakorolt, közvetett vagy közvetlen befolyása az elmúlt közel két évtizedben folyamatosan az elemzők érdeklődésének középpontjában állt (vö.

Splichal, 1994; Hankiss, 1996; Sparks–Reading, 1998; Sükösd, 2000a; Paletz–Jakubowicz, 2003).

Nem garancia a függetlenségre a privatizáció sem. A magánmédia néhány befektető kezében koncentrálódott; e folyamatot gyakran kísérte a tulajdonviszonyok átláthatóságának hiánya. A koncentráció mértéke ugyan nem érte el a nyugat-európai szintet, az *üzleti elitek* médiatartalmak feletti befolyásának lehetősége mégis számos elemző figyelmét vonta magára (vö. Dohnanyi–Möller, 2003; Hrvatin–Petković, 2004; Dragomir, 2005; Nahtigal, 2007).

A médiatartalmak befolyásolására tett visszatérő politikai és üzleti kísérletek ugyanakkor nem feltétlenül voltak sikeresek. Széles körű ellenállást váltottak ki az újságírók, a civil szervezetek, a mindenkori ellenzéki pártok és támogatóik, valamint a nagyközönség körében. Heves, de vértelen konfliktust idéztek elő, amelyet az elemzők gyakran „médiaháborúként” (Magyarország) vagy „televíziós háborúként” (Lengyelország) írtak le. A média strukturálisan ma már olyan sokszínű, hogy egyetlen politikai vagy üzleti erő sem képes teljes egészében az ellenőrzése alatt tartani, és így meglehetősen szabaddá vált az információk áramlása. Az 1990-es évek vége óta az emberi jogokat védő civil szervezet, a Freedom House kvantitatív országértékelései a régió országainak többségét a „szabad” kategóriába sorolták (a szervezet részletesebb, kvalitatív országtanulmányai ugyanakkor sok esetben még ezekben az országokban is bírálták a sajtószabadság helyzetét). Kivételt jelentett Albánia, Bulgária, Horvátország, Románia és Szerbia: ezeket az országokat a szervezet a „részben szabad” kategóriába sorolta (Freedom House, 2008). Hasonló kötelességeket fogalmaztak meg más sajtószabadság-figyelő szervezetek is (Committee to Protect Journalists, 2001–2005; Reporters Without Borders, 2008). A sajtószabadság kialakulásának kulcsfontosságú intézményei kiépültek ugyan, de a sajtó szabadsága nem konszolidálódott (Bajomi-Lázár, 2008).

Írásunkban a sajtószabadság² helyzetét írjuk le Kelet-Közép-Európa országaiban, felidézve a legfontosabb médiapolitikai trendeket, különös tekintettel a *politikai* és az *üzleti* nyomásgyakorlásra. E trendek egy része egyetemesen jellemzi a legtöbb kortárs demokráciát, más részük a kelet-közép-európai és egyes dél-európai, latin-amerikai, ázsiai és afrikai mediarendszerek sajátja. Az itt tárgyalt médiapolitikai kérdések egy részére az állami médiapolitika, másokra az iparági önszabályozás vagy az oktatás adhat választ.

Megközelítésünk abban a normatív szemléletben gyökerezik, amelyet Európában Jürgen Habermas 1962-ben közzétett racionális-kritikus nyilvánosság-elmélete (Habermas, [1962] 1999), az Amerikai Egyesült Államokban a Hutchinsbizottság 1947-ben kiadott jelentése alapozott meg (és amelynek előzményeit már például Joseph Pulitzer írásaiban is megtaláljuk, lásd Bajomi-Lázár, 2003). E szerint a demokratikus döntéshozatal és a politikai participáció előfeltétele az, hogy a hírsajtó és a -média tájékoztassa az állam polgárait a közügyekről. Az újságíróknak a „demokrácia őrktüáiként” fel kell tárniuk a korrupciós

ügyeket, illetve a politikai és az üzleti elitek hatalommal való visszaéléseit (lásd például Kunczik, 2001; Schulz, 2001). E megközelítés szerint a minőségi újságírás feladata az, hogy – amint a Hutchins-bizottság fogalmaz – „...igaz, átfogó és érthető módon számoljon be a nap eseményeiről, a megfelelő értelmezési kontextusba helyezve őket. [...] A médiának a vélemények és a bírálatok fórumaként kell szolgálnia [...] Reprezentatív képet kell nyújtania a társadalmat alkotó csoportokról.” (idézi Lambeth, 1992: 6–8).³

Ebből nem feltétlenül következik az, hogy a hírmédiának objektivitásra vagy méltányosságra (vagyis „belső sokszínűségre”) kellene törekednie, ám az igen, hogy valamennyi társadalmilag releváns csoportnak hangot kell adnia, azaz a tartalmak és a nézőpontok sokaságát kell nyújtania („külső sokszínűség”). Nem következik belőle az sem, hogy a tartalmak kommercializálódása és tabloidizációja *önmagában* csorbítaná a sajtó szabadságát. Mindaddig, amíg a bulvársajtó és a kereskedelmi média mellett vannak hagyományos minőségi lapok és hírműsorok is, azaz a választék kellően bőséges, az állampolgároknak megvan a lehetőségük arra, hogy tájékozott döntéseket hozzanak.

POLITIKAI NYOMÁS

Kelet-Közép-Európában a politikai elitek médiatartalomra gyakorolt nyomása, amelyet az a tévhit táplál, hogy a média képes a közvéleményt és így a választói magatartást előre megjósolható mértékben és irányban formálni, vizsgatérő kérdés volt az utolsó rendszerváltás óta, különösen az 1990-es években (Sükösd–Bajomi-Lázár, 2003). Ez azonban nem a régió sajátossága: a médiára – különösen a közszolgálati médiára – gyakorolt nyomás példáival találkozhatunk az olyan fejlett nyugat-európai demokráciákban is, mint Belgium és Franciaország (Freedom House, 2008; Reporters Without Borders, 2008).

Kelet-Közép-Európában az állami média közszolgálati médiává való átalakításának történelmi folyamata az 1990-es évek elején-közepén kezdődött, ám azóta nemegyszer megszakadt, és még évtizedekig elhúzódhat – legalábbis erre utal az, ahogyan a közszolgálati média és az állam kapcsolata alakult Dél-Európában az autoritárius rendszereket követő demokratizálódás korábbi hullámai idején (Olaszország, Spanyolország).

Az állami-közszolgálati rádiók és televíziók a különböző kelet-közép-európai országokban eltérő erősségű politikai nyomásnak voltak kitéve, elsősorban az 1990-es években, amikor a műsorszolgáltatásban még monopolhelyzetben voltak. A rendszerváltás után hozott demokratikus médiatörvények ugyan – legalábbis papíron – véget vetettek az informális politikai nyomásnak, ám a jogszabályokat sokszor késve vagy rosszul hajtották végre, így a politikai nyomásgyakorlás számos formája ténylegesen csak tovább finomodott. Marius Dragomir így összegzi a televíziózás helyzetéről készített, 20 európai országot

vizsgáló kutatás eredményeit: *„Bár a műsorszolgáltatás szabályozása nagyjából igazodott a nyugat-európai normákhoz, (Kelet-Közép-Európában) a jogszabályokat időről időre nem tartották be, a műsorszolgáltatást szabályozó testületek működési és anyagi függetlensége pedig hiányos volt. [...] Európa e részén a közszolgálati műsorszolgáltatók gyakran alulfinanszírozottak, emellett politikai beavatkozással és nyomásgyakorlással is szembe kell nézniük. Gondot jelent az is, hogy sem a szakma, sem a közönség nincs tisztában azzal, milyen szerepet kell a közszolgálati televízióknak játszania.”* (Dragomir, 2005: 20–21).

Több ország – jelesen Albánia, Észtország, Lettország, Litvánia és Magyarország – kormánya eltörölte az előfizetési díjat, így a közmédia teljes mértékben vagy nagyrészt közvetlenül a központi költségvetéstől függ. A médiaszabályozásért felelős testületek és a közszolgálati mediakuratóriumok tagjainak jelölése sokszor ellentmondásos volt, különösen Bulgáriában, Csehországban, Magyarországon, Lettországon, Lengyelországban és Szlovákiában (lásd Dragomir, 2005). Jellemző módon a politikai pártok kulcsszerepet játszanak a tagok jelölésében, akik egy vagy több alkalommal meghosszabbíthatják mandátumukat. Hogy megőrizték kiváltságos pozíciójukat és az azzal járó juttatásokat, a tagok igyekeznek megfelelni jelölőik elvárásainak, és beavatkoznak a menedzsment stratégiai döntéseibe csakúgy, mint a napi politikai események közvetítésébe.

A kereskedelmi médiumok megjelenésével (Szlovéniában 1990-ben, Litvániában 1992-ben, Csehországban és Lengyelországban 1994-ben, Albániában és Romániában 1995-ben, Lettországon és Szlovákiában 1996-ban, Magyarországon 1997-ben, Bulgáriában 2000-ben) ugyanakkor nagymértékben csökkent a közszolgálati műsorszolgáltatók politikai jelentősége – és ezért csökkent a rájuk gyakorolt politikai nyomás mértéke is. Igaz, a médiaszabályozásért felelős testületeket több ízben bírálta a Transparency International, mert a kereskedelmi csatornák frekvenciáinak kiosztása, illetve az engedélyek meghosszabbítása vitatott, nem átlátható eljárással történt, és gyakran befolyásolták politikai megfontolások. Miután azonban a régió tíz országa csatlakozott az Európai Unióhoz, mediatörvényeik európai normákkal való harmonizálása tovább csökkentette a médiumokra nehezedő politikai nyomást.

A sokszínű média megjelenése megváltoztatta a politikai kommunikáció természetét is. A közvetlen politikai nyomásgyakorlás agresszív stratégiáinak helyét a médiatartalom befolyásolásának kifinomultabb eszközei vették át. A politikai erők zöme ma Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban tanult *spin doctorok* segítségével támaszkodik, akik tematizációs és az információkat „keretező” technikákkal: álesemények szervezésével, „karakterépítéssel” és „karaktergyilkossággal”, valamint az információk kiszivárogtatásával igyekeznek eljuttatni üzenetüket a közönséghez. Azok, akik korábban az uralmuk alá vonták a médiát, ma a permanens kampánykommunikáció segítségével manipulálják az újságírókat. A spin doctorok célközönségüket párhuzamos csatornák sokaságán keresztül igyekeznek elérni. Különösen fontos szerepet kaptak

a politikai kommunikációban a kereskedelmi médiumok, amelyek közönség-részesedése messze meghaladja a közszolgálatiakét, és amelyek hírműsorai a közönség első számú információforrásává váltak. A médiaellenőrzés közvetlen, intézményes formái, amelyek a klasszikus *politikai propagandával* párosultak, a Kelet-Közép-Európában keletre is fokozatosan a háttérbe szorultak; szerepüket a *politikai marketing* legújabb technikái vették át.

KERESKEDELMI NYOMÁS

A sajtó és a média privatizációja régiószerte ellentmondásos folyamat volt, amelyet az elemzők gyakran a „spontán privatizáció” fogalmával írnak le: a rendszerváltás alatti és utáni évek rendezetlen jogviszonyai között a késő kommunista elitek ennek segítségével igyekeztek hatalmukat megőrizni, különösen Csehországban, Észtországban, Lettországban, Litvániában és Magyarországon. Az elitfolytonosság, a politikai hatalom gazdasági hatalommá való konvertálása a kelet-közép-európai átalakulás visszatérő narratívája általában a politikában és a gazdaságban, különösen pedig a médiában (vö. Sparks, 2008).

Bár annak megítélése, hogy a késő kommunista elitek átalakultak-e – és ha igen, miként – „komprádor burzsoáziává” Kelet-Közép-Európában, az éppen vizsgált empirikus adatok függvénye, a média sokszínűségét a *nemzeti piacok* méretéhez képest az elemzők rendszerint megfelelőnek tekintik. A *helyi piacok* ezzel szemben erősen koncentrálódtak, ami a médiumokat a politikai és az üzleti nyomás sajátos kombinációjának teszi ki. Sandra B. Hrvatin and Brankica Petković szerint: „A helyi médiapiacok [...] szenvedik el a médiakoncentráció és a gazdasági, politikai és médiahatalom egyetlen tulajdonos kezében való összpontosulásának legsúlyosabb következményeit. [...] Mivel a hirdetési piac korlátozott (a helyi hirdetőik pedig azonosak a helyi vállalkozókkal és politikusokkal), és mivel nagymértékben függenek a hirdetési bevételektől, a helyi médiában dolgozó újságírók különösen nagy nyomásnak vannak kitéve.” (Hrvatin–Petković, 2004: 20).

Tegyük hozzá, hogy Kelet-Közép-Európa országainak gazdasága viszonylag – vagyis az Európai Unió régi, nyugat-európai tagállamaival, a skandináv országokkal és az Egyesült Államokkal összevetve – gyenge, ezért hirdetési piacuk is korlátozott. A régióban nem alakultak ki fejlett fogyasztói társadalmak, az itt található országok társadalmi struktúrája (amelyet gyenge középosztály, a szegénységi küszöb alatt élők nagy száma és a tartós mélyszegénység jellemez) nagyban különbözik a nyugati államokétól. A gazdasági függetlenség általában és különösen a médiában a politikai függetlenség előfeltétele. A korlátozott hirdetési piac, amely (eltekintve Lengyelországtól és Romániától) kis létszámú lakossággal párosul, pénzügyileg sebezhetővé teszi a média-piac szereplőit – ez alól legfeljebb az országos kereskedelmi médiumok jelentenek kivételt.

A médiapolitika-elemzők egyetértenek abban, hogy ha a piac nem gondoskodik a nézetek sokszínűségének megjelenéséről, akkor az államnak kell korrigálnia a piaci tökéletlenségeket. Míg a második világháború utáni évtizedekben számos nyugat-európai ország – például Ausztria, Belgium, Finnország, Franciaország, Hollandia, Olaszország és Svédország – hozott létre sajtótámogatási mechanizmusokat, hogy segítse a pénzügyileg veszteséges, ám társadalmilag releváns hangok megszólalását, és elejét vegye a további tulajdonkoncentrációnak (Humphreys, 1996; De Bens–Østbye, 1998; Hutchison, 1999), egyetlen kelet-közép-európai demokrácia sem tett így. Ez persze nem azt jelenti, hogy a régió kormányai ne támogatták egyes újságokat, hanem azt, hogy a forrásokat nem átlátható és elszámoltatható módon, hanem politikai megfontolások alapján osztják el. A kormányok nemegyszer a hozzájuk lojális orgánumokat támogatják állami vállalatok hirdetésein, állami bankokon és állami alapítványokon keresztül, míg az őket bíráló lapokat megkísérlik „kiéheztetni” – e gyakorlat különösen jellemző Albániára és Magyarországra (Hrvatín–Petković, 2004). Az átlátható finanszírozási rendszereket feltehetően nem véletlenül nem építették ki, hanem azért, hogy fenntarthatassák a lojális újságok politikai alapon történő, nemegyszer csak félig legális eszközökkel való támogatásának gyakorlatát.

A kereskedelmi logika, vagyis a profitmaximalizálás elve a legtöbb médiumot arra ösztönzi, hogy tartalmát „áramvonalasítsa”: a többség ízlésének kielégítésére törekedjen, és ne bántsa meg közönségének egyetlen csoportját sem (Bourdieu, [1996] 2001). Ezért a kisebbségek – köztük a különböző etnikai és nemzeti csoportok, a melegek, a feministák, az anarchisták és a zöldek – ritkán kapnak megszólalási lehetőséget a média fősodrában, különösen akkor, ha ellentmondásos kérdéseket feszegetnek. A nagy médiumok gyakran – engedve a domináns közvéleménynek – egyenesen „deviánsként” ábrázolják őket.

Ugyanakkor az 1990-es évek eleje óta a közösségi rádióállomások, a kábeltelevíziók és különösen a közösségi szájtok megjelenése a kisebbségeknek megkönnyítette a médiához való hozzáférést, a többségnek pedig bővítette a tartalmat – keleten csakúgy, mint nyugaton. Ez persze együtt járt a közönség szegmentálódásával és az érdemi, nemzeti szintű párbeszéd megszűntével. Ráadásul a technológiai fejlődés csak azok számára járt a tartalom bővülésével, akik a városokban laknak, és – viszonylagos jómódban élve – megengedhetik maguknak, hogy igénybe vegyék a technológiai igényes szolgáltatásokat. Vidéken szűkösebb a választék, és – bár a lakosság jövedelme rendszerint kisebb, mint a városokban – a hozzáférési technológia is drágább. Ugyanakkor az internethasználat csökkenő költségei és a digitális földfelszíni televíziós műsorsugárzás megjelenése, amelynek legkésőbb 2011 végén be kell következnie az Európai Unió tagállamaiban, így Kelet-Közép-Európa legtöbb országában is, a következő években a kisebb településeken is jelentős mértékben bővítheti a kínálatot.

A kereskedelmi logika uralma korlátozza a rendszerkritikus hangok nyil-

vánosságát is. A liberális kapitalizmus, a fogyasztói társadalom és a képviselői demokrácia bírálata csak kivételes esetekben kap hangot a média fősodrában. Az állam és a magánvállalkozások által gyakorolt kizsákmányolás – amely a régió országaiban sokak számára napi tapasztalat – soha vagy szinte soha nem jelenik meg a nyilvánosságban. (Az államszocialista múlt, vagyis a kollektív érdekvédelemben vetett gyenge hit terhére viselő szakszervezetek ugyancsak gyengébbek itt, mint Nyugat-Európában.) A környezetszennyezés kérdései, a fennálló rendszer ökolitikai alternatívái tabuk a fogyasztóorientált, hirdetési bevételekből élő kereskedelmi médiában. Hiányzik a kampány- és a pártfinanszírozás nyíltan illegális gyakorlatának strukturális bírálata is a kereskedelmi médiából, amely éppen a kampányfinanszírozás legnagyobb haszonélvezője. A nagy médiumok, amelyeket a mai gazdasági és politikai rendszer fenntartásában érdekelt nagybefektetők működtetnek, nem nyitottak a *status quo* radikális alternatíváinak megvitatására. A kereskedelmi média fősodra a korrupcióra működő tömegdemokrácia és a fogyasztói kapitalizmus legitimációjának és hegemóniájának egyik legfontosabb újratermelője. Ebben a környezetben különösen nagy szükség volna az alternatívákat felkínáló közszolgálati médiára, ám az az elmúlt másfél évtizedben régiószerte meggyengült.

A MÉDIA DEMOKRATIKUS TELJESÍTMÉNYE

Ahhoz, hogy a választók tájékozott döntéseket hozzanak, az újságíróknak magas színvonalon kell végezniük a munkájukat. Kelet-Közép-Európában azonban az elemzők egyetértenek abban, hogy ez gyakorta nincs így. Különösen az alábbi jelenségek aggályosak:

Klánújságírás. Kevés politikai napi- vagy hetilap tartja tiszteletben az objektivitásdoktrínával társított szakmaetikai normákat. A tényeket sokszor nem választják el a véleményektől; a méltányosság a kivétel, nem a szabály; a pártatlanság eszményére fittyet hánynak; az információkat csak ritkán erősítik meg több független forrásból. Sokan kettős mércét alkalmazva tudósítanak a politikai eseményekről és szereplőkről: a szívükhöz közel álló politikai erőkről csak jót, a riválisokról csak rosszat írnak (Školkay, 2001; Bajomi-Lázár–Simek, 2003; Gross, 2003). Nemcsak a pártlapok, de a formálisan független újságok is gyakran járnak el így. E gyakorlat hátterében feltehetően a kis piac áll: kevés lap engedheti meg magának, hogy kizárólag kereskedelmi bevételekből tartsa fenn magát, így politikai támogatást kell keresnie – amiért függetlenségének feladásával fizet. Ez azzal jár, hogy azok az olvasók, akik teljes képet igyekeznek alkotni a politikai eseményekről, rákényszerülnek arra – legalábbis elméletileg –, hogy mindennap több, különböző pártpreferenciájú lapot olvassanak el. Kelet-Közép-Európában a média egy része „mediterránizálódott”: a „polarizálódott pluralizmus” (Hallin–Mancini, [2004] 2008) vagy „pártos pluralizmus” (Sükösd, 2007) képét mutatja.

Az objektivitás mechanisztikus értelmezése. A műsorszolgáltatást szabályozó törvények a régió valamennyi országában kiegyensúlyozottságot írnak elő a rádiók és a televíziók hírszerkesztőinek. Az efféle objektivitást azonban a nem pártos médiumok is igen szűken értelmezik. Teret adnak ugyan az egymással rivalizáló politikai szereplők közléseinek, de azokat sem független forrásokkal, sem a tényekkel nem vetik össze; mechanisztikusan számolnak be arról, amit a hivatalos hírforrások kommunikálnak (akár az Egyesült Államokban az Irakban rejtegetett állítólagos tömegpusztító fegyverek esetében). Így azonban a politikai eseményeket és vitákat nem helyezik kontextusba; az érdeklődő hallgatónak és nézőknek – ha nem akarnak tájékozatlanok maradni – más forrásokat is fel kell kutatniuk.

A tényfeltáró újságírás hiánya. Ahhoz, hogy a tényfeltáró újságírók megfelelően végezzék munkájukat, legalább két intézményes feltételnek kell teljesülnie: a tényfeltáró újságíróknak és orgánumoknak egyrészt függetleneknek kell lenniük a politikai és a gazdasági érdekcsoportoktól, másrészt megfelelő gazdasági erőforrásokkal kell rendelkezniük ahhoz, hogy akár heteket vagy hónapokat dolgozzanak egy-egy riporton, anélkül, hogy addig bármilyen írást vagy műsört is készítenének. Következésképpen e két feltétel egyike sem teljesül Kelet-Közép-Európában (Sükösd, 2000b; Hrvatin–Petković, 2004; Nahtigal, 2007).⁴ Ez azzal jár, hogy a nyomtatott sajtó és különösen az elektronikus média csak ritkán tárja fel a politikai és a gazdasági hatalommal való visszaéléseket – kivéve azokat az eseteket, amikor a rivális politikai vagy gazdasági erők szivárogtatnak ki kompromittáló információkat.

A szakújságírók hiánya. Mivel a legtöbb médium alacsony költségvetéssel, nemegyszer a veszteségesség határán dolgozik, kevesebb újságírót alkalmaz, mint nyugat-európai vagy amerikai társai (Vajda, 2001). Egy-egy újságírónak így több szakterülettel is kell foglalkoznia, köztük olyanokkal is, amelyekben járatlan. Az efféle újságírás nem nyújt érdemi tájékoztatást, nem kedvez a racionális mérlegelésnek és vitának. A közönségnek az adott témában jártas tagjai ilyenkor joggal érezhetik úgy, hogy dilettáns módon tájékoztatják őket.

A minőségi lapok bulvárosodása. Akár a világ más részein, az 1990-es évek óta a régióban is csökken a minőségi lapok példányszáma és közönségrészesedése, miközben a rendszerváltás hajnalán megjelent bulvárlapoké növekszik (Gulyás, 2000). Hogy visszanyerje közönségét, nem egy minőségi újság bulvárosabb tartalomra és formátumra váltott – akárcsak számos nyugat-európai és amerikai laptársa. A bulvárosodás politikai hatásának kérdése megosztja az elemzőket. Egyesek úgy vélik: a bulvárosodás nem jelent mást, mint perspektívaváltást: a bulvárlapok nem az események intézményi, hanem emberi aspektusával foglalkoznak, nem az elitek, hanem a tömegek nyelvét beszélnek, nem az értelmiség, hanem „az utca embere” számára fontos napirendet jelenít meg. E perspektívaváltás nem eltávolítja az embereket a politikától, hanem – ellenkezőleg – lehetővé teszi, hogy a maguk módján viszonyuljanak hoz-

zá, hogy a saját életükre vonatkoztassák a politikai történéseket (vö. Schudson, 1997; McNair, 1998; Norris, 2001; Császi, 2003). Ugyanakkor kétségtelen az is, hogy a bulvárosodott sajtótermékek leegyszerűsítve tárgyalják a közügyeket, ami nem kedvez a racionális érvelésnek és a tájékozott döntéshozatalnak; ezt jelzik azok a népszavazások is, amelyeken az emberek nyilvánvalóan irracionális döntéseket hoztak.

MUNKAKÖRÜLMÉNYEK

Míg a *médiумok* szabadságának védelmét szolgáló intézmények zömmel kiépültek az 1990-es években, az *újságírók* szabadságát óvó intézmények hiányoznak vagy rosszul működnek. A munkáltatók arra törekednek, hogy kerüljék az adók és a járulékok fizetését, ezért sok újságírót kényszer-szabadúszóként foglalkoztatnak: egyéni vállalkozóként vagy rövid távú, határozott időre szóló szerződéssel alkalmazzák őket. (A szabadúszó újságírók számának növekedése nemcsak a kelet-közép-európai régiót jellemzi: globális tendenciának látszik.) Amikor egyedül kénytelenek tárgyalni alkalmazásuk körülményeiről, az újságírók képtelenek jogaik érvényesítésére. A szabadúszók, akiknek számaránya becsült adatok szerint 30 százalék (Bosznia-Hercegovina, Magyarország) és 95 százalék (Albánia) között van, kevesebb fizetést kapnak, mint főállású kollégáik, és gyakran késve kapják kézhez pénzüket.

A szabadúszókat nem vagy csak korlátozott mértékben védik a kollektív szerződések, ezért szociális, jogi és szakmai bizonytalanságban élnek – különösen Albániában, Bosznia-Hercegovinában, Bulgáriában, Észtországban, Horvátországban, Lettországban, Magyarországon, Romániában és Szerbiában. Az alkalmi szerződések az esetek nagyobb részében nem rögzítik pontosan a munkavállalói kötelezettségeket és jogokat, így a szabadúszó újságírók gyakran túlóráznak. Ebben szerepet játszik az is, hogy a szakszervezetek egyáltalán nem vagy csak rosszul működnek, az újságírók közötti szolidaritás pedig gyenge (Hrvatín–Petković, 2004; Nahtigal, 2007). Mint Neva Nahtigal rámutat a délkelet-európai országok – köztük Magyarország – újságíróinak helyzetét feltáró tanulmánykötet bevezetőjében: *„... minél bizonytalanabb az újságírók munkavállalói helyzete, annál kisebb a valószínűsége annak, hogy ellenállnak a nyomásgyakorlásnak, illetve tiszteletben tartják az etikai kódexeket, az információszabadságot, a közönség tájékozódáshoz való jogát és mindazokat a követelményeket, amelyeknek ahhoz kell teljesülniük, hogy a médiumok és az újságírók betölthessék a demokratikus társadalmakban rájuk rótt feladatokat. [...] Az újságírók szakmai és szociális bizonytalansága megkönnyíti a cenzúra gyakorlását, és öncenzúra alkalmazására sarkall.”* (Nahtigal, 2007: 2, 15).

Hasonlóan fogalmaz Alexander Kashumov az újságírók munkakörülményeit a régió országaiban áttekintő kutatás bevezetőjében: *„... egyes országokban gyakran előfordul, hogy az újságírókat alulfizetik, a munkafeltételek és -szerződések*

pedig nem nyújtanak nekik kellő védelmet, ami kiszolgáltatja őket a rágalalmazási pereknek. A bíróságokon ráadásul olyan vezető köztisztviselőkkel vagy politikusokkal kell szembenéznüik, akiknek komoly befolyásuk és tőkéjük van. Az, hogy a médiaszervezetek az ilyen esetekben jogi segítséget nyújtsanak az újságíróknak, még nem általános gyakorlat.” (Kashumov, 2007: 11–12).

Könnyű elképzelni, milyen óvatosan kell eljárnia annak a szabadúszó újságírónak, akinek jog előtti védelmét nem biztosítja a tulajdonos. A szabadúszás gyakorlata ebben az esetben megnehezíti a minőségi újságírást, és hátráltatja a médiát demokratikus küldetése teljesítésében. Különösen a tényfeltáró újságírásnak árt, amely mindig kockázatos vállalkozás, hiszen éppen azoknak az információknak a feltárására szakosodott, amelyeket a hatalmasok igyekeznek titokban tartani. Kashumov ugyanakkor javulást észlel a rágalalmazási törvények terén, és hangsúlyozza, hogy a régióban mindössze három olyan ország van (Albánia, Magyarország és Szlovákia⁵), ahol a törvény rágalmazásért szabadságvesztést is kiszabhat – igaz, a bíróságok évek óta ezekben az országokban sem hoztak ilyen határozatot.

A szabadúszó újságírás széles körű gyakorlatának a jogi és az esetleges pénzügyi következményeken túl van egy másik kedvezőtlen hatása is. A szabadúszókat nem kötik az etikai kódexek, és az ilyen újságírók nem felelnek az etikai bizottságoknak sem, ami azzal járhat, hogy figyelmen kívül hagyják az etikai szabályokat.

A szabadúszó újságírókat emellett rendszerint „flekkdíjban” fizetik: jövedelmük attól is függ, hogy milyen hosszú írásokat-műsorokat készítenek (Vajda-Kaposi, 2001). Ez a gyakorlat nem a *minőségi*, hanem a *mennyiségi újságírásnak* kedvez: az újságírók gyakran kényszerülnek arra, hogy rövid idő alatt készítsenek terjedelmes anyagokat, ami óhatatlanul a tartalom rovására megy.

FEJLETLEN MÉDIATECHNOLÓGIA

A kábeles és műholdas televíziózás tömeges megjelenése az 1990-es években, illetve az internet virágzása 2000 után a – főként kereskedelmi – tartalom példátlan sokszínűségét teremtette meg, a marginális vélemények képviselőinek pedig megkönnyítette a médiához való hozzáférést. Az új médiatartalmakat és -szolgáltatásokat nyújtó technológiák azonban nem mindenkinek elérhetőek: Kelet-Közép-Európa országait digitális szakadék szeli ketté. Bár a kábeles és a műholdas televíziók terjedését jelző adatok töredékesek a régióban, az általános tendenciának látszik, hogy a különböző kisebbségek értékeit, érdekeit és érdeklődési körét megjelenítő tematikus televíziók aránya – Nyugat-Európával összevetve – gyenge (lásd az 1. táblázatot; az összehasonlítás kedvéért: a kábeles és műholdas televíziózás Németországban 2003-ban együttesen elérte a háztartások 92,9 százalékát).

1. táblázat. Együttes kábeles és műholdas televíziós elterjedtség a háztartások százalékában Kelet-Közép-Európa egyes országaiban 2003-ban⁶

Ország	Kábeles és műholdas televíziózás (%)
Szlovénia	65,6
Szlovákia	64,4
Magyarország	63,0
Bulgária	61,9
Románia	61,8
Lengyelország	60,9
Észtország	51,0
Horvátország	38,5
Csehország	28,2

Hasonló a helyzet az internet elterjedése terén. A szolgáltatók általában a sűrűn lakott városokban működnek, ahol az új felhasználók bekapcsolásának költsége csekély. Ugyanakkor a felhasználókkal drágán megfizettetik szolgáltatásaikat – igaz, az elmúlt években a verseny nagymértékben csökkentette az árakat. Egyre népszerűbb a wi-fi technológia is, de ez egyelőre csak korlátozott városi „szigeteken” kínál ingyenes internet-hozzáférést. A digitális szakadék nemcsak az egyes társadalmakat, de a különböző országokat is kettészeli. A régió országai között jelentős különbségek vannak: az internetfelhasználók aránya 13,1 százalék (Albánia) és 62,2 százalék (Szlovénia) között mozog. Az általános tendencia az, hogy Kelet-Közép-Európában kisebb az internethasználat, mint Nyugat-Európában (lásd a 2. táblázatot; az összehasonlítás kedvéért: az internet elterjedtsége 2007-ben Finnországban elérte a 62,7 százalékot, Franciaországban az 54,7 százalékot és Németországban az 53,2 százalékot).

2. táblázat. Az internethasználat a lakosság létszámához viszonyított aránya 2007 novemberében Kelet-Közép-Európa egyes országaiban⁷

Ország	(%)
Szlovénia	62,2
Észtország	57,8
Csehország	49,9
Lettország	47,4
Szlovákia	41,4
Horvátország	37,5
Lengyelország	36,6
Magyarország	35,2
Litvánia	34,2
Románia	31,4
Bulgária	30,0
Bosznia-Hercegovina	20,9
Szerbia	13,8
Albánia	13,1

A földfelszíni televíziós műsorsugárzás digitalizációja ugyanakkor a következő években várhatóan megkönnyíti a sokszínű televíziós kínálathoz való hozzáférést (a rádióműsorok digitális sugárzása későbbre várható). Az analóg televíziós műsorsugárzást – az európai uniós médiapolitikai irányelvek szerint – 2011 végéig kell kikapcsolni a régió országaiban. A digitális átállás gyökereken át alakíthatja a kelet-közép-európai médialátképet, így a közszolgálati és a kereskedelmi műsorok és szolgáltatások arányát is, ezért a kialakítandó médiapolitikával – különösen a közszolgálati műsorszolgáltatás digitalizációjával – széles körű nyilvános vitának kellene foglalkoznia.

ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK: A RÉGIÓ KIEMELKEDŐ MÉDIAPOLITIKAI KÉRDÉSEI

Az 1989 és 1991 közötti demokratikus átalakulás óta Kelet-Közép-Európa legtöbb országában javult a sajtószabadság helyzete. Lebontották az állami monopóliumokat, megjelentek és – közönségrészesedésüket tekintve – domináns pozíciót vívtak ki maguknak a magán-kereskedelmi médiumok, megkezdődött az állami média közszolgálati médiává való átalakítása. A média mára mind tulajdonviszonyait, mind tartalmát tekintve viszonylag sokszínűvé vált. A digitális technológiák térhódítása várhatóan már a belátható jövőben tovább javítja a kínálatot és a médiához való hozzáférést. Az elmúlt közel húsz évben végbement kedvező változások ellenére azonban Kelet-Közép-Európában még mindig *sajtószabadság-deficit* állapotban van, azaz a politikai és az üzleti csoportok időről időre sikeresen akadályozzák meg az érdekcsoportjaikra nézve kedvezőtlen információk közlését, ezért a politikai és az üzleti elitek átláthatósága – és így az állampolgárok általi ellenőrzése – nem teljes. Ma is számos rendezetlen médiapolitikai kérdés vár médiapolitikai válaszra. Különösen a következő területeken:

A közszolgálati média régiószerre gyenge. Az egyre szegmentáltabb közönség, a kommercializálódás és a fogyasztói szemlélet által jellemzett nyilvánosságban csak a közszolgálati médiumok szolgálhatnak fórumként az országos súlyú társadalmi kérdések megvitatására és a kisebbségi álláspontok hatékony megjelenítésére. A közszolgálati médiumokba az elhelhet új életet – és az európai duális médiarendszer csak úgy maradhat fenn a 21. században –, ha a közszolgálati műsorszolgáltatók használatba veszik az új médiát, és új „szerezést” kötnek a civil társadalommal.

A közszolgálati mediakuratóriumok problémájára az jelenthetne gyógyírt, ha a médiaszabályozási testületek tagjainak mandátuma nem volna meghosszabbítható, így a pozíciójuk megőrzését szolgáló politikai döntések helyett szakmai döntéseket hoznának.

Hiányzik a megfelelő szabályozás, amely átláthatóvá tenné a média körüli korrupciógyanús ügyeket, különösen a frekvenciaosztást és a frekvenciahosszszabítást, illetve a fizetett politikai hirdetésekkel összefüggő kampány- és pártfinanszírozást.

A sajtó tulajdonkoncentrációja indokoltá teszi az olyan sajtófinanszírozási rendszerek kiépítésének megfontolását, amelyek a veszteséges, ám társadalmilag releváns újságok működését támogatják.

Azokban az országokban, ahol a bíróságok a becsületsértésért börtönbüntetést szabhatnak ki – ami súlyosan fenyegeti a sajtó szabadságát –, érdemes volna a szankciót korlátozott összegű pénzbírságra változtatni.

Az újságírók munkavállalói jogait országos szinten kell szabályozni.

A ritkán lakott területeken a törvényhozóknak és a médiaszabályozó testületeknek (továbbra is) támogatniuk kell a kábeltelevíziós rendszerek fejlesztését, az internet-hozzáférési – köztük a wi-fi szolgáltatást nyújtó – infrastruktúra kiépítését.

A földfelszíni digitális televíziós műsorszórás 2012-re újradefiniálja a régió médiapolitikai kérdéseit és mediagazdaságát. A digitalizációt és a vele határos kérdéseket széles körű társadalmi vitában kell rendezni. A közszolgálati műsorszolgáltatás digitalizációja alkalmat kínál a műsorszolgáltató társadalmi-politikai szerepének (küldetésének, szolgáltatásainak, rekrutációjának) újragondolására.

A közönség szegmentálódásának, az információs gettók kialakulásának korában a többség és a kisebbség együttműködését, különösen a hazai és a nemzetközi interetnikai kapcsolatokat szolgáló médiumokat támogatásban kell részesíteni – például a frekvenciaosztás terén.

Végül, de nem utolsósorban: mivel a 21. század egyik legnagyobb kérdése a környezetszennyezés (a globális felmelegedés, a fajok tömeges kipusztulása, az édesvíz hiánya, a nem megújuló energiaforrások kiapadása, a szemétfelhalmozás és a többi), a médiapolitikusoknak gondolkozniuk kell azon, hogy a média miként járulhat hozzá e válság kezeléséhez. A környezeti problémák kommunikációját a média valamennyi szektorát szem előtt tartó médiapolitika keretében kell megtervezni, olyan kérdésekre összpontosítva, mint a környezetvédelmi szakújságírók képzése, a felelős fogyasztásra való buzdítás, a kommunikációs eszközök újrahasznosítása, az energiatakarékos készülékek – számítógépek, televíziók, mobiltelefonok stb. – gyártása. A média szabadságának megteremtése mellett a zöld médiapolitika megteremtése is a médiapolitikusok és -szakemberek feladata – ha a maguk módján tenni akarnak az eljövendő generációkért.

JEGYZETEK

- ¹ Kelet-Közép-Európán e dolgozatban azokat a konszolidálódó posztkommunista demokráciákat értjük, amelyek csatlakoztak (Bulgária, Csehország, Észtország, Magyarország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Románia, Szlovákia és Szlovénia) vagy csatlakozni kívánnak (Albánia, Bosznia-Hercegovina, Horvátország, Macedónia és Szerbia) az Európai Unióhoz.
- ² Az ENSZ által 1948-ban elfogadott Egyetemes emberi jogok nyilatkozatának 19. cikke deklarálja, hogy *„minden személynek joga van a vélemény és a kifejezés szabadságához, amely magában foglalja azt a jogot, hogy véleménye miatt ne szenvedjen zaklatást, és hogy határookra való tekintet nélkül kutathasson, átvihessen és terjeszthessen híreket és eszméket bármilyen kifejezési módon.”* Az Európai Emberi Jogi Bíróság egy 1976-os határozata emellett azt is kimondja, hogy *„[a] szólás szabadsága a társadalom és az egyes ember fejlődésének egyik legfontosabb alapja [...] Nemcsak azokra az »információkra« és »eszmékre« vonatkozik, amelyeket az emberek jó néven vesznek, amelyeket nem tartanak sértőnek vagy amelyeket közönyösen fogadnak, hanem azokra is, amelyek bántják, felháborítják vagy zavarják az államot vagy a lakosság bármely részét. Ez a pluralizmus, a tolerancia és a nyitottság feltétele, amely nélkül nincs »demokratikus« társadalom”* (Handyside v. United Kingdom, 1976. december 7, 1 EHRR 737, 49. §). A fentiek alapján a sajtószabadságot úgy definiáljuk, mint a szabad szólás és a szabad tájékozódás jogát, beleértve a népszerűtlen tények és nézetek hangoztatásának és megismerésének jogát is.
- ³ Az idegen nyelvű idézeteket saját fordításunkban közöljük – a szerzők.
- ⁴ Egyes elemzők szerint egy harmadik – szocializációs – feltételnek is teljesülnie kell ahhoz, hogy a tényfeltáró újságírás betöltse feladatát: az újságírókat úgy kell képezni, hogy szakítsanak a tekintélytisztelet hagyományával, és legyen bátorságuk kérdéseket feltenni. Ugyanakkor az 1989 előtti időszak (p)oros szellemében nevelkedett újságírókból hiányzik ez a készség (Vajda, 2001). Ez az érvelés bizonyosan tartható volt az 1990-es években, ám mára felnőtt az újságírók új, fiatal generációja. Egy nemrégiben készült magyarországi vizsgálat például azt találta, hogy a magyar újságírók átlagéletkora 2006-ban 39 év volt, ez az átlagéletkor ráadásul csökkenőben van (Vásárhelyi, 2007). Ez azt jelenti, hogy a ma tipikus újságírója már a rendszerváltás után, egy demokratikusabb politikai kultúrában szocializálódott és szerzett diplomát.
- ⁵ A szóban forgó kutatás csak Albániát, Bosznia-Hercegovinát, Bulgáriát, Horvátországot, Magyarországot, Macedóniát, Moldvát, Montenegrót, Romániát, Szerbiát és Szlovéniát vizsgálta.
- ⁶ Forrás: Dragomir (2005: 178). Megjegyzendő, hogy 2003 óta jelentős mértékben növekedhetett a kábeles és műholdas televíziós penetráció a régió országaiban.
- ⁷ A Miniwatts Marketing Group adatai. A valamennyi európai ország adatait tartalmazó lista itt olvasható: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (utolsó letöltés: 2008. június 22.).

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Bajomi-Lázár Péter (2003): Az objektivitásdoktrína nyomában. A politikai újságírás normái az Egyesült Államokban. *Médiakutató*, Tél, 13–38.
- Bajomi-Lázár Péter–Simek, Zuzana (2003): The Status of the Media in the Czech Republic, Slovakia and Hungary. In: Johnston, Donald (ed.): *Encyclopedia of International Media and Communications*. San Diego, USA, Academic Press, 381–390.
- Bajomi-Lázár Péter (2008): The Consolidation of Media Freedom in Post-Communist Countries. In: Jakubowicz, Karol–Sükösd, Miklós (eds): *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol, UK & Chicago, USA, Intellect Books, 73–84.
- Bourdieu, Pierre (1996 [2001]): *Előadások a televízióról*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Committee to Protect Journalists (2001–2005): *Attacks on the Press. A Worldwide Survey*. (Annual Reports). New York, Committee to Protect Journalists.
- Császi Lajos (2003): A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle*, 2. sz., 175–172.
- De Bens, Els–Østbye, Helge (1998): The European Newspaper Market. In: McQuail, Denis—Siune, Karen (eds): *Media Policy. Convergence, Concentration and Commerce*, London & Thousand Oaks & New Delhi, Sage, 38–59.
- Delli Carpini, Michael X.–Williams, Bruce A. (2001): Let Us Infotain You: Politics in the New Media Environment. In: Bennett, W. Lance—Robert and M. Entman (eds): *Mediated politics: communication in the future of democracy*. Cambridge, UK, Cambridge University Press, 160–181.
- Dohnanyi, Johannes von–Möller, Christian (2003): *The Impact of Media Concentration on Professional Journalism*, Vienna, Organization for Security and Co-operation in Europe/Office of the Representative on Freedom of the Media.
- Dragomir, Marius (2005): *Televíziózás Európában: a szabályozás, a médiapolitika és a függetlenség kérdései. Helyzetjelentés*. Budapest, Nyílt Társadalom Intézet.
- Freedom House (2008): Global Press Freedom 2008, <http://www.freedomhouse.org/uploads/fop08/FOTP2008Tables.pdf> (utolsó letöltés: 2008. május 29.).
- Gulyás Ágnes (2000): Bulvárlapok a rendszerváltás utáni Magyarországon. *Médiakutató*, Ősz, 18–31.
- Gross, Peter (2003): Romanian Mass Media and Journalism in the Midst of Transition. In: Paletz, David–Jakubowicz, Karol (eds): *Business As Usual. Continuity and Change in East Central European Media*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press, Inc, 243–277.
- Habermas, Jürgen ([1962] 1999): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Hallin, Daniel C.–Mancini, Paolo ([2004] 2008): *Médiarendszerek. A média- és politikai rendszerek három modellje*. Budapest, Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet–Gondolat Kiadó.
- Hankiss, Elemér (1996): The Hungarian Media War of Independence. In: Sajó, András–Price, Monroe (eds): *Rights of Access to the Media*. The Hague, Kluwer Law International, 243–258.
- Hrvatín, Sandra B.–Petković, Brankica (2004): Regional overview. In: Petković, Brankica (ed.): *Media Ownership and Its Impact on Media Independence and Pluralism*. Ljubljana, Peace Institute, 10–38.
- Humphreys, Peter J. (1996): *Mass media and media policy in Western Europe*. Manchester, Manchester University Press.

- Hutchison, David (1999): *Media Policy. An Introduction*. Oxford, UK & Malden, Massachusetts, USA, Blackwell.
- Jakubowicz, Karol (2008): Finding the Right Place on the Map: Prospects of Public Service Broadcasting in Post-Communist Countries. In: Jakubowicz, Karol–Sükösd Miklós (eds): *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol and Chicago, Intellect Books/Chicago University Press, 101–124.
- Jakubowicz, Karol (2007): *Rude Awakening: Social and Media Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, NJ, Hampton Press, Inc.
- Kashumov, Alexander (2007): Summary of the country reports and discussion of defamation. In: Kashumov, Alexander (ed): *Freedom of Speech in South East Europe: Media Independence and Self-Regulation*. Sofia, Media Development Center, 9–19.
- Kunczik, Michael (2001): A demokratikus újságírás. *Médiakutató*, Nyár, 7–21.
- Lambeth, Edmund B. (1992): *Committed Journalism. An Ethic for the Profession*. Indiana University Press.
- Nahtigal, Neva (2007): *Labor relations in the Media in South Eastern European Countries*, South East European Network for the Professionalization of the Media, http://ijc.md/Publicatii/seenpm/Regional_overview.pdf (utolsó letöltés: 2008. június 2.).
- Norris, Pippa ([2000] 2001): Angyali kör? A politikai kommunikáció hatása a posztindusztriális demokráciákra. *Médiakutató*, Ősz, pp. 6–22.
- Paletz, David–Jakubowicz, Karol, eds (2003): *Business As Usual. Continuity and Change in East Central European Media*. Cresskill, New Jersey, Hampton Press, Inc.
- Reporters Without Borders (2008): Europe and the Former USSR – Annual Report 2008, http://www.rsf.org/rubrique.php?id_rubrique=740 (utolsó letöltés: 2008. június 21.)
- Schudson, Michael (1997): *The Sociology of News*. New York & London, W. W. Norton & Co.
- McNair, Brian (1998): *The Sociology of Journalism*. London, Arnold.
- Schulz, Winfried (2002): Mi kell a minőségi újságíráshoz? *Médiakutató*, Tavasz, 77–82.
- Školokaj, Andrej (2001): Journalism in the Czech Republic and Slovakia. In: Bajomi-Lázár Péter–Hegedűs István (eds): *Media and Politics*, Budapest, Új Mandátum Publishing House, pp. 111–133.
- Sparks, Colin (2008): After Transition: The Media in Poland, Russia, and China. In: Jakubowicz, Karol–Sükösd Miklós (eds): *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol and Chicago, Intellect Books/Chicago University Press, 43–71.
- Sparks, Colin–Reading, Anna (1998): *Communism, Capitalism, and the Mass Media*. London, Sage.
- Splichal, Slavko (1994): *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East Central Europe*. Boulder, Colorado, Westview Press.
- Sükösd Miklós–Adla Isanović, eds (2007): *Public Service Television in the Digital Age: Strategies and Opportunities in Five South-East European Countries*. Sarajevo, Media Center.
- Sükösd Miklós (2007): Hungary's media system on the way from polarized pluralism to a mixed model: entering the post-objectivity era? Paper presented at the workshop *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Università di Perugia, Italy, March 23–24.
- Sükösd Miklós–Bajomi-Lázár Péter (2003): The Second Wave of Media Reform in East Central

- Europe. In: Sükösd Miklós–Bajomi-Lázár Péter (eds): *Media Policy Reform in East Central Europe*. Budapest, Central European University Press, 13–27.
- Sükösd Miklós (2000a): Democratic Transition and the Mass Media in Hungary: From Stalinism to Democratic Consolidation. In: Gunther, Richard–Mugham, Anthony (eds): *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. Cambridge University Press, 122–164.
- Sükösd Miklós (2000b): Tényfeltáró újságírás Magyarországon I–II. In: Kovács Zoltán–Tarnói Gizella (szerk.): *Fiúk a bányában. Fidesz-perek az ÉS ellen*. Budapest, ÉS könyvek, 13–20 & 373–393.
- Vajda Éva (2001): Közeg és szakma. In: Csermely Ákos–Sükösd Miklós (szerk.): *A hír értékei – etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Budapest, Média Hungária, 155–161.
- Vajda Éva–Kaposi Ildikó (2001): Etikai dilemmák a magyar újságírásban. In: Csermely Ákos–Sükösd Miklós (szerk.): *A hír értékei – etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Budapest, Média Hungária, 29–39.
- Vásárhelyi Mária (2007): *Foglalkozása: újságíró*. Budapest, Magyar Újságírók Országos Szövetsége.