

Zsolt Péter

A média közönségképviselése

A sajtótanácsoktól az ombudsmani rendszerekig és vissza

Jól összeválogatott civil közösség (fókuszcsoport) irányított beszélgetése a sajtó számára közel hozza a közönséget, s akár hasznosabb is lehet, mint egy profi elemző kritikája, s pláne, mint egy kolléga kíméletlen helyreutasítása. A civilek ugyanis valamennyire még mindig felnéznek a sajtóra, az újságírók és szerkesztők munkáját izgalmasnak és felemelőnek gondolják. Ebben az írásban az amerikai tanulságokat tekintjük át.

Ha a sajtó presztízse alacsony, ha nem bízunk az információközlőkben és ezen javítani szeretnénk, egy dolgot tehetnek a társadalom tagjai és az újságírók: odafigyelnek egymásra. A kormány is hozhat törvényeket, felállíthat intézményeket, dolgoztathat bürokratákat stb., de az már nem olyan lesz. Nem olyan, mint amikor az újságírók odafigyelnek nem ellenséges hangú, de a kérdésekkel behatóan foglalkozó civil véleményekre, s ezek közül a tanácsok közül néhányat megfontolnak, mást meg nyilvánvalóan nem vesznek figyelembe, hiszen ezek az észrevételek kívülállóktól érkeznek, még ha olyanoktól is, akiknek szánják a munkájukat. Ha mindenki láthatja, olvashatja az ilyen megnyilvánulásokat, az csak még érdekesebbé teszi a dolgot, a jobbra törekvés munkálkodása hitelességet növel, és valódi eredményeket is hoz.

Hogyan lehetne elérni, hogy a pozitív cél (a jobb sajtó!) közelebb kerüljön, s ennek eredményeként a média iránti bizalom ne csökkenjék tovább, hanem növekedjék? – A médiában dolgozók fogadókészségét nem tudjuk befolyásolni, de a médián kívüli civil visszajelzés rendszerét ki tudjuk alakítani, s azt állítjuk, hogy javaslatunk egyrészt jóval több mint egy olvasói levél, másrészt más, mint egy szakmabeli

médiakritikája. Javaslatunk az, hogy a sajtótanácsok kezdeti formáit kell Magyarországon megteremteni.

Amerikában, és más szólásszabadsággal rendelkező nyugati országban is a kérdés az volt, hogy mi figyel a médiára, ha a média figyel a politikát, a gazdaságot, a fontos és kevésbé fontos dolgokat? Nyilván figyelheti úgy, hogy az igazságra törekszik, és úgy is, hogy valakinek az érdekeit helyezi előtérbe, figyelheti úgy is, hogy elmondja és értelmezi amit lát, de úgy is, hogy magunkra hagy a tények bonyolult hálójában. Figyelheti úgy, hogy csak a szórakoztatás érdekli, úgy is, hogy nevelni akar, és úgy is, hogy igyekszik a fontossági rangsor szerint alapossá válni. Mindez szintén hozzá tartozik a média szabadságához. Aki viszont úgy gondolja nem elég a fogyasztáson keresztül jutalmazni és büntetni, az elgondolkozik azon, hogy miképp is lehetne másként is befolyásolni a média választásait.

Ez az elgondolkozás Amerikában is megtörtént, s minél nagyobb médiavállalatok jöttek létre annál inkább világossá vált, hogy pusztán a szólásszabadság biztosítása nem elégséges, hiszen az információk nem egyenlő súllyal jelennek meg a nyilvánosságban. Az új szerkezetben, ahol az egyén saját hangjának hallatása és a szerkesztőség hatalma közt az elefánt és a bolha erőkülönbségek a megfigyelhetők, a lehető legkíméletesebb módja a médiaellenőrzésnek a sajtótanácsok és az ombudsmani megoldások lettek.

Nem volt fáklyás menet ezen civil szerveződések útja sem. Kritika kísérte végig működésüket, és különösen az elején vetődött fel a feleslegességük gondolata. Sőt, a 80-as évek médiaszaporodása (kábeltelevíziók) bár növelte a pluralitást, de a verseny játékszabályai is mintha elszabadultak volna, és ez tovább csökkentette a sajtótanács presztízsét. Volt olyan orgánus – mint pl. a The New York Times –, amely mindig is inkább önerőből akarta az etikai kérdéseit megoldani, és nem volt kíváncsi külső civil ajánlásokra, észrevételekre. Alighanem azonban erre a médiumra is hatott ez a fejlődés, mert csöndben mégiscsak beemelte a műfajt, egyre nagyobb

teret szentelt nem csak a tévedések helyesbítésének, de a szerkesztőségi értelmezésnek is.

Amikor az Amerikai Nemzeti Sajtótanács lehanyatlott a 80-as évek közepére, kezdet felívelni az ombudsmani rendszer. Az ombudsmanok az újságok házon belüli közönséget képviselő kritikusai. A sajtótanács és az ombudsman két teljesen különböző valami, bár abban közösek, hogy egyik sem rosszindulatúan közelít ahhoz a médiumhoz, amellyel foglalkozik. S abban is, hogy nem valamiféle szerkesztésbe beleszóló szerveződések, csak *ex-post*, azaz megjelenés után mondják el véleményüket.

Érdemes szót ejteni az angliai sajtótanácsról is, ami már kezdetekkor sem volt más, mint egy államilag intézményesített igen színvonalas panaszbizottság (1991-től a neve is Sajtó Panaszbizottság), mely meghatározott rendszerben befogadta, s elbírálta a panaszokat, majd a végén jogilag nem kényszerítő erejű állásfoglalásokat adott ki. Helybenhagyta, vagy elvetette a panaszt, döntéseinek indoklása pedig a jövőre vonatkozóan volt előremutató.

Az amerikai rendszer is angol mintára alakult át, s ha akarta állásfoglalásait leközölte, és megszívlelte az adott médium, ha meg nem, hát nem figyelt rá. Egyesek szerint az amerikai sajtótanács „vesztét” az is okozta, hogy elhallgatták. Igazán izgalmas azonban nem az angliaihoz hasonló működése, hanem a kezdetek. (Egyébként nekünk magyaroknak sem idegen már az angliai modell, mert a tévék és rádiók Panaszbizottsága ez alapján működött nálunk is a médiatörvény hatálybalépése óta, s mondhatjuk inkább hasznosan és jól, mint haszontalanul. A Panaszbizottság az Országos Rádió és Televízió Testület alintézménye.)

A sajtótanács kezdetei valóban tekinthetők egy nemes eszme civil manifesztálódásának, s aztán ahogy a tekintély kialakult Amerika Sajtótanácsa maga is panaszbizottsággá vált, mely várta azokat az észrevételeket, melyeket a

műsorszóró és a médiafogyasztó egymással nem tudott elintézni, s aztán ezeket vizsgálta, ahogy az az etikai bizottságokhoz illik. Az első sajtótanácsok azonban nem etikai bizottságok voltak, s talán az etikai bizottságként funkcionáló Sajtótanács kimúlásának oka sem az volt, hogy nincs szükség a civilek deliberatív mobilizálására, hanem az, hogy túl nagyra nőtt, és a társadalom tagjaitól elszakadó etikai bizottság mind a közönség, mind a média oldaláról elveszítette népszerűségét. A sajtó a nagyranövő tekintélyek ajánlásait lerázza magáról, kamaszosan maga akar mindent megoldani, de ez nem jelenti azt, hogy etikátlan volna, vagy hogy érzéketlen az iránt, ami tettének következménye.

Amikor a Sajtótanács az Egyesült Államokban már panaszbizottsági intézményként, nagy tekintélyű tagokkal dolgozott, akkor vált pont a média egy része szabadszájúvá, alpárivá, és showműsorai manipulatívává. E kettő, azaz a tanács társadalomtól való teljes elszakadása és a kábel és műholdas csatornák megszorodása eredményezhette a kimúlását. Ugyanakkor sokan gondolták azt, hogy sajtótanácsok lesznek még, mert lenniük kell a jövőben is, és hittek abban, hogy az etikai reflexivitás intézményesíthető. 1985-ben azonban nem a sajtótanácsok támadtak fel halottaikból, hanem egy másik rendszer jelent meg. Egy évvel később már az amerikai lapok 2-3%-nak volt saját ombudsmanja. Az ombudsmanok felemelkedése azonban már egy másik történet. Annak tudható be, hogy a fogyasztóktól növekedésük miatt is elszakadó médiumok nem oldhatják meg a problémáikat az olvasói levelek megsokszorozásával, ehelyett inkább egy belső, civil hangú kritikust kérnek fel, és foglalkoztatnak folyamatosan.

Amerikában egyébként is más miatt fejlődött ki a média önszabályozási igénye, mint Európában. Mondhatni, hogy ez a folyamat inkább ellentétes jellemzőkkel bír. Kezdetben a kis közösségek sajátjaikként érzékelték médiumaikat, s amikor a médiumok terjeszkedni kezdtek, elszakadtak a közönségtől. Az eltávolodás frusztráló érzetét igyekeztek enyhíteni azzal, hogy fogékonyak mutatkoztak a közönség visszhangjára, de mivel a közönség számarányát tekintve mégiscsak tömeg, ezért a

közönség szociológiai reprezentatív mintavételéhez képest képviselőiként a tekintélyesebb notabilitások jelentek meg. Európában eleve nagy nemzeti médiaszolgáltatók alakultak ki elitista népnevelő hangvétellel, és a közönségi panaszok becsatornázásának mikéntje lett a kérdés.

Sajtó ombudsmanok nálunk Magyarországon nem arattak eddig osztatlan sikert. Egyetlen próbálkozás történt, a Magyar Hírlap kérte fel Majtényi Lászlót, hogy írjon időnként véleményt arról mi tetszett és mi nem. A sajtótanács intézménye pedig még annyira sem terjedt el, mint az ombudsmani. Hazai példát nem ismerek – ami nem azt jelenti, hogy helyi szinten nem lehetségesek ilyen kezdeményezések, bár vélelmem szerint a helyi szint sajtóetikai elmaradottsága igen nagy, még a szerkesztőbizottsági puffer szerep kialakításának fontossága sem érte el az ingerküszöböt.

Ha megnézzük Európa térképét az a feltűnő, hogy tőlünk nyugatra és keletre is van sajtótanács, a közép-európai sávból viszont hiányzik. Ausztiában, Franciaországban és Portugáliában volt, de megszűnt. Írországból, Ukrajnában 2000 után jött létre, Skandináviában, a Belorusz államokban, Törökországban és Oroszországban pedig már 2000 előtt megalakultak, és ma is működnek. Annak, hogy Magyarországon nincs, míg nyugaton általában van, nem egyszerűen az az oka, hogy nálunk a polgárosodási szint alacsonyabb. Láthatóan ez egy összetettebb kérdés. Oka az is, hogy van-e felülről történő erős jogi szabályozás, mert ha van, a sajtótanács értelmét veszti. A sajtótanácsok és az ombudsmanok is tulajdonképp a média *önszabályozási igyekezetei*, és épp az a funkciójuk, hogy ne legyen szükség külső szabályozókra.

A mai sajtótanácsokat az esetek többségében épp az önszabályozás filozófiájának köszönhetően már nem is annyira a közönség képviselői alkotják, hanem neves szerkesztők, újságírók.

Sokat dicsértük a még nem panaszbizottságként, és újságírók helyett a notabilitásokkal, ágazati emberekkel, civilekkel működtetett amerikai sajtótanácsot. Ám ez tényleg csak a történet leges legelejére jellemző.

Az ötlet (ahogy azt Mathews-Rivers Médiaetika könyvében is olvashatjuk Bagolyvár 1993) 1930-ban fogant, de megszervezése csak 1950-re sikeredett. Ekkor William Townes, egy kaliforniai kisváros kiadója létrehozta a „polgárok tanácsadó testületét”, melybe munkavállalói érdekeket, oktatási, nevelési, mezőgazdasági és vállalkozásokhoz értő szakembereket hívott. Nem ígérte, hogy a szerkesztési lehetőségeket átruházza, ígérte viszont, hogy kíváncsi lesz a véleményükre. Később meghívta a tanácsba lapja, a *Press Democrat* legélesebb kritikusrát, egy bírót, akit épp a tanács többi tagja tartott ettől kezdve vissza.

A következő előrelépésre 1967-ig kellett várni, mikor egy alapítvány (Mellett Fund for a Free and Responsible Press) hat tanácsot hozott létre. Vacsorákkal egybekötött kellemes összejövetelek lehettek ezek, amelyeken laikusként konkrét témákról épp úgy vitatkoztak, mint elméletibb kérdésekről (pl. szabadság és felelősség kérdése). Nagyon érdekes, ahogy ezeken az üléseken a kiadótulajdonost még távol próbálják tartani. A kiadó érdeklődése az esti beszélgetések iránt egyfelől kíváncsatos, hiszen azt üzeni, hogy van értelme a tevékenységnek, s nem pusztán egy gittegylet, másfelől azonban befolyásoló is, s ezért egy helyütt például olyan megoldást találtak, hogy a helyi lap kiadója csak az est második felében érkezzen, mellyel egyébként maga az érintett is egyetértett. Azt hiszem, a sajtótanácsoknak ez lehetett a demokratikus fénypontja, aztán egyre több helyen egyre inkább maguk a kiadók és szerkesztők kezdtek bennük dominálni.

1972-ben egy anyagilag izmosabb alapítvány, a Twentieth Century Fund brit mintára létrehozta az Amerikai Nemzeti Sajtótanácsot, s önkéntes felügyeletét kiterjesztve az egész országra. Elsősorban a beérkező panaszokat vizsgálta ki. Bármennyi kritika is érte az elején a média részéről ezt a szerveződést, a panaszokra adott

véleményüket, állásfoglalásaikat többnyire közreadták az érintett lapok és más médiumok is. 1984-ben szűnt meg, s amiről Mathews és Rivers könyvében már nem találhat információt az olvasó: 2005-ben három állam segítségével – legalábbis a három államra vonatkozóan – született újjá.

A történetből okulva láthatjuk, hogy egy sajtótanács létrehozása ha nem is kíván sok anyagi háttérrel, valamennyi intézményes szervezettséget azonban igen, így például egy agytröszt felkarolhat egy ilyen kezdeményezést. Az is természetes, hogy minden ilyen jellegű civil szerveződéssel szemben a sajtó gyanakvó, és csak akkor fogadja el, ha látja, nem ellenséges vele a szerveződés, ha úgy ítélheti meg, hogy a közönség érdeklődéssel fogadja, s a laikus kritikai hangütés minden naivitásával együtt is gazdaságilag hasznos, hiszen a közönség és a kiadó közti kapcsolatot erősíti. Ha ezt jobban meg tudja valósítani, mint pusztán az interneten a cikkek alatt található olvasói észrevételek, akkor befolyása is jelentősebb.

Azt is láthatjuk, hogy a sajtótanácsok a maguk önfejlődése során szívesen elmozdulnak a panaszbizottságok irányába, s hogy ez nem feltétlenül kívánatos. Szívesen elmozdulnak a laikusoktól a professzionális szerveződések felé, melyben a szerkesztők jelenléte kezd el dominálni, de ez sem feltétlenül kívánatos, amennyiben kimondatik, hogy a cél a közönség és a média közti kapcsolat erősítése. Természetesen a professzionális szerveződéseknek is megvan a létjogosultsága, és hasonlóképp bizalomfokozók, melyre a sajtónak ma is ugyanúgy mint mindig, életbevágó szüksége van.

Ajánlott irodalom

Általános információk az Amerikai Nemzeti Sajtótanácsról:

http://en.wikipedia.org/wiki/National_News_Council

Majtényi László ombudsmani tevékenysége a Magyar Hírlapban:

<http://www.emasa.hu/cikk.php?id=515>

Haraszti Miklós magyarra fordított jelentése az európai ombudsmani és sajtótanácsokról:

http://www.osce.org/publications/rfm/2008/04/30697_1117_hu.pdf

E cikk szerzőjének javaslata egy kisvárosi önkormányzati lap szerkesztőbizottságára:

http://www.elniveresegyhazon.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=1014:m

[ediajoev-veresegyhazon-bemutakoztak-a-mediumok&catid=1:latest-news&Itemid=50](http://www.elniveresegyhazon-bemutakoztak-a-mediumok&catid=1:latest-news&Itemid=50)