

Európa és a média katasztrofális üzleti modellje

Article by Maryia Sadouskaya-Komlach

October 16, 2019

A piaci változások, a technológia fejlődése, a demokratikus normák felőrlődése – ezek mind komolyan megnehezítik napjainkban a média dolgát. Maryia Sadouskaya-Komlach elemzésében bemutatja azokat az erőket, amelyek alakítják Európa médiatájképét, és amelyek sokszor arra kényszerítik az újságírókat, hogy a túlélés érdekében feláldozzák a minőséget és a kiegyensúlyozottságot. Már rég túlvagyunk azon a ponton, ahol kisebb beavatkozások elegendőek lennének a nyilvánosság megmentésére. Ahhoz, hogy kijussunk a mocsárból, arra lenne szükség, hogy Európa társadalmi felismerjék: a minőségi információhoz való hozzáférés egy olyan alapvető jog, amit igenis védelmezni kell.

A megosztottság, az álhírek terjedése és a médiába vetett bizalom hiánya egyáltalán nem újkeletű jelenségek: amióta létezik újságírás, azóta ezek mind jelen is voltak. Az újságírókra nagyon sokáig felelőtlen gazemberekként tekintettek, akiket csak az érdekelt, mennyi pénzt kereshetnek szenzációhajhász történeteikkel.

Joseph Pulitzer ma a legrangosabb újságírói kitüntetés névadójaként ismerjük, de a maga idejében közel egy évtizedig kellett gyözködnie a New York-i Columbia Egyetem vezetésénél, mire 1912-ben végre megnyitotta újságíró képzését. Az egyetem többször is visszautasította Pulitzer 2 millió dolláros adományát, attól tartva, a kétes háttérű szakma oktatása rosszat tenne a hírnevének. Amikor Pulitzer 1904-ben a minőségi sajtó szükségessége mellett érvelt, azt írta: „A köztársaságunk és a sajtója kéz a kézben fog fölemelkedni vagy elbukni. Egy felkészült, érdekektől mentes, a nyilvánosságban érdekelt sajtó, amely tudja, mi a helyes, és eléggé bátor ahhoz, hogy meg is cselekedje, képes lehet arra, hogy megőrizze azt az állampolgári erényt, amely nélkül a népképviselőt csupán szégyen és csúfság. Ezzel szemben egy cinikus, zsoldos módjára működő, demagóg sajtó idővel egy ugyanolyan nép alapjául szolgál majd, mint amilyen önmaga. A jövő nemzedékek újságírói kezében van a lehetőség, hogy alakítsák a jövő köztársaságát.” A felajánlását már csak a halála után fogadták el.

A bizalmatlanság hosszú története

Az újságírók és a szerkesztőségek hosszasan dolgoztak a huszadik században annak érdekében, hogy javuljon a megítélésük. A média képviselői szigorú magatartási kódexeket, komoly intézményeket és etikai bizottságokat hoztak létre. De ennek ellenére a 2010-es években újból azzal vádolják, hogy „álhíreket” terjeszt és részt vesz a társadalmat megosztó „médiabuborékok” kialakításában. Olyan, mintha visszaértünk volna a huszadik század elején tapasztalt kiindulópontokhoz.

A hírmédia globalizációja fontos szerepet játszik abban, hogy így alakultak a dolgok. Egyes kiadványok hatása mára jóval túllép a maga országának vagy régiójának politikáján. Befolyásuk akár globális is tud lenni. Azok a friss hírek, amelyek talán el se érték volna az embereket, ma percnként bombázzák őket. Az együttérzés helyett viszont ez az információáramlat érdektelenséget, félelmet és megosztottságot generál.

A közösségi média lehetővé tette, hogy olyan híreket kapjunk, amelyek megfelelnek a meglévő előítéleteinknek, hiszen az algoritmusok leginkább azokat az információkat juttatják el hozzánk, amelyekkel egyetértünk, vagy épp

azokat, amelyek feldühítenek és gyűlöletet szítanak. A külső szereplők – köztük kormányok is – fel vannak vértézve arra, hogy közvetlenül befolyásolják a hazai és a külföldi választókat. Ehhez pedig teljesen kikerülhetik a hagyományos média platformokat. Erre csak egy példa a francia kormány 2018-as vizsgálata, amely arra keresta a választ, hogy valóban szerepet játszottak-e orosz források a „sárga mellényeseket” támogató Twitter-kampányban.

*Ezzel szemben egy cinikus, zoldos módjára működő,
demagóg sajtó idővel egy ugyanolyan nép alapjául szolgál
majd, mint amilyen önmaga.*

Vannak más változások is, amelyek visszataszíthatják a médiát a 19. század színvonalára. A drasztikusan csökkenő hirdetési bevételek és az online lapok számára működőképes alternatív bevételi források hiánya sok esetben arra kényszerítette a médiumok vezetőségét, hogy a minőségen spóroljon. A kétezres évek eleje óta tartó médiaválság egyik első áldozata a komoly fact-checkinget (azaz az információk alapos ellenőrzését) és mélyre ható elemzéseket igénylő újságírás volt – emiatt kevesebb az oknyomozás és ritkulnak a külföldi riportok is. Az elmúlt húsz évben ezek helyét átvették a véleményekre és pletykákra építő tévés és videós formátumok, amelyek a hírességek spekulációit vegyítik kutatók és szakértők kijelentéseivel. „A hagyományos tévés hírek nézői között nagy volt az alacsony politikai érdeklődésű nézőt aránya, míg a kábeltézés hírek általában a politika iránt leginkább érdeklődőket és az elfogultakat vonzzák. E helyzethez igazodva a legnézettebb kábelhíresatornák egyre inkább politikailag elfogulttá váltak” – írta a Princeton egyetem kutatója, Markus Prior még 2007-ben. Az egészet a kábelcsatornák kezdték, de az internet is egyre jobban elterelte a nézőket a mérsékelt és kiegyensúlyozott hírszolgáltatástól olyan tartalmak felé, amelyek alátámasztják és megerősítik a politikai nézetkülönbségeket. Ebben az időszakban a szerkesztőségek újra meg újra megpróbálták technológiai módszereket találni az iparág problémáira. Az iPad újságírásnak vagy a nagy mennyiségű, hamar elavuló digitális kamera vásárlásának a spórolás volt a célja, azaz anélkül akarták a megmenteni a sajtót, hogy olyasmibe fektettek volna, amire tényleg szükség lett volna – mégpedig a minőségi újságírásba. Bár ezek a megoldások nem bizonyulnak működőképesnek, az ipar tovább próbálkozik azzal, hogy megtalálja azt a csodaszert, ami egyik pillanatról a másikra megoldja a problémáikat. Ilyen sikertelen próbálkozás volt Rupert Murdoch rövidéletű *The Daily* hírapplikációja. Nem is beszélve arról a próbálkozásról, hogy a szerkesztőségek sokoldalú, többféle médiumban (például print, videó, fotó, stb.) egyaránt jártas újságírókat neveljenek ki, figyelmen kívül hagyva, hogy a különböző tartalmak előállítására teljesen más, sokszor egyéni és nem mindig tanulható képességeket igényel.

Korlátozott tulajdon, gyakori elfogultság

A legtöbb európai országban komoly problémát jelent, hogy a médiatulajdon nem átlátható, és sokszor kis számú befektető vagy érdekcsoport kezében összpontosulnak a legfontosabb médiumok. A kontinensen nagyon gyakori a politikai befolyás is. 2018 márciusában az Európa Tanács – az a nemzetközi szervezet, amely Európa-szerte védelmezi az emberi jogokat és a demokráciát – új ajánlásokat jelentetett meg, amelyekben arra kérte a 47 tagállamát, hogy tartsa be a médiapluralizmussal és a tartalmak sokszínűségével kapcsolatos kötelelességeit, valamint biztosítsa, hogy az állampolgárok számára hozzáférhetőek legyenek a média tulajdonosaival kapcsolatos információk.

A valóságban ugyanakkor a Tanácsnak nem minden tagállama gondoskodik róla, hogy a társadalom tudhassa, kiknek a kezében van a média – ha van is információ, abból nem áll össze a teljes történet. Az Európai Bizottság által támogatott *Media Pluralism Monitor* projekt szerint az európai országok kétharmadában kevesebb mint négy ember kezében összpontosul a média több mint nyolcvan százaléka. (A számok az EU tagállamaira és a tagjelöltekre vonatkoznak csak, a Tanács többi országát nem vizsgálták.) A médiakoncentráció főként a televíziós

szektorban figyelhető meg: 15 európai országban látjuk hogy a televíziós piac több mint nyolcvan százaléka kevesebb mint négy tulajdonos kezében van (miközben csak 17 országban van erről egyáltalán adat). A nyomtatott médiában a koncentráció aránya 57 százalék.

Magyarországon, Olaszországban, Lengyelországban és Spanyolországban is észlelhető, hogy a politika beleszól a médiatulajdonlás és a médiapluralizmus kérdéseibe. Spanyolországban és Magyarországon is azt látni, hogy a kormányzat támogatóinak kezében levő médiumokban nagyobb eséllyel hirdetnek az állami tulajdonban lévő, vagy valamilyen módon a kormányzathoz kötődő médiumok, mint a többiekben. Magyarországon az újonnan létrehozott Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány (KESMA), melyet Orbán Viktor közeli szövetségese, Liszkay Gábor vezet, nemrégiben 480 médium – napilapok, magazinok, tévék és weblapok – tulajdonosa lett, miután az előző tulajdonosok „odaadományozták” azokat. A magyar miniszterelnök ráadásul egy kormányhatározattal kivonta a versenyjogi szabályok alól a konglomerátumot, mondván, hogy a KESMA léte „közérdek.”

Spanyolországban a 2009-es dereguláció és kilenc magáncsatorna 2014-es bezárása után létrejött egy tévés duopólium (az a helyzet, ahol két tulajdonos kezében van a piac jelentős része), amely még tovább polarizálta a médiát és annak nézőit.

Naiv lenne azt képzelni, hogy mindezek fényében elegendő megoldás lenne, ha Európában megerősítenék a közszolgálati médiumokat, és kiterjesztenék a közmédia modelljét az internetre is. Egy-két nyugat-európai kivételt leszámítva – mint például az Egyesült Királyságban – az államilag támogatott média képtelen megfelelni azoknak az elvárásoknak, amelyeket a kiegyensúlyozott, pártatlan és sokszínű hírszolgáltatás felé támasztunk. Az elmúlt évtizedben is számos példa volt arra, hogy a kormányzatok bezártak, megfenyegettek vagy pénzügyileg nehéz helyzetbe hoztak olyan közszolgálati hírszolgáltatókat, amelyek megpróbáltak függetlenek maradni. Ennek következtében Európa lakosai kevésbé tájékozottak, és kisebb eséllyel jut el hozzájuk mindaz az információ, amelyre szükségük lenne, ha valódi, demokratikus döntéseket szeretnének hozni.

Kevesekhez jut el a minőségi információ

Sokszor sikersztoriként mutatják be azokat a médiumokat, amelyek továbbra is minőségi sajtótermékként szeretnének működni, és ezért hirdetésmentes tartalmakat kínálnak a fizető felhasználóiknak. Annak érdekében, hogy finanszírozzák a minőségi újságírást, sokan fizetőkapuk (paywall) mögé bújnak, mint a The New York Times, a Süddeutsche Zeitung, a Helsingin Sanomat vagy a Mediapart. Egyes szolgáltatások, mint a holland Blendle lehetővé teszik, hogy akár egyenként is megvásároljunk cikkeket, mások, mint a brit The Guardian minden tartalmukat ingyen elérhetővé teszik, de cserébe adományokat kérnek az olvasóiktól.

De mindezen sikersztorik ellenére a médiumok maguk nem tudják megoldani az információhoz való hozzáférés problémáit. Mivel fizető online olvasókra kell hagyatkozniuk, akarva-akaratlanul elitista médiává válnak, amelyek csak kis számú, alapvetően jómódú olvasót érnek el, akik már eleve egyetértenek velük az alapvető üzenetek tekintetében.

Továbbá, azáltal, hogy az emberek döntést hoznak, hogy online előfizessenek egy-két online médiumra – és azokra hagyatkoznak a mindennapjaikban –, egyre inkább bezárják magukat a buborékjaikba, majd ignoránssá és tiszteletlenné válnak más vélemények irányába.

A befolyásolók

Szemben a 19. vagy akár a huszadik századdal, a piacok többé nem korlátozódnak nemzetekre ebben az iparban, és amikor a minőségi tartalmakhoz kevésbé lehet hozzáférni, a kívülről finanszírozott média könnyebben betölti az űrt a maga félrevezető tartalmaival.

Kik a legfontosabb szereplői a szabad hozzáférésű információk piacának Európában? A közszolgálati médiát leszámítva, mindazok, akik nem tudják megengedni maguknak, hogy fizessenek az online hírekért, három fajta szereplő befolyásának vannak kitéve: a) médiaórásiasoknak, amelyeket sokszor kitömnék a különféle érdekekkel rendelkező politikai vagy piaci struktúrák, b) egyre megosztottabb és megosztóbb online médiumoknak, amelyek a kattintásszám nevelésével próbálják növelni tudják a hirdetési bevételeiket – ennek köszönhetően pedig megbízhatatlan, szenzációhajhász vagy épp felületes tartalmakkal árasztják el az olvasóikat, és c) aktivista médiumoknak, amely politikai, állami vagy nagyvállalatokhoz kötődő pénzekből működnek, és valamiféle ügyeket próbálnak előmozdítani, legyen szó a klímáról, gender ügyekről, vagy mostanában a NATO, az Egyesült Államok és az Európai Unió érdekeiről.

*amikor a minőségi tartalmakhoz kevésbé lehet hozzáférni, a
kívülről finanszírozott média könnyebben betölti az űrt a
maga félrevezető tartalmaival.*

Míg a kisebb, független és megbízható média a túlélésért küzd és kénytelen pénzért adni a tartalmához való hozzáférést, az államilag támogatott vagy vállalatok által pénzelt médiának nem kell elzárnia a tartalmait a tömegektől. Éppen ezért megvan az a lehetősége, hogy agresszíven hirdesse az alternatív igazságait.

Mivel nem függenek a hirdetőktől, lehetőségük van olyan tévéműsorokat, cikkeket és termékeket gyártani, amelyek hihetőnek tűnnek – holott sokszor minden igazságalapot nélkülöznek. A mesterséges intelligencia fejlődése azt is lehetővé teszi nekik, hogy úgynevezett „deep-fake” tartalmakat hozzanak létre – például olyan digitálisan manipulált videókat, amelyek azt a látszatot tudják kelteni, mintha valami politikai szereplő megosztó kijelentéseket tett volna, sőt, még akár egy katonai megszállást is tudnak szimulálni.

Jelenleg, nem kis részben az ukrajnia konfliktus miatt, az RT (egykoron Russia Today) hírsatorna került a figyelem középpontjába. De holnap már lehet, hogy a kínai CCTV lesz az, ami tömegeket manipulál – vagy egy ma még ismeretlen médiaprojekt, aminek az a célja, hogy ellehetetlenítse a klímaváltozás megállítása érdekében tett erőfeszítéseket.

Háborús játékok

Az a mód, ahogy a fejlett európai demokráciák kormányai reagáltak az álhírekkel házaló szereplőkre, mindezidáig nem járult hozzá se a tájékozott vitához, se a független újságírás megerősödéséhez. Mikor a kormányok érezték, hogy állampolgáraik egyre inkább azt várják tőlük, hogy tegyenek valamit az álhírek megelőzése érdekében, rengetegen a stratégiai kommunikáció jól ismert eszközeihez nyúltak, és egy információs háborúra építő retorikát kezdtek alkalmazni. A média és a bloggerek – annak érdekében, hogy támogatást nyerjenek a tevékenységeikre – beszálltak az információs hadviselés játékába, és elkezdtek narratívákat és ellenarratívákat terjeszteni. Közben PR ügynökségek tanítják a média munkatársait, miképpen tudnák az üzeneteiket a leghatékonyabban befolyásolásra használni.

Mindez már a valóság része a dezinformációnak különösen kitett balti államokban, sőt azokon túl is. Azok a médiumok, amelyek nem támogatják ezeket a trendeket, nap mint nap kénytelenek fájdalmas döntéseket hozni arról, hogy újabb oknyomozó projektbe kezdjenek-e vagy inkább a bérleti díjat fizessék ki.

A Bizottság felületes terve

Az Európai Bizottság 2018 decemberében megjelentette a dezinformációról szóló akciótervét – amelyet azóta

számos európai politikus kritizált, mivel nem figyelt eléggé arra, milyen szerepet játszhatnak az erős médiumok a társadalom informálásában. Helyette a dokumentum mindenféle technológiai, oktatási és jogi beavatkozásokat javasol.

A „narratívák háborújában” kevés helyük van a tájékozott állampolgároknak – holott a háborúba beszállni még veszélyesebb, mint a semmittevés. Ha szeretnénk szembeszállni a folyamattal, ahhoz arra van szükség, hogy tudomásul vesszük a problémát, és elismerjük, hogy komoly veszélyben van az újságírás és az információáramlás. Nem véletlen, hogy az ENSZ fenntartható fejlődési céljainak egyik indikátora az információhoz való hozzáférés. Annak lehetősége, hogy éljünk az objektív információhoz való jogunkkal, kulcsfontosságú a demokráciánk jövőjére nézve.

A média, mint közszolgálat és közjó

Csakis a kritikusan gondolkodó, méltányos, valamint (pénzügyileg és morálisan) fenntartható médiumok segítségével tud javulni a helyzet. Máskülönben azt kockáztatjuk, hogy magunk is a népszerű Twitter-mém hőseivé válunk, amelyen egy fiatal tüntető látszik, kezében egy táblával, amelyen az áll: „Először elvitték az újságírókat, és nem tudjuk, mi történt azután.”

Ha javítani akarunk a jelenlegi helyzeten, ahhoz koordinációra van szükség a kormányok, a nemzetközi szervezetek, a média, a hirdetőik és az állampolgárok között. El kell ismernünk és támogatnunk kell azon újságírók munkáját (legyen szó a lapok munkatársairól vagy a szabadúszókról), akik továbbra is tartják magukat a szakma szabályaihoz, és továbbra is minőségi munkát végeznek, annak ellenére is, hogy egyre nagyobb a kísértés, hogy belecsúszunk a kattintásvadász és pletykákra alapozott újságírásba.

Ennek a felismerésnek nyilvánosan érzékelhető hatásának kell lennie, például díjak és versenyek formájában, ahelyett, hogy kimért nyilatkozatokat teszünk a sajtószabadság világnapján, vagy amikor épp megint meggyilkoltak egy újságírókat. Ezen felül – hogy megvalósuljon az információhoz való hozzáférés, és a sajtó be tudja tölteni örökutya szerepét – nem tekinthetünk a szerkesztőségekre olyan, kizárólag üzleti logika szerint működő szervezetekként, amelyek egy szabad és kényszerektől mentes piacon működnek. Az etikus, tényalapú és kritikus újságírásnak hatalmas szüksége van a támogatásra – pályázatok, szubvenciók vagy edőkedvezmények formájában. A politikusok gyakran panaszkodnak a média elfogultsága miatt, de közben nem titok, hogy ők maguk profitálnak a leginkább a megosztottságból. Hatalmas a kockázat, és itt az ideje, hogy tudomásul vegyünk: a sajtószabadság korlátozása nagyon súlyos következményekkel fog járni.



Maryia Sadouskaya-Komlach is a media analyst and a journalist with more than 15 years of professional experience. She currently works as Senior Programme Coordinator at Free Press Unlimited in the Netherlands. She has worked in Belarus, Poland, Belgium and France and advised the European Endowment for Democracy on its 2015 Feasibility Study on Russian-language Media Initiatives. She holds a Master's degree in Political Journalism from Columbia University.

Downloaded from <https://www.greeneuropeanjournal.eu/europa-es-a-media-katasztrofalis-uzleti-modellje/>

The Green European Journal offers analysis on current affairs, political ecology and the struggle for an alternative Europe. In print and online, the journal works to create an inclusive, multilingual and independent media space. Sign up to the newsletter to receive our monthly Editor's Picks.