

Tamás Pál

SÓ ÉS CUKOR¹

Válság és kitörési pontok a közmédiában

Amióta a 90-es években vitatkozni kezdtünk a közszolgálatról, azóta az válságban van. Vannak, akik nagybetegnek látják s boldogok, ha állapota nem romlik tovább. - Nézzetek, felállt s tegnap már sétált néhány percet a kertben - lelkesednek az ágyinak esett rokonai. Mások már az örökségre lesnek, de tudják, ha nagyon csillog a szemük, nem kapnak majd belőle. Azonban már megtanultak várni. Látok olyanokat is, akik sikereket érzékelnek és bizakodnak. Realisták, vagy délibábpártiak, de mindenesetre valahol hallották, állítólag van [valamilyen] élet a halál után.

HELYI OSTOBASÁG, VAGY EURÓPAI TREND?

Igazán a magunk számára sem döntöttük meg el, a magyar közmédia vergődése mennyire a saját 90-es évekbeli ostobaságainkból és mennyire általános, egész Európában megélt trendekből, mozgási lehetőségekből és korlátokból következik. Sokan hiszik, hogy ha a politikai elit nem esik olyan könnyen egymásnak s közben egy kicsit még magában is bízik, valahogy meg lehetett volna őrizni, sőt valahogy át lehetett volna nyugodtabb időnkig épebben vezetni a magyar közmédiát. Ismét mások – legalább is egy pillanatra, s különösen a kezdeteknél a kereskedelmi médiát a „szólásszabadsággal” azonosították. Itthon is, de külföldön különösen. Mint a Freedom House, amikor a magyar médiavilágot a 90-es években mindaddig „félszabadnak” minősítette, amíg a színen a kereskedelmi csatornák meg nem jelentek. Amikor kiadtak a licenceket, azonnal „teljesen szabadok” lettünk. S a kereskedelmi csatornák meg hozták az abban a pillanatban Európában kint elérhető technológiát, programozási készségeket, működési filozófiát. Bennünket meg nem az érdekelt, hogyan készíthetnénk fel a saját nemzeti adóinkat a versenyre, hanem kizárólag, hogy ki hogyan ellenőrzi őket politikailag. S közben persze harcra-foghatóságukat rendesen romboltuk. Nézői, hallgatói piacaik ilyen mértékű összeomlása, vagy helyenként csak -szorulása talán elsősorban ebből következett.

Mindettől nagyjából függetlenül az európai közmédia alapszerkezeti válsága aligha vitatható. E válság finansziális, politikai, kulturális és technológiai is. S ez a krízis természetesen észlelhető nálunk is. A pénzügy válság lényege, hogy a közmédia - legalább is abban a formájában, ahogy Nyugat-Európában az 50-60-as évekre összecementeződött, a jóléti állam, annak tájékoztatási, továbbképzési, a társadalomszerkezetet alakító szolgáltatásainak igen fontos része. Ennek az államnak a társadalmon belüli láthatóságát meghatározó módon biztosító intézmény. De a jóléti állam azóta maga is elbizonytalanodott. Ha nincs is annyira visszavonulóban, mint ahogyan azt mi itthon látni szeretnénk, forráshiánya vitathatatlan, s ahol vannak szolgáltatók, akik azt ígérik, szerepeiből valamit átvesznek, szívesen hisz nekik. A jóléti állami függőséget komolyan aligha befolyásolja, hogy a legtöbb európai megoldásnál a támogatás nagy része előfizetési díjakon keresztül érkezik. Hiszen itt mégiscsak visszavonulóban parlamentárisan egyeztetett különleges adóról van szó.

A politikai válság lényege kettős. Egyrészt megváltozott a politikai nyilvánosság szerkezete. A nemzetállami szintről számos döntés az európaire került, másokat a régiókba, tartományokba. A nagy közmédia közben alapvetően maradt a nemzetállam szócsöve. Másrészt sok alapkérdésben lényegében megszűnt az európai elitek konszenzualitása. A közmédia kiegyensúlyozottsága nem a só és a cukor valamilyen

¹ A Magyar Rádió Közalapítvány 2008. január 14.-i budapesti műhelybeszélgetésen elhangzott vitaindító továbbfejlesztett szövege.

elegyét jelenti, hanem, hogy vannak értékek, társadalomszervezési elvek, jövőképek, amelyekben az elitek - ha vannak is természetesen vitapontok közöttük - meg tudnak egyezni. Van közös hangszín és hangmagasság. Ez nem volt mindig így, a harmincas évek európai elitjeiben ilyesmi még szinte ismeretlen volt. De a háború sokkja legalább húsz évig működött a 40-es évek végén, az 50-es években Nyugat-Európában. Megerősödtek – Higley kifejezésével- a konszenzuális elitek. A poszthidegháborús világban ez az egység a nyugati oldalon is hamar oldódni kezdett. Nálunk meg igazán a parlamenti rendszer, a piac és az európai tagságok általános elfogadottságán túl 89 után létre sem jött. Ezeken túl azóta sincs megegyezés, amelyet a közmédiának a még azt fel nem ismerők számára közvetítenie kellene. Így azután hiányzik az alaptartalom. Helyette ad hoc fűszerezési receptek bonyolult rendszere jelenik meg, mint közérdek és közakarat. S mert ami ebből kijön sem nem sós, sem nem édes, igazán egyik politikai oldalnak sem tetszik. S nem is vállalja fel.

A kulturális szerkezeti válság a bennünket érdeklő metszetekben mindenekelőtt a társadalmi integrációs kötések meglazulásában érzékelhető. Ha egy társadalom hallgatólagosan már elfogadja, hogy sokakról nem is kell igazán gondoskodnia, hiszen azok nem a „mieink”, akkor miért kell jó színvonalon olyan közmédiát üzemeltetni, ami nekik is szól? Vagy, ha mégis, multikulti, vagy oktatási programokon kívül integrálni akarja őket is, tulajdonképpen magára lehet hagyni. Végül létezik egy technológiai válság, amely a digitalizálás megjelenésével nem csak egyszerűen lehetőség, hanem számos eddigi pozíciót felszámolva, elmoshat sok mindent, amivel azért az európai közmédia azért még az utolsó években rendelkezett. De erről talán már eddig itthon is sok szó esett.

ELFOGADTATÁS

Mindeközben, míg a közszolgálatok közkézen forgó meghatározásai alig változtak, két pont azért nyilvánvalóbbá vált. Egyrészt, hogy meg lehet, sőt meg kell a közszolgálatok hatékonysági mérőszámait találni. Ha nem sikerül az egyébként nemes alapító szövegek mögött összemérhető konkrétumokat felmutatni, aligha lehet újabb állami pénzekre aspirálni. Másrészt, elvben eddig is tudta mindenki, hogy köztartalmakért csak a közönség egy kisebb része [esetenként csak igen kevesen] nézi/hallgatja e csatornákat. Hogy a médiafogyasztót könnyen szórakoztató tartalmakkal lehet megszerezni. Ez persze így volt akkor is, amikor a nagy közcsatornák uralták Európát. De akkor a szórakozás ízlésvilágát nagyjából ők határozták meg. S bár akkor is voltak finom értelmiségiek, akiknek a kínált kulturális csomagok vulgárisnak tűntek, valamilyen kompromisszumok azért megkötöttek. Miután azonban megjelentek a versenytársak, ezek hamar elolvadtak. Ők pénzt akartak csinálni, s tulajdonképpen már szépen csinálnak is. S mindehhez a közmédiában eddig alig alkalmazott tömegkulturális formákat használnak. A nagy közcsatornák pedig utánozzák őket. De az új szórakoztató programokhoz már nem illeszthetőek a korábbi közszolgálati műfajok.

A közszolgálatok mérésénél az igazoló jelentések gyártásánál ismét a BBC a nemzetközi piacvezető. Ők a közjavak gazdaságtanában, és menedzsmentjében tőlük függetlenül fejlesztett technikákat használnak. 2009-ig egy erre kifejlesztett közérték [publicvalue] mérési technikával tesztelik a BBC egyes csatornáit, platformjait. S az angol technikát már próbálgatja magán a német ARD is. Feltehetően mi sem úszhatunk meg majd valami ezekre hasonlító vizsgáztatást.

DILEMMÁK

Ezt követően három további dilemma vetődik fel. A tartalom és/vagy intézmény problémája. A közönség aktivizálásának lehetőségei és határai. Valamint az elveszett piacok [legalább részleges] visszaszerzésének kérdése.

Az elsőről. A tartalom/intézmény dilemma részben finanszírozási, részben nyersen politikai kérdés. Könnyen belátható, hogy ha közszolgálati tartalmakat akarok egy közönséghez eljuttatni, azt megtehetem nem közszolgálati csatornákon keresztül is. Különösen, ha azokat már sokan nézik, hallgatják. S az már ebből a szempontból másodlagos, hogy a közszolgálati funkciójú műsorokat magam gyártom le, s azután fizetek forgalmazásukért, vagy a gyártást pályázatokon keresztül kihelyezem. A rádiózásban, ha jól látom, e technika nálunk is jól működik. A kereskedelmi alapon működő hír/háttér formátumú adók a nagyvárosi piacokon - ha szponzorálással is, de sikeresek. A kábel versenyszektorban megjelentek - sokszor minimálisra szorított költségekkel, ismeretterjesztő, kulturális, vagy más tematikus csatornák. Ezek valószínűleg az „értelmiségi televíziózás” funkcióját már nagyobb részben át is vállalták. A nemzetközi non-profit dokumentumfilm-gyártás, a kulturális ipar promóciós forrásai és a külföldi kereszttulajdonlás itt bizonyára fontos forrásokat jelentenek és sok terhet le is vesznek a közszolgálati tartalmakat terjesztők válláról. Mindez azonban nem működik a tartalmak terjesztését vállaló nagy kereskedelmi csatornáknál. Az ORTT alakulását követően, emlékszem, szakértőként magam is találkoztam olyan esetekkel, amikor kötelező közpenzumként valamelyik nagy kereskedelmi csatorna a koraéjszakai erotikus filmet nevelési kötelezettsége részeként akarta elszámolni.

A csatornák számának növekedését sehogy sem követheti az azokon mutatható tartalmak előállítására fordított intellektuális/kreatív források növekedése. Így azután egyre több tartalmat egyre több helyen és formában kell ismételtten, esetenként némileg más kiszerelesben bemutatni. A tartalom- és intézményfinanszírozásnak valahogyan, már csak ezért is, szét kell válnia. De mennyire kell eközben a közmédiák szervezetkénti támogatását visszafogni? A radikálisok azt hiszik, hogy nagyon. A közmédiák vezetői meg nem ebben lennének érdekeltek. Meghatározónak itt azonban a pártpolitikusok érdekei tűnnek. Ők, pedig, joggal hiszik, hogy az intézmények ellenőrzése a diffúz műsorpiacokénál könnyebb. Következésképpen, ha nem szeretnék a médiairányításban maradék befolyásukat is elveszíteni - s a nélkül támogatásukra a forrásbiztosításánál hiába számítanánk - meg kell őrizni valamilyen komplex gyártó-műsorszolgáltató intézményi szerkezeteket. Amelyeket ők majd felügyelni, számon kérni, de táplálni is tudnak. Ezeket nevezzük majd a továbbiakban nemzeti intézményeknek. S persze közszolgálati tartalmakat ezeken kívül is tudni kell megrendelni, kivitelezni.

A másodikról. A közönség aktivizálása. A hagyományos média érzelmileg feltöltött, megokosított, az azonos tartalmak fogyasztásán keresztül közösséget teremtett. Vagy mégsem. De a néző/hallgató közben passzív maradt. Azután megjelentek a szavazós, betelefonálós műsorok. Egy ilyen környezetvédelmi műsorban a közrádiónál évekkel ezelőtt egy néni nekem adta a fikuszát. Az már nála nem fért be a lakásba. S azt hitte, aki így beszél a környezetről, tovább fogja locsolni, ápolni. Persze, meghatódtam. De az igazi cél nem az, hogy a közönség maga [is] csinálja a műsort, hanem hogy a műsor hatására esetleg tenni akarjon valamit a világgal. A valóban közösségi rádiózás, televíziózás, hálózatépítés - megragadható, áttekinthető csoportokban, színtereken – a közmédiák számára is fontosabbá válik nálunk is.

Végül a harmadikról. Vannak, akik azt remélik, hogy a digitalizálás alapvetően újrendezi a közönséget. S akkor megint mindenki a nulláról újra indul. S így a közmédia 90-es évekből következő korlátok is nagyobb részben elolvadnak. De azért én ebben nem nagyon hiszek. Az analóg média minden játékos a készül az új

fordulóra. S aki most nagyobb, erősebb, az többet is fordít majd arra, hogy a rajtnál konvertálhassa, amivel most rendelkeznek. A duális, vagyis a köz/kereskedelmi rendszer kialakulását követően itthon a közmédia, különösen e televízió közönsége - egyes műsorok, műsorsávok kivételével Európában meglehetősen unikális mértékben eltűnt. Javítani persze, lehet a helyzeten, de megfordítani az arányokat, azt hiszem, már nem tudjuk. Ebből következik a közmédia jövőbeli játéktere is. Vagy inkább, hogy felelősségteljesen mit ígérhet, s mit nem.

ELÁGAZÁSI PONTOK

Közben azért láthatóak a stratégiák elágazási pontjai. Nyilvánvalóan egyik sem életképes majd tiszta megoldásként. Kérdés, hogy a magyar politikai osztály, a médialobbisták és a szakértők ezekből milyen elegyeket valószínűsítene?

Technológia utópizmus. Itt a digitális Új Világ, s úgyis mindent másként kell csinálni. Meneküljünk előre. A technológia majd [majdnem] mindent megold. Kelet-Közép-Európa egy ideig más területeken is hajlott a technikai utópizmusra. Mint annyi lemaradt, de vészesen nem elmaradott társadalom, hitt a technológiák meghatározó erejében. Mi elvben mindent tudnánk, s ha rendelkezésre állna a korszerű eszköztár, jelenlegi problémáink is megoldódnának. E hit máshol, ahol már kipróbálhattuk, alapvetően tévesnek bizonyult. De ebből nem következik, hogy a technológiai korszakváltásoknál nem lehet osztályzatokat javítani. Egyébként Európában sokfelé már a 90-es évek végén, amikor a földi terjesztésű digitális tévéhálózatok még csak tervek voltak, a közmédiák már beindították a maguk digitális csatornáit, hogy amikor a terjesztés megbízhatóan megoldódik, ők már mintákat kínálhassanak. Majd eldől, hogy az előbb indulás mekkora helyzeti előnyt jelent? Mindenesetre, ha most a technológiaváltásnál a magyar közmédiába nem ruházunk be legalább annyit, hogy eddigi szerény részesedését a digitális nézői/hallgatói piacon meg tudja őrizni, eddigi pozíciója is veszélybe kerülhet.

Médiapolitikai műemlékvédelem- rombiztosítás. Az utolsó tizenöt év viharában a közmédiák nagyszerű építményei vissza nem fordíthatóan pusztultak. De egyes részeik viharállóbbnak, mások kevésbé annak tűntek. Tehát az együtteseknek vannak ma is ép, vagy lényegében könnyen lakhatóvá tett részei. S léteznek különböző okokból - szerkezetiéből és véletlenekből - elpusztult, funkcióképtelenné vált emeletei, szárnyai. E program konzerválná a még működőképes részeket. S hagyja romokban, vagy bontaná a többit. A műemlékvédő végül is beszerelmesedik a saját romjaiba. S még funkciókat is kitalál neki. Amelyek persze, az eredeti épületek egykori tervezőinek nem jutottak volna az eszébe.

Fegyverletétel szabad elvonulással. Ez sem akarja felszámolni a közmédiumokat. De a kereskedelmieket kész hosszabttávra is pontoszós győzteseknek kihirdetni, ha azok a megmaradt közcsatornákat élni hagyják. Azok, ha kell, lemondanak reklámtorta szeletükről. Megígérik, hogy a nagyokkal illedelmesek lesznek. Adhatnak oktatási, vallási, „magaskulturális” és értelmiségi vitaműsorokat. Csak az országos közönséget hagyják békében. S akkor még dicsérik is őket.

Végül, a hibridmédia. Amely keverék a műsorok technikai kiszérelését és vegyes a műsorkészítés formáit illetően. Keverék abban az értelemben is, hogy a műsört különböző platformokon, közegeken, hordozókon keresztül ajánlja. A rádióműsört így sugározza, konzervben az Interneten keresztül kínálja, a fontosabb szövegeket ugyanott leírva is közzéteszi. Elérhető adatbázisokon keresztül és különféle mobil rendszerekben. Azt még nem tudjuk, e közegek miként hatnak majd a műsorkészítésre. De hogy azon nyomot hagynak, biztos.

Most itthon is elindult valamilyen ötpárti eszmecsere a közmédiáról és általában a médiaszabályozásról. A bonyolult politikai helyzetben – ha ez egyáltalán lehetséges

lesz - bizonyára csak néhány pontban sikerül majd az álláspontokat egymáshoz közelíteni. Ez a mozgás önmagában is nagyszerű, de szükségszerűen nem terjed majd ki a közmédia-politika egészére. S közben azt ne higgyük, ha véletlenül sikerülne is most néhány ponton pártközi egységre jutni, a médiapolitikát hosszabb időre „tisztába tettük”.