

SZERKESZTŐI SZABADSÁG ÉS ÚJSÁGÍRÓI FELELŐSSÉG

„A magyar médiarendszer radikális válsága közügy: a jelenlegi állapotok nem szolgálják sem a társadalom politikai, sem kulturális érdekeit... Újra kell definiálnunk a médiarendszer politikai és intézményi feltételrendszerét, meg kell vizsgálnunk, hogy milyen változásoknak, és trendeknek kell megfelelnünk... amely segít elérni a releváns társadalmi célokat.” Ezt György Péter esztéta írja most megjelent tanulmányában.¹ A gyakorlati újságírásban eltöltött negyedszázados tapasztalatom alapján „kénytelen vagyok” azonosulni a szerző megállapításaival. Az anamnézis, a kórelőzmény és a terápia, a gyógyítás részleteit e helyen mellőzve, teszek gondolat kísérletet néhány adalék felvázolására.

Kis János filozófus szerint „aki ma nem akar együtt üvölni a farkasokkal, az nagyon nehéz helyzetben dolgozik.”² A pseudoesemények, hamis vagy képzelt világ uralta sajtó „jelszava”: ha nincs hír, majd mi csinálunk. Felröppentünk, kiszivárogtatunk. Igaz, néhol „csúsztatunk”, a tényanyagba hangulati elemeket vegyítünk. Nem vesszük észre, hogy a politikusoktól, a sztárokig mindenki „nekünk”, a sajtónak dolgozik, ha úgy tetszik játszik. Méghozzá szerepet. Hírt akarnak magukból csinálni. Mi pedig aktualitás, popularitás és kuriozitás nélkül „ugrunk” rá. Ki akarjuk szolgálni közönségünket. A végén már azt sem tudjuk, nekünk hazudtak, vagy mi mondunk valótlan. „Minősítünk, anélkül, hogy értelmeznénk. Ötvözzük a műfajokat, összemossuk a vélemény és tényújságírást.”³ (Kiemelés tőlem.)

Mindeközben megfeledkezünk a legnagyobb magyar, gróf *Széchenyi István* Naplójában írt, máig érvényes intelméről: „Szerkeszteni higgadt kebellet, mérséklettel és illedelemmel, vak gyűlölség nélkül.”⁴ A sajtó hű „kiszolgálója” lett a botrányra éhes, kríziskommunikációt igénylő médiafogyasztónak. Nincs középút. A médiapiacot a direkt politizálás és/vagy a bulvár uralja. Nincs mértékadó forrás, csak bal vagy jobb, szoclib vagy népnemzeti. A kettőből azután vonjon számtani átlagot ha akar, az olvasó, a hallgató, a néző. A szerkesztői szabadság és az újságírói felelősség tárházából kiveszetett

¹ *Élet és irodalom*, 2005. április 1.

² *Magyar Narancs*, 1994. február 10.

³ *A rádiózás gyakorlata*, Debrecen, 2005. KFRTKF

⁴ SZÉCHENYI ISTVÁN: *Napló*, Bp. 1982. Gondolat

a közérdek: a szignifikáns információk nyilvánosságra hozatala, a tájékoztatás alapköve, a pártatlanság.

„Az etikai alapvetéseket mellőző hírműsorok az elektronikus médiumokban ideológiák mentén igyekeznek a különböző szekértáborok igényeit kielégíteni. A Médiatörvény preambulumban megfogalmazottak elvértve teljesülnek. A kiegyensúlyozottság, a tárgyilagosság, a függetlenség csak nyomokban érhető tetten.”⁵ (Kiemelés tőlem.) Aránytévesztések jellemzik a lappiacot és a közműsor-szolgáltatást. A rádiók és televíziók, újabban az online újságírást is ideértve, igyekeznek kompetitíve a médiumok sajátosságaiból fakadó előnyüket kihasználni a nyomtatott sajtóval szemben.

A médiarendszerben *Ungvári Tamás*, kritikus, a médiagiccs profétáiról beszél, mint mondja, „az önreprezentáció tükre radikális rehabilitációra szorul... a politikai korrektség a szellemtudományok preventív öngyilkossága... ami médiabulldózerként nehezedik a nemzeti és egyetemes kultúrára.”⁶ Magam vele értek egyet.

Értelemszerűen másként ítélik meg a helyzetet a kereskedelmi televíziók vezetői. *Kolosi Péter*, az RTL Klub programigazgatója szerint – „a legfontosabb érték a nézettség... – nem gondolom, hogy ízlésbeli kérdésekkel kellene foglalkoznom.” *Sváby András*, producer, a TV2 képviselőjében azt mondja: „a csatorna megtalálta közönségét, s ez fontosabb, mint tűzön-vízen végig vitt győzelem... itt sohasem lehet beleülni a tutiba, ami nem presztízsszempont, hanem kökemény egzisztenciális kérdés.”⁷ Amíg a „királyi” televízió és rádió vezetőinek kezét a mindenkori politikai hatalom köti, addig a kereskedelmi adókat profitérdekek vezérlik. Nincs ez másként a lappiacon sem.

Vitray Tamás, a Magyar Televízió örökös tagja nyilatkozta: „azért kellenek a televíziós műsorok, hogy kitöltsék a reklámok közötti időt.”⁸ Aligha vitatkozhatunk e megállapításával. „Óriási harc folyik a médiapiacon az évi 280 milliárd forintos reklámtorta szeleteiért.”⁹ *Bolla Zsolt*, a Danubius Rádió programigazgatója szerint „az a legértékesebb hallgató, aki hosszú órákat tölt egyetlen műsorfolyam mellett, nem vált más csatornára.”¹⁰ Nyilván ez vonzza a hirdetőt. Csakhogy főleg egy korosztályszegmentált piacon a szakma szabályai alulmaradnak a nyereségérdekeltséggel szemben. A szerkesztő egy rosszul értelmezett közönségigénynek dolgozik.

⁵ *Televíziós szakismeretek*, Debrecen, 2005. KFRTKF

⁶ *Élet és Irodalom*, 1999. január 2.

⁷ TV2, Vasárnap reggel, 2005. április 17.

⁸ *Morzsabál*. Budapest – Print, 2003.

⁹ Sonda Ipsos felmérés, 2003

¹⁰ *Rádiós Évkönyv*, Bp. 2004

„Nem tudok cselekményt bonyolítani. De még csak elindítani se tudok. Ezt aztán vállalnom kellett... Kötelességszerűen megpróbálkoztam vele, de nem sokra mentem.”¹¹ *Mándy Iván*, a Széchenyi Irodalmi és Művészeti Akadémia egykori elnöke ír így fiatalkori, kudarcokkal teli szárnypróbálgatásairól. Lehet-e, kell-e az újságírást tanítani szervezett keretek között vagy a tehetség előbb-utóbb utat tör magának? Ezt már én kérdezem. Nos, nemcsak lehet, kell is! Csakhogy ma Magyarországon nem létezik tiszta profilú, első diplomás zurnaliszta-képzés. Pedig évtizedes oktatói gyakorlatom alapján mondhatom: szükség van az elméleti alapokra. Ezek nélkül nem apellálhatunk újságírói felelősségre.

Egyesek szerint sok az újságíró, mások állítják, kevés. Van, aki reggel televíziós hírmagazint vezet, napközben déli krónikát a rádióban, az esti lapzártáig pedig még lead egy cikket valamelyik lapnak. (Ezek a pótolhatatlan, univerzális, de lehet csak a „munkaalkoholista” újságírók.) A bolognai folyamat ugyan teret enged a minőségi változtatásnak, de kérdés, pl. lesznek-e doktori iskolák médiatudományból? Médiafigyelők a megmondhatóit, tragikus a szakmában dolgozók mesterségbeli tudása, a hírérték megállapításától a szerkesztési alapelveken át, egészen a nyelvi kultúra ápolásáig.

Bodor Pál, közíró, publicista ez utóbbiakat erősítő, fájó igazságra mutat rá. „Sajnos egyik-másik stúdió mikrofonjához meghökkentően könnyen fér hozzá a magyartalan, pongyola, közönséges beszédű, szellemileg környezet-szenvenyező dilettáns. Hajdan a céhek virágzásakor a foltozóvarga sem lehetett kontár- ma műsorvezető lehet a félanalfabéta-félnótás, ha trivialisitását a tulajdonosok pl. üzleti alapon vonzónak vélik.”¹² *Bényei József*, Aranytoll-díjas újságíró, lapszerkesztő egy minap megjelent kritikájában így fogalmaz „...meggyőződéssel hittem és hiszek a gondolat-, vélemény- és szólásszabadságban. Meggondolásra viszont csak azt a véleményt tartom érdemesnek, amelyben megalapozott, tényeken, érveken alapuló nézetek hangzanak el... Mindent nem tudhat az ember, de azt, indoknak felhozni, hogy az újságíró azért nem tud a témában megnyilvánulni, mert akkor ő még nem élt... ilyenkor hegyesedik a ceruzám...”¹³

A „médiamunkásoknál” nem tapasztalható a hivatástudat, a szakmai elkötelezettség. Ahogy *Szilágyi János*, ismert rádiós-televíziós újságíró fogalmazott egyszer egy vele készült interjúban: „Beszélgettem már életemben elég sok olyan emberrel, akit nagyon nem szerettem, és csináltam nagyon jó barátaimmal is interjút. De amikor kérdezgetem őket a mikrofon előtt, akkor nem vagyok erre tekintettel. Ilyenkor semmiféle érzélem nem játszik szerepet

¹¹ *Média Hungaria*, 1972. 2.

¹² *Vasárnapi Hírek*, 22. évf. 2005. 15. szám

¹³ *Hajdú-Bihari Napló*, 2005. május 3.

nálam”¹⁴ Vagy ahogy *Vértessy Sándor*, az MTV örökös tagja fogalmaz legújabb könyvében: „Aki egyszer beleszeretett a mikrofonba, azt is jelenti, hogy beleszeretett ebbe az országba és az emberekbe.”¹⁵ Tudomásul kell venni: újságírónak lenni annyit jelent: mint a közjó szolgálatába szegődni. Ezt már én teszem hozzá, még ha sokan nem is értenek egyet vele.

A diagnózis lesújtó, a sajtó jelenlegi állapotát nem túlzás tragikusnak ítélni. A felületi kezelés csupán tüneti, az okokat kell megkeresni a gyógyuláshoz vezető úthoz. A hazai médiarendszer is európaiságunk része. Ha másért nem, ezért elodázhatatlan a paradigmaváltás. „Alig másfél évtized telt el a társadalmi-politikai-gazdasági rendszerváltás óta. A demokratikus parlamentarizmus, a közélet is az útkeresés időszakát éli. Mindez nem lehet magyarázat a hazai sajtó „tévelygéseire”, a manipulatív szándékok érvényre jutására és a hitelvesztésére. Az újságírónak igaz információkat kell közvetíteni, de helyt kell adni az ezzel kapcsolatos véleményeknek is.”¹⁶ (Kiemelés tőlem.)

Ne legyen a sajtó önálló hatalmi ág. Maradjon meg a történések közvetítőjének. Tartson tükröt a társadalom elé. Ne abban versenyezzünk, hogy melyik orgánum a leghitelesebb hírforrás és melyik a második, mert ezzel önmagunkat is „eláruljuk”, nem mindig szabad nekünk hinni. *Babits Mihály*, az esszéista az ő korában így elmélkedett erről: „Jegyezd meg, csak a jó gondolat harcolhat jó szóval... be tudsz-e valamit bizonyítani, ami nem igaz? Csak a gyengeelműeknek. Rá tudsz-e bírni valamire, ami nem helyes? Csak a gyenge jelleműeknek.”¹⁷ Majd *Kölcsey Ferenc*, nemzeti imádságunk szerzőjének szavaira emlékeztetett, *Eötvös József*, egykori vallás és közoktatásügyi miniszter nemes gondolataira vagy *Deák Ferenc*, a haza bölcsének józanságára intett a Nyugat szerkesztője. Úgy hiszem, valami ilyesmiről van szó ma is. Legalább is szellemiségében.

Tudom, a 21. században, a tömegkommunikációnak az információs társadalom más kereteket teremt. Az igaz gondolatok azonban időtállóak. Egy társadalomnak azonban még a globalizálódó világban is az értékteremtés a legfontosabb építőköve. Az újságírótól pedig mi sem álljon távolabb, mint hogy azt higgye: zsebében hordozza a bölcsék követ. Az újságíró csak annyiban más, mint embertársai, hogy neki – megfelelő tudás birtokában – megadatott az események sodrásában lenni és erről másokat is tájékoztatni. Ennyi és nem több. A szakma presztízsének zuhanását sokan ennek elutasításával magyarázzák.

¹⁴ *Köszönöm az interjút*, Lapkiadó Vállalat 1985

¹⁵ VÉRTESSY SÁNDOR: *A szó elszáll?! Bp. 2004. AXEL-SRINGER*

¹⁶ *Bevezetés a rádiózásba*, Debrecen, 2003. KFRTKF

¹⁷ BABITS MIHÁLY: *Jónás Könyve*, 1938

Horvát János, ismert televíziós személyiség és médiaoktató a televízió mítoszáról könyvében hangoztatja: „...Mindaddig, amíg a választás lehetőségét behatárolják a műsorkínálatot korlátozó szerkesztői normák és megfontolások, addig nehéz a tévé teljes demokratizálódásáról beszélni... Talán az internet elterjedésével válik valóra ez a mítosz és a digitális korszak lesz majd az a kor, ahol a televíziózásnak tulajdonított igazi demokrácia megvalósul.”¹⁸

„Sokan át sem érzik annak súlyát, mekkora teher nehezedik a médiaszereplőkre. Az elfogult, egyoldalú, szolgálkú tájékoztatáspolitikai már bizonyította egy rendszer bukását. És minthogy önhibáján kívül abban is nagy szerepe volt a sajtónak, nem lenne szabad még egyszer ugyanabba a hibába esni. A hiteles információt, az értékteremtő kultúrát nem szabad feláldozni a gazdasági haszonszerzés büvöletében. A média nem szoktathatja le fogyasztóit az igényes és tartalmas médiafogyasztásról.”¹⁹

Ahhoz, hogy mindez jó irányban változzon *Kossuth Lajos*, a nemzet kiemelkedő államférfiának iránymutatása alapján kell cselekednünk: „Gondolat nélkül üres fecsegő az újságíró... jónak csak azon tant vélhetem, mi szerint az ész javolja, mit a szív akar, s a szív akarja, mit az ész javal. Tegyük keveset, de tegyük sokan!”²⁰

¹⁸ HORVÁT JÁNOS: *Televíziós ismeretek*, Bp. 2000. Modern Média

¹⁹ *Interjúválogatás – válogatott beszélgetések* Debrecen, 2005. KFRTKF

²⁰ *Országgyűlési Tudósítások*, 1836