

Köszönet a Közgépnek

VISSZHANG - LVIII. évfolyam, 14. szám, 2014. április 4.

A két baloldali napilap megjelenését régóta nagyban segítik a Közgép rendszeresen közzétett hirdetései. Erről mintha nem illene beszélni – a finoman szólva is pikáns helyzetet szőrmentén kezeli a nyilvánosság. A jobboldal nem újságolja öles betűkkel a sajtószabadságért fáradozó és azt anyagilag is támogató Simicska-birodalom gesztusát, s az ellenzék is jobbnak látja, ha szemérmesen hallgat róla. Mindkettőnek van oka rá.

Isten őrizzen attól, hogy holmi keresztapái ajándékként kezelje valaki ezt a sajátos szponzorációt. Arra sem emlékeztetnék senkit, amikor bizonyos kétes egzisztenciák jelentős összegeket fizettek be különböző rendőrségi alapítványoknak, védnökséget vállaltak rendvédelmi bálók, rendezvények fölött, hogy azután ünnepélyesen átvehessék önkéntes rendőri passzusukat. Ugyanakkor nem ajánlanám, hogy bárki is azzal nyugtassa magát, hogy trágyában terem a legszebb dísznövény.

Nincs másról szó – szenvtelenül fogalmazva –, mint hogy mindenki teszi a dolgát. Az is, aki addig nem tette, s az is, aki még ezt is megteheti.

A rendszerváltás körüli időktől mostanáig nagy utat járt be a jobboldali sajtó, s a maga módján a balliberális is. Az egyik véres verítékkal, összebuherált pénzekkel és számos sikertelen vállalkozással próbált ellensúlyt teremteni – sokáig valóban eredménytelenül. A másik még akkor is erős maradt, amikor a közmédiaokat ügyetlen, de drasztikus intézkedésekkel próbálták „lakájosítani”. Kezdetben oly nagy volt a szolidaritás, hogy még a Civil Összefogás egyik motorja, Bencsik András is dühödten tiltakozott Aczél Endre híradó-főszerkesztő elmozdítása ellen. A *Magyar Nemzet* ügye, majd később Csúcs László rádió- és Nahlik Gábor tévébeli rombolása kicsapta a biztosítékot nemcsak a szakmában, de a közönség köreiben is. Akkoriban a vak hit még nem homályosította el annyira a tájékozódni akarást, a közöny vagy éppen az indulat nem lett úrrá a kíváncsiságon, s gyermekcipőben járt a bulvár, majd a kereskedelmi televíziózás. A politikai pártok természetesen hatni akartak a sajtóra, s egyik sem elégedett meg azzal, hogy csak bizonyos értékrendi, világnézeti orientáció nyújt számukra azonos platformot, de a szolgálat szolgálai értelmezése nem vált általánosan elfogadottá, pláne nem piaci szempontból sikeressé. A hírfogyasztók táborát a kritikai hang vonzotta, a sajtó presztízse erős volt, a hirdetőik reklámjaik elhelyezésekor természetesen hivatkozhattak a nézettség, az olvasottság adataira. A szocialisták jó okkal próbálták magukat távol tartani a kézi irányítástól, ami hol ment, hol nem (a legdurvább beavatkozás a kereskedelmi tévék frekvenciaelosztásánál történt) –, a szabad demokraták pedig valóban rendelkeztek szellemi hadállásokkal újságírói-riporter körökben, s fölényes mosollyal megelégedtek ennyivel. A médiatörvény közmédiát gúzsba kötő világa éles ellentétben volt az írott sajtóéval, amelynek stábjai nem készültek fel időben sem a kereskedelmi tévék, sem az internet nyilvánosságát átrajzoló berobbanására, abban meg végképp nem hittek, hogy a piac (mármint a hirdetési) egyszer csak nem piacként kezd működni. Közben újra és újra bebizonyosodott, hogy a nyilvánosság kisajátítása fontos, de nem elegendő eszköz a hatalom megtartásához – a balliberális elit ebbéli meggyőződésében odáig jutott, hogy a plurális társadalomban a tájékoztatás monopolizálásának automatikusan gátat szab a kereslet, amit elsősorban a hitelesség és a minőség befolyásol. A rossz termék eladhatatlan. Senki nem akart régimódi pártlapot, és senki sem akart eltartott lenni, mindenki a saját házában érezte védve magát – sokkal neccesebb (függetlenebb) kapcsolat alakult ki az akkoriban valóban nagyobb szeletet birtokló szociálliberális sajtó és a politika között, mint az anyagi és szakmai nehézségekkel küzdő médiacsapatoknál, amelyek létét már akkor sem tisztán piaci szempontok vezérelték. Itt némi nagyképp elégedettség, bizonyos autonómia, szakmai rivalizálás, ott düh, féltékenység, háborús összetartás. Az idősebbeknél a múlt néhány „nagy játékost” hamar leírt, a többi a helyét vagy új előljáróját kereste, kompenzált, esetleg új fejezetet nyitott, de előfordult, hogy az sem volt

más, mint kompenzálás. Ahogy mindenütt, úgy ezen a pályán is több volt a partizántörténet, mint a partizán. De eleinte még senkinek nem jutott eszébe, hogy a politikai pártok dolga mondjuk lapalapítás címén állami forrásokhoz nyúlni, valamiféle műpiaci viszonyokat előállítani, netán haveroktól meghatározott szívességekért pénzt szerezni azért, mert ha nem teszik, bezár a bazár. Felajánlások, grümdolások persze voltak, ahogy üzleti elvértések is – de kidolgozott, minden ízében felülről vezérelt szisztéma nem. A pártsajtó illetén feltámadására senki sem gondolt.

Holott voltak rá jelek. Az, hogy a politika igyekszik beskatulyázni a nyilvánosság fórumait, s velük a médiamunkásokat, többé-kevésbé természetes. Kár, hogy megbélyegző rohamaival a függetlenség szektorait is felszámolja, de sebaj – gondolta az ember –, mert a „fogyasztók” legelfogultabbjain kívül ezt senki sem veszi majd komolyan. Nem így történt. Lassacskán az olvasók, nézők, hallgatók körében is megszületett az igény az elfogultságra. Egyre kevésbé bánták, hogy az információ ismét keveredik az agitációval és a propagandával. Ezzel szorosan összefügg, hogy napjainkban odáig jutott az ország, hogy színhelyeket, eseményeket, de még egy zongoraművész játékát is „pártosítja”, ennek függvényében rajong érte vagy mereven elutasítja. Elképesztő, hogy két, egyébként kitűnő zenekarnak két különböző közönsége van, s ez a szünetekben látványosan konstatálható.

Birodalmak ritkán születnek úri szalonokban. A jobboldal politikusai és pénzcsinálói felismerték, hogy a nyilvánosságon belüli térfoglalást nem lehet tessék-lássék módon intézni, félve a reakcióktól, a durva pénzátcsoportosítások hullámaintól. A tömegbefolyás megszerzéséhez nem elég pusztán az internet terjedésében vagy az „ajtótól ajtóig” kampányokban bízni, mert a valóság áttételesen juttatott és közvetlen tapasztalata furcsa szimbiózisban van egymással, s a hitből fakadó illúziók, a meggyőződéshez való érzelmi ragaszkodás bizonyos mértékig képes törölni, átértékelni tényt, realitást, személyes élményt. A manipulálás csúcstechnológiája és kiterjesztése igenis járhat eredménnyel. A kommunikáció lefokozása tehát legalább akkora hiba, mint a fetisizálása – lépésről lépésre fel kell tehát állítani, működőképessé kell tenni azt a rendszert, amely a feladatot ellátja.

Miközben a baloldal médiaszigetei saját integritásukkal, majd mindinkább romló gazdasági mutatóikkal voltak elfoglalva, addig a jobboldal ledolgozta médiahátrányát, talált olyan befektetőket, akik nagyobb befolyást vagy kínáló üzleti lehetőségeket láttak a hálózat kialakításában, s erre hajlandók voltak pénzt áldozni. A konzervatív szellemi és anyagi holdudvar rendszerszerűen működött, mert rendszerszerűen működtették. Pedig az építkezés második szakasza 2000-ben hihetetlen és többek számára elképzelhetetlen lépéssel vette kezdetét: az *Új Magyarország* úgy olvadt a patinás *Magyar Nemzet*be, hogy az előbbi vált stílusban, szerkesztésben, munkatársi gárdában meghatározóvá. Sokan ezt máig nem heverték ki, de az elefánt a porcelánboltban hiába tört-zúzott, megcsinálta, amit akart. És mellé folyamatosan húzta fel az újabb és újabb politikáját szolgáló színtereket, amíg tehetett, némi állami pénzzel, majd a hálás vállalkozók támogatásával, de abban a biztos tudatban, hogy előbb-utóbb az egésztest képes lesz öfenntartóvá tenni. Erre szolgált a legkülönbözőbb hirdetési csatornák birtokbavétele, s ha kellett, azok a felsőbb politikai szférákban megkötött alkuk, amelyek egyre szemérmetlenebbül nyúltak bele a reklámpiacba, s kanalizálták először csak az állami hirdetéseket, majd szép sorban befolyásolni igyekeztek a többit is. Szomorú, hogy ebben a felosztásban tettestárs volt a baloldal. Az még szomorúbb, hogy politikusai azzal áltatták magukat – a piac deformálása nem fog rájuk visszaütni. A színfalak mögötti egyezkedésekkel vélték elintézettnek fórumaik sorsát, miközben jól tudták, hogy a gazdasági (hirdetési) törvényszerűségek arcucsapásában maguk is segédkeztek. Úgy lett piszkos a kezük, hogy folyóvíz sem maradt a közelükben, lásd a jobboldalnak átjátszott Class FM anyagi szárnyalását és az áttételesen szocialista érdekeltségű Neo FM csúfos bukását. Az ilyen jellegű, politikában megmártózott üzleteknél mindig veszélyt jelent, hogy a játékszabályok felrúgásával elvesz minden garancia, nincs bűn és nincs bűnhődés, hiszen minden részlet az, éppen ezért arra sincs szalonképes, tisztességes, politikailag értékelhető magyarázat, hogy egyáltalán mi, miért és hogyan történt.

Ha a sakktáblát felborítják, vagy a bábukat lelopják a tábláról, nem beszélhetünk játszmaról. Az ellenzék ebben a mostani kampányban szembesült először drámaian azzal, hogy nem vagy alig hallatszik a hangja,

a nyilvánosság perifériájára szorult. Kampányfelelősök, pártigazgatók most esnek kétségbe, szörnyülködnek azért, hogy nem építették ki saját médiabirodalmukat. Évekig nem vették észre, hogy ellenfeleik szisztematikusan zárják el a szabad sajtó anyagi és szellemi forrásvidékét, ehelyett hol gőgösen, hol sértődötten tarták szét karjukat – aki fizet, az rendeli a zenét. Ezt a lojalitást látják és irigylük a másik oldaltól. A szakma napszámosai pedig a konszolidált kenyérkereset lehetőségét. Óhatatlanul az a kényszerképzet lesz úrrá a közvéleményen, hogy tulajdonképpen tényleg az a hiba, mi több, az ősbűn, hogy míg a jobboldal kőkeményen, addig a baloldal ügyetlenül, manufakturális módszerekkel próbálta megszervezni saját sajtóját. Holott ez egy káros folyamat hamis percepciója, amely az elmúlt években fokozatosan szennyezte be, fokozta le és tette védtelenné a tömegtájékoztatás eszközeit, butította el vagy változtatta közömbössé emberek sokaságát. Nyilván mi magunk is többet tehettünk volna a pártok örvénylő vonzása, a személyes politikai ambíciók kiszolgálása ellen – leginkább az első médiatörvény születésének idején, hogy az a regnáló kurzustól függetlenül garantálja jobban a kiegyensúlyozottságot, az objektivitást, hogy ne lehessen hatalmi szóval szétroncsolni a közszolgálatot, majd a tömegtájékoztatás piaci szektorait is. Mára messze kerültünk attól a vágyott állapottól, hogy egyik oldal se törekedjen valamiféle médiaapai szerepre, amellyel, ha szükségét érzi, móresre tanítja a tulajdonost, szófogadásra int szerkesztőt, nota bene letilt vagy „elhelyez” másort, cikket. Léteznek lojális és ellenséges orgánumok, itt alákérdeneznek, oda nem adnak interjút. Ebben a gyomokkal teli közegben, a jobboldal médiafellegvárait bámulva tűnik praktikus megoldásnak egy másik kommunikációs pártárházlánc kiépítése, amelyre viszont se partner, se pénz – úgy látszik, marad a lassú enyészet.

Lehetnek réteglapok, rétegműsorok, sziszifuszi munkát fölemésztő leleplezések, de az biztos, hogy a tömegtájékoztatás elkorcsosult viszonyai nem fognak varázsütésre megváltozni. A zavaros megoldások újabb zavarokat szülnék. A médiaviszonyok megmerevedésével mintha tényleg újra a pártsajtó volna életképes, csak körmönfontabban táplálják, működtetik. Mára politika közeli kezekben van a legütőképesebb információs és hirdetési vertikum, amely egyszerre képes számillió hasznát bezsebelni és a regnáló hatalom kommunikációját hatásosan vezényelni, pártok spindoktoraival kalákában, tégláról téglára „híreket” építeni. Bőkezű megrendelések futnak be baráti hirdetési ügynökségekhez, amelyek gondosan osztják szét a keretet hozzájuk közel álló médiumoknak, kiéheztetve a többi. Ha ez sem elég, belengetik a reklámadó ötletét, majd sajtójukon keresztül, kreált információval megfenyegetnek komoly, külföldi kiadóvállalatot, hogy annak vezetője összeesküvést szervez ellenük. Nem csoda, ha több médiavállalat kivonult vagy kivonulóban van Magyarországról, mint ahogy az sem, hogy az új vevők zöme egy jól meghatározható körből kerül ki. Ugyanakkor néhány partra vetett, ellenzékhez sorolható fórum állandó finanszírozási problémákkal küzd, munkatársai feje fölött homályos alkuk kötöttek, vagy újabb és újabb pénzgyűjtési akciókat kell levezényelniük a hálás publikum támogatásáért esedezve. A stábok kiszolgáltatottak, csalódottak, keserűek, hiszen elhelyezkedési lehetőségeik finoman szólva korlátozottak – már a szót se nagyon értik, hogy mi az a szolidaritás.

Ebbe a környezetbe helyezzük el hát ismét a mondatot: a két baloldali napilap megjelenését régóta nagyban segítik a Közgép rendszeresen közzétett hirdetéseit. Nem tudom eldönteni, hogy ördögi vagy zseniális az ötlet, de régóta szokás imponálónak nevezni az ilyet és ehhez hasonlókat. Úgy látszik, a politikához némi vásottság is dukál, amelyet a magyar köznyelv ügyességnek nevez. És ez tényleg ügyes. Mentőöv és csapda egyszerre.

Alapvető ismérv, hogy a reklám a jó ízlés határain belül nem utasítható vissza és nem keverendő össze az újság cikkeivel. Ínséges időkben pedig különösen nem utasítható vissza, miért is kéne? Ráadásul, ha valamelyik fafejű szerkesztő ezt tenné, azonnal érkezhethetne a válasz – köszönet helyett panaszok, pöröltök, hogy a hatalom elállja felétek a hirdetéseik útját, hát itt az élő cáfolat! Ugyanakkor az ellenzéknek meglehetősen kínos a dolog, téma néhány elnökségi ülésen, legszívesebben letiltanák, de hogyan, s főleg, mit adnak-adhatnának helyette?

Az olvasó tisztában van a szabállyal, hogy ne olvasson össze címeket, meg hogy a reklám az reklám, de mégis furcsállja, hogy unos-untalan beleütközik annak a cégnek a hirdetéseibe, amely a kormányzati

hatalom zászlóshajója, és alig van közbeszerzés, amit ne nyerne meg. Bevétele, nyeresége akkor is meredeken nőtt, amikor a gazdaság recesszióban volt, egyik tulajdonosa a Fidesz emblematis h tt rembere.

Lehetett volna persze mást is reklámozni. Nem ennyire  rulkod t. Neutr lisabbat. Amelyikben nem több éve átadott, hirdetni totál felesleges létesítményeket – hidat, alul- és felüljárót – ajánlanak f l oldalakon az olvasó figyelmébe. Hanem mondjuk azt, hogy lott zzon. Mert ugye ez  z rt  gy fel r egy üzenettel. Dupla- vagy triplafenek vel. Rengeteg mindent bele lehet magy r zni, m g azt is, ami nincs benne. Amit csak sugall. Ami ellen m g védekezni is kínos. Aki kitalálta, pontosan ezt akarta.  s ami még ennél is kínosabb, hogy ilyenkor, választások közeledtével néhány szerencsétlen skribler talán még maga előtt is szégyenkezve abban reménykedik, hogy marad a reklám, marad a hirdet .