

AGÁRDI PÉTER

## A mai magyar média néhány jelensége és fejlődési irányai\*

Viharos gyorsasággal zajlanak hazánkban is a „médiaesemények”. Nem beszélve egyes műsorok, sorozatok népszerűségéről vagy éppen csődjéről, médiaszterek tündökléséről és bukásáról, érzékelhetően komoly átalakulások jellemzik a hazai sajtó, tömegkommunikáció, illetve a média szerkezetét, nyilvánosságát, tulajdonosi körét, infrastruktúráját, pénzügyi és reklámpiacát is. Ugyanakkor az MTV Zrt. budapesti épületének 2006. szeptemberi vandál lerohanása, az ezt részben motiváló torz ideológiák, továbbá a zavargásoknak egyes médiumokban tapasztalt felháborítóan elfogult, már-már alkotmányellenes mozgósításra is vállalkozó közvetítése a *modernizálódással* együttélő „barbár médiakép” társadalmi elevenségére is fájdalmasan rávilágítanak. Az alábbiakban mégsem elsősorban ez utóbbi tendenciákkal, hanem a globális folyamatok hazai realizálódásával foglalkozom.

Köztudott, hogy a társadalmi nyilvánosság – főleg eredeti, *Jürgen Habermas* által kidolgozott értelmében – nem azonos a médiáéval, jóllehet a sajtónak, a rádióknak, a televízióknak és az internetnek óriási szerepe van e nyilvánosság, azaz a társadalmi élet, az „okoskodó közönség” egészséges működésében és a konfliktusok nyílt, széleskörű kihordásában, a mindenkori hatalom kontrolljában. A globalizáció mai fokán és az elektronikus média, a világháló elterjedtsége mellett ugyanakkor – sajnos – valóban leegyszerűsödni látszik napjainkban a nyilvánosság fogalma a médiára, szinte minden információ, szolgáltatás, kultúra és politikum *mediatizálódik*. Ez különösen szembeűnő a helyi, az országos és a világpolitikában – a közigazgatási kommunikáció aktorai és használói nap mint nap érzékelhetik is ennek áldásait és átkait.

Miközben a média immár milliós-milliárdos tömeghez tudja szinte egyidejűleg eljuttatni az információkat, a „képek”-et és a véleményeket, sőt lehetőséget ad a különböző lokális vagy egyetemes kérdések széleskörű megvitatására, a vélemények begyűjtésére és operacionalizálására (tehát ennyiben erősítheti a *demokratikus* tendenciákat és közérzületet), egyúttal soha nem látott hatékonysággal képes manipulálni is az egyéneket és a közösségeket. Olykor a szórakoztatás, a kikapcsolódás ideológiájával, például az üzleti alapú *infotainment* műfajának terjedésével. A *média* – ezért is – nagymértékben *átpolitizálódott*, aminek sajátos következménye, illetve együttthatója a *politika mediatizálódása* is. Olykor már-már az a látszat (sőt akár a valóság), hogy „műsorpártok” és „showman”-ek versengenek – jószereivel a képernyőn – a hatalomért, s valójában megrendezett valóságshow-k szavazó tanúi vagyunk mi, a képernyő elé ültetett nézők. A közigazgatás „nagy” és köznap i ügyeinek

---

\* A Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Karán holland és magyar kormányzati támogatással folyó közigazgatási kommunikációs képzésen tartott előadás nyomán. Megjelenés előtt a *Közigazgatási kommunikáció Magyarországon* c. kötetben is. Szerkesztő: *Farkas Éva és Katus József*.

társadalmi nyilvánosságában is nap mint nap tetten érhető ez a tünet; ezért is kulcskérdés, hogy a folyamatos sajtómunka vagy a rendkívüli ügyek kapcsán ki kezdeményez, hogyan megy a dolgok elébe egy-egy intézmény, milyen PR-eszközökkel él, milyen gyors és hiteles a reagáló képessége. S nem utolsósorban: hogy milyen előadói képessége, meggyőző ereje, politikai habitusa és nyelvi-metakommunikációs kultúrája van a közszereplőnek.

Nem feladata tanulmányomnak, hogy ezzel a legutóbb említett – egyébként roppant fontos – szemponttal foglalkozzék, mindazonáltal meg kell jegyezzem: egy-egy társadalmi konfliktus kezelésének egyre döntőbb eszköze a *közszereplők kommunikációs képessége*. De az is, hogy minden résztvevő pontosan érzékelje azt a – nemzetközileg és gazdaságilag (akár akarjuk, akár nem) roppant erősen determinált – médiaközeget, amelyben „az élet zajlik”; vagyis hogy éljen eszközeivel és példáival, hogy ne ellenségként, de ne is félelmetes „negyedik hatalmi ág”-ként tekintsen a tömegkommunikációra. Ha önálló intézményrendszer is a sajtó, az elektronikus média és az internet világa, szervesen beépül az *információs kultúra nemzeti és egyetemes – ma már alapvetően tőkevezérelt – világába* (erről szó az ún. „információs társadalom és gazdaság”), bár az államoknak, a közösségeknek, a civil szférának igenis van módja alakítani rajtuk. Tehát nem „bűnbak”, de nem is „csodaszer” a média; mondhatjuk: az ami, „csak” tudni kell vele bánni. Persze ez a „csak” a legnehezebb.

### **Néhány újabb médiaszociológiai jelenség**

A legutóbbi években stabilizálódni látszik a feltűnően magas *televíziónézettség* hazánkban; a felnőttek átlagban napi négy – négy és fél órát ülnek a tévék előtt, vagy legalább is hagyják bekapcsolva a készüléket. A programok között a két országos kereskedelmi hálózat, az *RTL Klub* és a *TV2* dominál, térszerűségükben – az elmúlt 16 év médiapolitikai hibái és a köztelevízió gyengeségei mellett – az igénytelenség, az extremitások és sztárkultusz iránti széleskörű érdeklődés, a valóságshow-kban (is) testet öltő „minden eladó”-attitűd agresszív terjedése, a tömegeknek a túlpolitikizált „közszolgálati” médiumokból való kiábrándulása is szerepet játszik. Ha az elmúlt években javult is a köztelevízió, az *Magyar Televízió Zrt.* műsorpolitikája, sőt például a mindkét programján futó *Kultúrház* napi kb. kétszáz ezer nézőt vonz, továbbá ha a *Duna Televízió* igényes filmkínálata örvendetes is, még mindig a kommercializálódás, az „egyre lejjebb” a hazai televíziózás trendje. Igen ritka az alapos, dokumentatív valóságfeltárással foglalkozó, igényes és valódi vitákkal jellemezhető hazai tévéműsor, csökken a hagyományos, illetve a modern nemzeti és egyetemes kultúra közvetítésére jutó idő, pénz, figyelem és tehetség, alig van friss és jó szellemű gyerekműsor.

A *rádiózásban* hasonló tendenciákat tapasztalhatunk. Két tőkeerős országos kereskedelmi rádióhálózat, a *Danubius Rádió* és a *Sláger Rádió* fedi le a piac nagy részét mind a hallgatottság, mind a reklámbevételek vonatkozásában, miközben a *közszolgálati rádió* évről évre veszít népszerűségéből, s mára gyakorlatilag csak a 40 év feletti korosztályok hallgatják rendszeresen. Még így is az övéi a leghallgatottabb (mert a legrészletesebb, legsokoldalúbb) politikai tájékoztató és kulturális-zenei műsorok, de a *Kossuth rádió* – éveken át tapasztalt s csak újabban korrigálni kezdett – súlyos egyoldalúságok által terhelt tartja ezt az elsőbbséget, s komoly átalakításra szorul mind a *Petőfi*, mind a *Bartók* rádió műsorpolitikája is. Ugyanakkor örvendetesen szaporodnak az igényes regionális és lokális rádióprogramok, amelyek közül

némelyik – legalább is a tájékoztató funkciót illetően – esetenként „közszolgálatibb” a hivatalosan közszolgálati műsorszolgáltatóként bejegyzettnél, mint például az ország közel felén hallható *Klubrádió* vagy akár az elsősorban Budapest környékén hallható, viszont mobiltelefonos szolgáltatással bárhonnét elérhető *Inforádió*.

Nem részletezve a tágabb médiakínálatba tartozó cd- és DVD-kínálatot, a mindent előntő könnyűzenei hangfüggöny egyre nagyobb felületét kitöltő fájlcsereelőprogramokat, MP3-lejátszókat és a roppant dinamikusan fejlődő mobiltelefoniat (ami egyúttal a televíziós, rádiós és internetes tartalomszolgáltatás befogadására és konvergenciájára is óriási lehetőséget biztosít, főleg a fiatalabb korosztályoknál), még egy fontos médiumról kell szólnunk, amelynek a közéleti kommunikáció szempontjából is ugrásszerűen nő a szerepe. A *számítógép- és internethasználatra* gondolok, vagyis az információs társadalom egyelőre legmodernebb technikai infrastruktúrájára. Ez persze korántsem csupán technika, hanem – ha egyáltalán „van” – sokkal és egyre inkább „második írásbeliség”, szocializációs-kulturális készség és képesség is.

Hogy a digitális kultúrának mekkora a jelentősége éppen a közigazgatásban, aligha kell bizonygatni, főleg, hogy a *Közháló-program*, a digitális *ügyfélkapu-rendszer* kiépülése az elmúlt évek kétségtelen sikertörténete: 2005 végén Magyarországon településeinek már a 84%-án (2617) voltak e-pontok (igaz: többségük iskolákban), s az állampolgárok 18%-a vette igénybe az e-közigazgatás szolgáltatásait. Mindezzel együtt nem lehetünk elégedettek: az Európai Unióhoz frissen csatlakozott országok között (nem beszélve az Unió átlagáról) elég hátul kullogunk a *családi, háztartási internethasználat* – persze azért számszerűsíthető némi – fejlődésében, s a magyar társadalmon belüli digitális olló is tágulni látszik. Legyen elég csak három 2005. végi adatot idézni: hazánk felnőtt lakosságának 34%-a használ internetet, a háztartásoknak csak 29%-a, *szélessávú internet*-előfizetéssel pedig – ami a komoly, intenzív hálózati aktivitás előfeltétele – a lakosoknak csupán 4,6%-a rendelkezik.

Miközben mégiscsak – ha nem is a szükséges gyorsasággal és kulturális szélességgel, továbbá megannyi régi-új ellentmondással – előreléptünk a digitális írástudás terjedésében, komoly bajok mutatkoznak a *hagyományos írástudás* terén. Romlik a felnőttek és a gyermekek szövegértése és olvasási képessége, másfél-két millióra becsülik a funkcionális analfabéták számát. Ez is magyarázza, hogy visszaesően a hagyományos olvasáskultúra, folyamatosan csökken a könyv és a nyomtatott sajtó, ez utóbbin belül különösen az igényesebb, az ún. minőségi újságok népszerűsége és olvasottsága, ami megint csak gyengíti az *elemző, kritikus, vitatkozó, kulturált nyilvánosság* társadalmi pozícióit. A bulvárlapok és a szórakoztató magazinok expanziója egyrészt érzhető igényekre felel, másrészt viszont aggasztó tendenciákra vall, amelyek mögött hiába emlegetjük „mentségként” a világtendenciákat, a globális folyamatokat, a jelenségbe sem a valódi demokrácia és kultúra, sem a nemzeti identitás megőrzése és megerősítése szempontjából nem törődhetünk bele. Persze vitatkozhatunk s vitakozunk is a konzervatív, romantikus, befelé forduló, helyenként egyenesen demagóg globalizációellenességgel, de hasznosabb, ha a globalizáció és az információs társadalom divergáló esélyei közül a *jobbakat* ragadjuk meg. Az alternatív lehetőségek közül az előremutatókat kell felismernünk és megragadnunk, ez azonban már „csak” rajtunk, állampolgárokon, közösségeken, államokon – no meg természetesen az anyagi erők koncentrálásán és tudatos fölhasználásán – múlik.

Ebben a részben *kommercializált és lebutított*, részben viszont dinamikusan fejlődő és pozitív irányba is pluralizálódó közegben zajlik az *össztársadalmi* – ezen

belül a *közigazgatási – kommunikáció*. Nem részletezem a követelményeit, de a fentiek alapján is világos: alapvető kötelezettség az elolvasható, illetve felfogható közlemények, magyarázatok szükségszerű tömörsége, ugyanakkor a „hírték-érzékeny” szerkesztés és a személyes hitelesítés. Ugyanakkor látni kell, hogy néhány éven belül további komoly változásokra kell fölkészülni a hazai sajtó és média rendszerében, amelyek elementárisan (jó vagy rossz irányban?) fognak hatni az egész társadalmi nyilvánosságra.

### Új jelenségek a láthatáron

A fentiekben tömören jelzett tendenciák meghosszabbításán, gyorsulásán túl más természetű változásoknak is elébe nézünk, illetve elébe kell menjünk. Csak néhányra utalok az alábbiakban. A világtendenciáknak megfelelően hazánkban is megkezdődött a *digitális televíziózás és rádiózás* korszaka, bár egyelőre még csak kísérleti fázisban. 2012 viszont „határnap”, addigra az analóg helyett erre kell átállnia közszolgálati televíziózásnak és rádiózásnak. A digitális vételhez szükséges adapter-, modem-, illetve készülékkínálat gyártási felfuttatása még odébb van, de ha valóban reális kínálatként szaporodik meg legalább ötszörösére a rádiós és televíziós programkínálat, főleg a közszolgálatiaké, akkor nem csupán az ún. frekvenciaszűkösség kerül le a napirendről, hanem az igényesség és a differenciálás számára is kedvező lehetőségek teremődnek.

Ezzel összefüggésben is talán lesz felelősségérzet a parlamenti politikai erőkben, hogy végre megalkossák az *új médiatörvényt* (kétharmados többséget igényel!), amely a XXI. század elejének technikai, infrastrukturális, társadalmi és kulturális valóságához igazítaná ezt a „sokat próbált” jogszabályt. Takarékosabb, ugyanakkor hatékonyabb és minőségelvűbb médiarendszert lenne hivatott ösztönözni, illetve szolgálni az új törvény, figyelembe kellene venni az Európai Unió normáit és régió-felfogását. Az új törvénynek már az ún. *mediakonvergencia* talaján kell állnia: a mobil és vezetékes *távközlés*, az auditív, vizuális és akusztikus *tartalomszolgáltatás*, valamint a *digitális-internetes infrastruktúra*, technika és szolgáltatás egyre fantasztikusabb integrációs lehetőségeiből ajánlatos kiindulnia, de nem is tehet mást. Említettem már a regionális és lokális média perspektíváit: nos ahogy ezen a téren az elmúlt másfél évtized egyik legdinamikusabb (ha nem is problémamentes) fejlődését a nyomtatott lapkiadás produkálta, ezen belül is az ún. *globális sajtóé*, úgy az elkövetkező években a vidéki nem-kereskedelmi, civil média fejlődése-fejlesztése is elodázhatatlan, ha komolyan akarjuk venni az országot, a lakosság valódi igényeit és az Európai Unió követelményeit. Aligha kell bizonygatni, mennyire fontos ez a közigazgatási kommunikáció szempontjából.

A *nemzeti kultúra* nem csupán műveltségi kánon, szabadidős programkínálat vagy hagyományörző „értéktár”: látszólagos „ráfizetése” ellenére rendkívül fontos egész jelenünk és jövőnk, a társadalmi esélyegyenlőség, a gazdaság versenyképessége, a kreativitás, a demokratikus közviszonyok szempontjából is. A média előtt ebben a vonatkozásban is komoly kihívások tornyosulnak: egyrészt föl kell erősíteni kultúráközvetítő szerepét, különös tekintettel arra, hogy a magyar társadalom jelentős része számára ma *csak az elektronikus média kínál (ha kínál) valamiféle kultúrát*. Másrészt viszont a mediakonvergencia lehetőségeit kihasználva, országos és európai uniós projektek segítségével tudatosan és sebesen digitalizálni kell a magyar kultúra alapértékeit és kurrens kínálatát; nemcsak a megőrzés és a széleskörű hazai hozzáférés biztosítása érdekében, hanem az internet nyilvánossága által

elérhető „globalizálás” szándékával is. Az eddigi kezdeményezések – pl. a *DIA*, azaz a Digitális Irodalmi Akadémia, a *NAVA*, azaz a Nemzeti Audiovizuális Archívum, valamint az *NDA*, vagyis a Nemzeti Digitális Adattár stb., mindegyik önálló honlapon is elérhető – kiszélesítésével és a (többnyelvű) digitalizálás fölgyorsításával, amibe a rádió- és tévéműsorokon túl a klasszikus magyar filmek, színházi előadások, zeneművek, állandó múzeumi kiállítások, műemlékek stb. is beleértendők, nem a hagyományos kultúrák közvetítés felszínes konkurenciáját, alternatíváját teremtjük meg. Ellenkezőleg: *a kreatív nemzeti kulturális emlékezet* „segédcsapatait” állítjuk föl – olyanok (házánkfiai, a határon túli magyarok és az érdeklődő külföldiek) számára is, akik másként nem juthatnak hozzá az eredetiekhez. Így megnőhet az esélye annak, hogy a tradicionális és a modern média, illetve kultúra ne ellenfelek, ne szomszédvá-  
rak, hanem szövetségesek, nemcsak egymásra utalt, hanem egymást erősítő „partne-  
rek” legyenek. Ha nem is hibátlan, de előremutató példája volt ennek az együttmű-  
ködésnek *A Nagy Könyv* 2005-ös játékos vetélkedősorozata, amely a televízió, a  
könyvszakma, az internet és a könyvtárak sikeres összmunkájának, integrációjának  
további lehetőségeire is rámutatott.

### **A média régi–új funkciói a XXI. század elején**

Természetesen nincs értelme iskolásan és mereven tételekbe szedni és kőbe vésni a média alapfunkcióit. Főleg hogy történetileg változnak, s mivel az éppen a fentiekben jelzett várható átalakulások nagy mértékben hatni fognak ezeknek a funkcióknak a belső átrendeződésére s esetleg újakkal is bővül a soruk. Mégis ajánlatos – mégoly viszonylagosan és „ideiglenesen” – rögzíteni a napjainkban átlátható alapvető szerepeket; éppen azokat, amelyek tartalmi és technikai értelemben nagyon is válaszolni tudnak a legújabb szükségletekre, s amelyek ugyanakkor az immár tradicionális funkciók némelyikének az érvényességét is megerősítik. Természetesen médiumonként és a három alaptípushoz (azaz a kereskedelmi, a közszolgálati és a nem nyereségérdekelt–civil modellhez) tartozás, illetve a vetélkörzet három szintje (országos, regionális és lokális) szerint ezek a funkciók különbözőképpen kombinálódnak, eltérő hangsúlyaik vannak. Egészében azonban mégis meg lehet ragadni velük a sajtó, a rádió, a televízió és az internet – mint a média egésze és egyes intézményei – funkcióit.

Egyes kézikönyvek szerint a funkciókat négy főcsoportba is lehet sorolni:

- információs
- szórakoztató
- rábeszélő, azaz reklámozó
- kultúrák közvetítő

Tágabb és alaposabb elemzéssel azonban differenciáltabban rögzíthetjük ezeket a régi–új funkciókat: tájékoztató, hírszolgáltató

- társadalmi ellenőrző és véleményalakító, konfliktuskihordó és integráló
- nemzeti-közösségi identitás-teremtő és –építő
- kultúrateremtő és –közvetítő
- nyelvi, vallási, viselkedési stb. normaadó és nevelő
- szórakoztató–rekreációs
- egyéni önismeretet erősítő, személyiségfejlesztő, mentálhigiénés
- hétköznapi szolgáltató, közigazgatási kommunikációs
- rábeszélő, PR- és reklámozó

- nemzeti kisebbségek, sajátos társadalmi rétegek, foglalkozási és hobbi-csoportok igényeit kielégítő, identitásukat erősítő oktató
- távoktató és andragógiai
- nemzeti jelentőségű archívumokat fenntartó és működtető
- nemzeti jelentőségű művészeti együtteseket fenntartó és működtető
- és végül: a korlátozottan üzleti jellegű rendezvényszervezési, kiadási, másolási funkció

Nem szükséges, hogy hosszadalmasan kibontsam ezeket a funkciókat és tucatnyi példán bizonyítsam érvényességüket, illetve bemutassam konfliktusokkal terhes érvényesülésüket. Arra sincs mód az alábbiakban, hogy a hazai médiarendszer működésének gazdasági és közpolitikai dimenzióját részletesen feltárjam, ami egyébként szinte hónapról hónapra él meg változásokat, alakulásokat. *Illusztrációként* csupán a Magyar Rádió Zrt. 2006. nyári-őszi helyzetét villantom fel, akár egyfajta *állatorvosi lóként* is: a Rádió története, jelene és távlata, mint cseppben a tenger, magába sűríti a hazai médiarendszer legtöbb értékét, ellentmondását, megoldandó kérdését. A *közigazgatási kommunikáció* szempontjából is. Nem tagadom: azért is a Magyar Rádió Zrt.-t választom demonstrációs példaként, mivel a hazai médiumok közül az ő működését ismerem a legjobban, továbbá mert 35 éve – különböző feladatok és megbízatások vállalásával – személyesen is kötődöm hozzá; felelősséget is érzek iránta, szeretem, de éppen ezért kritikus–önkritikus is vagyok vele kapcsolatban.

Az 1925 óta működő *Magyar Rádió* évtizedeken át a legnagyobb hagyományú és társadalmi presztízsű médiumok közé tartozott; szinte valamennyi fent említett funkciót magas színvonalon (ha persze nem is hibátlanul) gyakorolta. A különböző történelmi periódusokban, társadalmi rendszerekben, a Horthy-korszak vagy az államszocializmus egyes időszakában a lehetséges maximumot hozták ki belőle munkatársai – azok között a szigorúan megszabott politikai feltételek között is, amelyeket a kor hatalmi szerkezete megszabott, illetve egyáltalán engedélyezett eme központilag irányított állami tömegkommunikációs intézmény számára. Aligha véletlen, hogy a Rádió a magyar kultúra olyan nagy egyéniségeit is magukhoz tudta vonzani, mint az 1930-as években Németh László, Cs. Szabó László, Dohnányi Ernő, majd Ortutay Gyula, Schöpflin Gyula, Kroó György vagy Durkó Zsolt, nem említve most az itt országos hírűvé vált rádiós egyéniségeket, kreatív műszaki szakembereket és a Rádióban otthon találó színészeket, zenészeket, rendezőket, költőket és írókat. Hogy így történhetett, abban persze jelentős szerepet játszottak a Rádió azon vezetői, akik az adott politikai rendszer elkötelezettjeiként is a minőség és az innováció iránt fogékonyan, a politika szabta korlátokat is olykor feszegetve irányították az intézményt. Különösen két egyéniség neve érdemel említést ebből a szempontból: *Kozma Miklósé* az 1920–1930-as évekből és *Hárs Istváné* az 1960–1980-as évekből. A Magyar Rádió társadalmi presztízsét növelte az a valóságos és szimbolikus szerepe is, amelyet nagy történelmi sorsfordulókon játszott, hadd utaljak csak 1956-ra vagy az 1988–1990 körüli békés rendszerváltásra.

A Magyar Rádió a rendszerváltozással megindult többpártrendszeres piacgazdasági korszakban nem igazán tudott élni a kiszélesedett lehetőségekkel, bár nagyon értékes folyamatok is megindultak műsorpolitikájában. Túl azon, hogy tehetséges alkotógárdájának jelentős része (különböző okokból) kiröppent, és sokan közülük a pluralizálódó magyar médiarendszer más intézményeinek (kereskedelmi rádiók, televíziók, lapok, internetes cégek stb.) meghatározó egyéniségévé váltak, 1998-tól, elsősorban a politikai pártok közötti küzdelem miatt fokozatosan elvesztette nehezen

kivívott autonómiáját, belsőleg is kiszolgáltatottja lett ezeknek a csatáknak. Az 1996-os médiatörvény – bár sok hibát tartalmazott – elvileg lehetővé tette volna a *Magyar Rádió Részvénytársaság* korszerű közszolgálati intézménnyé alakulását és technikai-infrastrukturális modernizációját, de – néhány vitathatatlan eredmény ellenére – ez elmaradt. A kereskedelmi médiumokkal vívott egyenlőtlen harcban, a tartós finanszírozási gondok és az intézmény irányításáért folyó politikai küzdelemben *a Rádió fokozatosan teret veszített*. Bár maradtak, ma is vannak értékes, népszerű műsorai, hallgatóinak jelentős része, főleg a fiatalok elpártoltak tőle. Nem tudta megtalálni az új évszázad elejének megfelelő rádiózási modellt, s politikai és tájékoztató műsorai jelentős részében – e sorok írója véleménye szerint is – a közszolgálati normákat sértő egyoldalúság, a jobboldali politikai erőknek való kedvezés vagy/és kiszolgáltatottság vált jellemzővé.

Hogy miként és hogyan, aligha részletezhető ehelyütt (bőséges az erre vonatkozó szak-, memoár- és publicisztikai irodalom), mindazonáltal tény: 1998 óta az Alkotmánybíróság által is törvénytörő módon működött a Magyar Rádiót irányító tulajdonosi kezelő testület, a Magyar Rádió Közalapítvány kuratóriuma. 2000-től csonka kuratórium látta el a felügyeletet, így lett elnök 2001-ben Kondor Katalin, a 2002-ben kiegészült kuratórium viszont már nem tudta korrigálni a korábban hozott egyoldalú döntéseket. Így tovább folytatódott a Magyar Rádió eróziója. Igaz: közben felgyorsult az intézmény, főleg a műsorkészítés és a nagy értékű Archivum digitalizációja, megindult a hírportál és az online digitális műsorszolgáltatás is, de *elmaradt az igazi tartalmi és infrastrukturális reform*. A törvényhozás, a politikai elit mulasztásai miatt is a Rádió *finanszírozása* egyre nehezebb helyzetbe került, amihez azért a belső gazdálkodás nem egy hibás intézkedése, illetve számos racionalizálási intézkedés elmaradása is hozzájárult. Mindennek tetejébe Kondor Katalin mandátumának 2005. július 31-i lejártával egy éven át nem sikerült új elnököt választani, amiben a politikai erők megegyezési képtelensége és a kuratórium társadalmi delegáltjai egy részének súlyos szerepzavara, némelyikük tudatos zavarkeltése is szerepet játszott. Az egy éves interregnum alatt tovább romlott a Magyar Rádió Zrt. helyzete és presztízse, miközben műsorainak egyoldalúsága megmaradt. Végül a 2006-os parlamenti választások után, július elején Such György személyében sikerült elnököt választani, aki 2006. augusztus elsejétől állt munkába.

Az új elnök előtt *roppant kihívások, feladatok* tornyosulnak; pályázata alapján tisztában is van ezekkel, van is koncepciója arra, miképp oldja meg őket. Mire ez a tanulmány megjelenik és az olvasók, a hallgatók kezébe kerül, meg is kezdődik az új elnök programjának a végrehajtása. A Magyar Rádió Zrt.-t vissza kell vezetni a magyar médiatér centrumába, tudomásul véve természetesen azt, hogy a duális (sőt a nonprofit rádiókkal, televíziókkal együtt „triális”) médiapiacon nem könnyű akár csak valamennyit is visszaszerezni pozíciójából. Arról nem is beszélve, hogy a megújuló közszolgálati rádióknak mégsem a hallgatottság, a piaci verseny ádáz küzdelmeiben való helytállás az elsődleges szempontja. Át kell vezetni a Rádiót a digitális műsorsugárzás, a teljes médiakonvergencia, a mobiltelefonos és internetes rádiózás korszakába; újra kell szervezni a regionális programokat, s friss profillal gazdagítandó a Kossuth, a Petőfi és a Bartók műsora. Eközben nem szabad elveszíteni a hagyományos vételi technikával rendelkező, főleg idős és vidéki hallgatóságot; továbbra is van küldetése a budapesti székhelyű intézménynek a határon túli magyarság iránti elkötelezettség korszerű realizálása, valamint a magyar és az egyetemes kultúra modernségében is széleskörű közvetítése, őrzése terén. Mindeközben

nagyhorderejű *technológiaváltásra*, esetleg új székházba költözésre és – ezek nyomán is – belső szervezeti, humánpolitikai átalakításra lesz szükség, amit bizonyára nem lehet konfliktusok nélkül megoldani. Annál is kevésbé, mivel ezzel egyidejűleg vélhetően (remélhetőleg!) az országos médiarendszer, a médiafinanszírozás és a médiairányítás is reformokat fog megélni.

Tömören összefoglalva: médiapolitikai és műsorszerkesztési értelemben 1998 óta végre most nyílik esély a *törvényes működés*, illetve a Magyar Rádió függetlenségének *helyreállítására* és az új század elejéhez, az európai Magyarország társadalmához, nemzeti kultúránkhoz méltó *modern rádiózásra*. Egyúttal a fentiekben elvileg jelzett, felsorolt média-alapfunkciók teljesítésére is, ami jelentős mértékben „tisztítja” a közigazgatási kommunikáció hatékony rádiós csatornáit is. Esély tehát nyílik a megújulásra, de garancia nincs. „Csak” a külső és belső aktorokon múlik, hogy ez az esély valósággá érik-e.

A Magyar Rádió Zrt-vel történtek és a benne tapasztalt, illetve meginduló folyamatok természetesen nem nagyíthatók ki mechanikusan a teljes hazai médiarendszerre, de – mint cseppben a tenger – azért az egészet is mintegy magukba sűrítik.

#### *Felhasznált és ajánlott szakirodalom*

Agárdi Péter: Bródy Sándor u. 5-7. Rádió és médiapolitika a századforduló Magyarországon. Bp., Új Mandátum, 2005. /Membrán könyvek./

Agárdi Péter: Magyar kultúra és média a XXI. század elején. Pécs, PTE FEEK, 2005.

Bajomi-Lázár Péter: A politika mediatiszálódása és a média politizálódása. Médiakutató 2005. tavasz, VI. évf. 1. sz., 39-51. p.

Bayer József: Globalizáció, média, politika. A politikai kommunikáció változó kontextusa a globalizáció korában. In: Bayer József–Bajomi-Lázár Péter (szerk.): Globalizáció, média, politika. A politikai kommunikáció változása a globalizáció korában. Bp., MTA Politikai Tudományok Intézete, 2005. 9-47. p.

Falussy Béla: Az időfelhasználás metszetei. Bp., Új Mandátum, 2004. Különös tekintettel „A magyar médiafogyasztás szerkezete és jellemzői napjainkban” c. fejezet az 59-72. p.

Gálik Mihály–Polyák Gábor: Médiaszabályozás. Bp., Közgazdasági és Jogi Kvk. –Kerszöv, 2005.

Gálik Mihály: A média átváltozásai – visszatekintés és jövőkép. Jel-kép 2005. 4. sz. 44-52. p.

Kék notesz 2006. [Adatok és elemzés a magyarországi információs társadalomról.]

[www.internethajo.hu](http://www.internethajo.hu)

Médiapolitika. [Tematikus összeállítás. Tanulmányok, cikkek, dokumentumok.] Médiafüzetek 2004. 1. sz. [2004. május]

A legújabb médiatörvény-tervezet és vitája 2006 januárjától; elérhető az ORTT honlapjáról:

[http://www.akti.hu/akti/index\\_media.html](http://www.akti.hu/akti/index_media.html)

Nagy Attila: *Az olvasás mint kiváltság? Adatok és töprengés „A Nagy Könyv” akció ürügyén.* Magyar Tudomány 2006. 9. sz. 1113-1119. p.

Pikó András–Wisinger István–Zöldi László: Média- és sajtóismeret. Pécs, Dialog–Campus Kiadó, 2006. [Megjelenés előtt.]

Vásárhelyi Mária: *Katasztrófamaraton.* 168 Óra 2006. szeptember 28. 48-51. p.

