

PÁRHUZAMOS VALÓSÁGOK

AZ ALKOTMÁNYBÍRÓSÁG NYILVÁNOSSÁG- ÉS MÉDIAKÉPE
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI EREDMÉNYEK TÜKRÉBEN

A médiával kapcsolatos szabályozói döntések, legyenek azok a jogalkotó, az alkotmánybíróság vagy akár a hatóságok és a bíróságok döntései, minden esetben magukban foglalnak a média működésével, funkcióival, hatásaival, műszaki és gazdasági környezetével kapcsolatos állásfoglalásokat. Ezek egy része kifejezetten visszaköszön a döntés eredményeként megszülető jogszabályban vagy határozatban, más részük közvetett módon befolyásolja a döntéshozatalt. Az ugyanakkor minden esetben megállapítható, hogy a média felelősségével, mozgásterével, korlátaival kapcsolatos döntések nem függetlenek a döntéshozó médiával kapcsolatos beállítódásától, ismereteitől, elképzeléseitől. Kevés olyan jogterület van, amely ennyire nyilvánvalóan indokolja az interdiszciplináris megközelítést, a médiatudományi, közgazdasági, műszaki, szociológiai, politológiai ismeretek figyelembe vételét. A szabályozói döntésekkel kapcsolatos tapasztalatok mégis azt a meggyőződést erősítik, hogy a döntés-előkészítés alig támaszkodik a nem jogi ismeretekre, a médiaszabályozást a döntéshozók alapvetően jogi problémaként kezelik, a nem jogi ismereteknek legfeljebb meglehetősen felületes, leegyszerűsítő formában van esélyük befolyásolni a döntéshozatalt.

Az Alkotmánybíróság 165/2011. (XII. 20.) AB számú határozata, amely a 2010-ben elfogadott médiatörvények egyes rendelkezéseinek alkotmányosságát vizsgálta,¹ nemcsak összefoglalta, hanem tovább is gondolta azt a média- és nyilvánosságképet, amelyre a médiaszabályozás alkotmányos kereteit 1992 óta felépítette. E tanulmány célja, hogy az Alkotmánybíróság média- és nyilvánosságképét a kapcsolódó médiatudományi eredmények kontextusában helyezze el.

AZ ALKOTMÁNYBÍRÓSÁG NYILVÁNOSSÁG- ÉS MÉDIAKÉPE

A demokratikus közvélemény

A magyar Alkotmánybíróságnak a médiáról és a nyilvánosságról alkotott képét 1992 óta a „demokratikus közvélemény” víziója határozza meg. Az először a 30/1992. (V. 26.) AB határozatban megjelenő

kifejezésre a későbbi gyakorlatban valamivel több mint tíz határozat, köztük a mediaszabályozás alkotmányos kereteivel foglalkozó legutóbbi határozat hivatkozik, az Alaptörvény pedig a vélemény- és sajtószabadságról szóló IX. cikkben már normaszöveggént említi.²

E média- és nyilvánosságkép a véleménysszabadság objektív, intézményi oldalából indul ki, amely szerint „a véleménysszabadság egyszerre szolgálja az egyéni autonómia kiteljesedését és a közösség oldaláról a demokratikus közvélemény megteremtésének, fenntartásának a lehetőségét”.³ A nyilvánosság nem csak az a tér, amelyben az álláspontok elhangozhatnak, az információk felszínre kerülhetnek, hanem ennél több, a közösség fóruma, amely szorosan kapcsolódik e közösség demokratikus működési módjához, nyilvános véleményformáláshoz és akaratképzéséhez.

Az alkotmánybírósági gyakorlat a demokratikus közvélemény tartalmára, megvalósulásának feltételeire igen szűkszavúan utal. Az Alkotmánybíróság határozatai alapján annyi állapítható meg, hogy a közvélemény akkor demokratikus, ha „teljeskörű és tárgyilagos” tájékoztatás, illetve „teljeskörű, kiegyensúlyozott arányú és valóságghű” tájékoztatás alapján jön létre.⁴ Ennek jelentősége az, hogy „[a] sokszínű nézetek jelenléte a plurális, demokratikus társadalom lényege. A változatos hangok lehetőségét nyújtanak az autonóm egyén számára a választásra, az egymással versengő érvek felvonultatása pedig hozzájárul a felmerülő társadalmi probléma mielőbbi megoldásához.”⁵ Így végső soron a demokratikus közvélemény teszi lehetővé „az egyén megalapozott részvételét a társadalmi és politikai folyamatokban”.⁶

A nyilvánosság tehát a tájékozódás tere, amely képes és köteles hiteles képet adni az objektívnek feltételezett valóságról. Az „egyén” inkább e nyilvánosság befogadójaként, nem pedig aktív alakítójaként jelenik meg, ugyanakkor olyan befogadóként, akitől elvárt az információk kritikus értékelése, és aki képes önálló álláspontot kialakítani. A nyilvánosságkép összekapcsolódik egy olyan demokráciafelfogással is, amelyben a döntési alternatívákat, a döntéshez szükséghez információkat az egyes álláspontok kijelölt képviselői jelenítik meg, de amelyben a döntések minden esetben a különböző állásponto-

kat ütköztető, érvelő, racionális vita, méghozzá a lehető legszélesebb közönség előtt nyitott vita folyamatában születnek meg. E nyilvánosság akkor tekinthető sikeresnek, ha nyílt és racionális vitában konszenzusos döntéshez vezet.

A 30/1992. (V. 26.) AB határozat a közvéleményre „alapvető politikai intézményként” hivatkozik. Ebből olyan értelmezés következik, amely a demokratikus közvéleményt a politikai jellegű kommunikációra vonatkozó alkotmányos mércéként határozza meg. A nyilvánosság tehát a közügyek intézésének színtere, alkotmányjogi szempontból legalábbis annyiban releváns, amennyiben a demokratikus véleményformálás és akaratképzés fórumaként működik. Ebből ugyan nem következik, hogy a nyilvánosságnak nem is lehetnek más színterei és funkciói, ezek azonban kívül maradnak az alkotmányjogi vizsgálódás körén.

Ugyanakkor a politikai intézményként működő és az egyéb célokat szolgáló, kulturális vagy éppen hétköznapi nyilvános terek határai biztosan nem mereven rögzítettek és nem átjárhatatlanok; utóbbiak figyelmen kívül hagyásával nem érthetjük meg az előbbiben zajló folyamatokat, adott esetben kudarcokat sem. A politikai intézményként működő nyilvánosságról nem kaphatunk teljes képet, ha a nyilvános kommunikáció nagy részét kihagyjuk a nyilvánosság meghatározásából. A nyilvános színtereket megtöltő, a közönség tényleges médiafogyasztásában megjelenő tartalmak figyelmen kívül hagyásával a nyilvánosságnak a valóságban alig létező, nyilvános kommunikáció és a médiafogyasztás szűk körét leíró, nagyrészt hipotetikus konstrukcióját kapjuk.

Ennek felismerése látható a 165/2011. (XII. 20.) AB határozatban: „A 20. század végére a »sajtó« működési területét jelentő politikai nyilvánosság fogalma átalakult –, széles körben elfogadott nézetek szerint – megjelent a fogyasztói kultúra depolitizált nyilvánossága, amely elveszteni látszik élő kapcsolatát a közélettel, a politikával, a politikai hatalom gyakorlásával.”⁷ Ezzel párhuzamosan „az egyén fogyasztóvá, szerencsés esetben interaktív fogyasztóvá vált”. A nyilvánosság fogalmának ilyen bővítése akkor is fontos változás az alapjogi gyakorlatban, ha az Alkotmánybíróság ebből egyébként a médiaszabályozással kapcsolatos következtetéseket alig vont le.

A média alkotmányos szerepe

A demokratikus közvélemény jelöli ki a média alkotmányos szerepét. A sajtószabadság „a véleménynyilvánítás alkotmányos alapjogát szolgálja”, azzal, hogy „felerősíti az egyéni véleménynyilvánítás hatását, és támogatja a demokratikus közvélemény közérdekű ügyekről való tájékoztatását, a közérdekű ügyekkel kap-

csolatos véleményformálást”.⁸ A média e „szolgáló funkciót”⁹ általa teljesítheti, hogy „a véleménynyilvánításhoz szükséges információszerzésnek, a véleménynyilvánításnak és véleményformálásnak kitüntetett fontosságú eszköze”; „nemcsak a szabad véleménynyilvánítás eszköze, hanem a tájékoztatásé is, azaz alapvető szerepe van a véleményalkotás feltételét képező tájékozódásban”.¹⁰ Ez egyúttal azt is jelenti, hogy alapvető – bár korántsem kizárólagos – szerepe van a demokratikus közvélemény kialakításában és működtetésében, ezen keresztül pedig „[a] szabad sajtó működése és a demokrácia egymást feltételező fogalmak”.¹¹

A sajtószabadságot vizsgáló legújabb határozatában az Alkotmánybíróság úgy fogalmaz, hogy „a sajtószabadság jogának gyakorlása révén az alapjog jogosultja aktív alakítója a demokratikus közvéleménynek. A sajtó ezen minőségében ellenőrzi a közélet szereplőinek, intézményeinek tevékenységét, a döntéshozatal folyamatát, tájékoztatja arról a politikai közösséget, a demokratikus nyilvánosságot (a »házőrő kutya« szerepe).” A sajtó funkciója, hogy „köz hatalom birtoklása nélkül gyakorolja »nyilvánosságkontrollt« az állami szervek működése felett, és jelezze a nyilvánosság számára a demokratikus működés zavarait, torzulásait”, és ezen túlmenően segítse elő „az egyéni véleményalkotáshoz elengedhetetlen közlések, a közérdekű információk teljeségének nyilvánosságra [kerülését], a »hivatalos helyes állásponton« alapuló monopolisztikus »közvélekedés« kialakulásának [elkerülését]”.¹² Mindezek alapján megállapítható, hogy „a közéleti kérdésekre adekvát választ adni” kívánó polgár számára „a döntési helyzet kialakításában [...] a szabad sajtó kulcsszerepet játszik”.¹³

A média ezek alapján a fenti nyilvánosságkép alárendeltje. A kitüntetett alkotmányjogi figyelem elsősorban azért illeti, mert a tájékozódás, illetve a nyilvános demokratikus véleményformálás és akaratképzés fóruma, és inkább csak erre tekintettel van jelentősége annak, hogy egyúttal a véleménynyilvánításnak is fontos eszköze. Ahogy a demokratikus közvélemény sem tagadja a nyilvánosság nem politikai színtereit és funkcióit, úgy ez a médiakép sem rekeszti ki a nem politikai médiatartalmakat. Ebben az esetben is szükség van a médiarendszer és a médiakínálat egészének figyelembe vételére. A politikai és nem politikai tartalmak közti elhatárolás, különös tekintettel az egyes médiatartalmak véleményformálásban betöltött szerepére, egyáltalán nem egyértelmű; a közéleti tájékoztatástól való távolmaradás is alakítja a demokratikus közvéleményt; a nem politikai álláspontok és értékrendek is visszahathatnak a politikai döntésekre. Különösen fontos kérdés ez akkor, amikor a médiumok jelentős része – sőt túlnyomó többsége, köztük a legnagyobb elérésű médiumok – legfeljebb közvetett módon vesz részt a média

alkotmányos funkcióinak megvalósításában. A sajtószabadság a médiarendszer egészére akkor terjed ki, ha elfogadjuk, hogy a médiarendszer működésének alkotmányos céljait a nem közéleti médiatartalmak is befolyásolják.¹⁴

A demokratikus közvélemény a sajtószabadság tükrében nem más, mint a médiarendszer működésétől elvárt teljesítmény, és egyúttal az a mérce, amely meghatározza a médiarendszer működésébe való állami beavatkozás irányát és mértékét. A média szabályozására vonatkozóan ebből az következik, hogy az Alkotmánybíróság a véleményszabadság értelmezésekor „a véleményalkotáshoz nélkülözhetetlen tájékozódáshoz való jogot érvényesíti is a sajtószabadság [...] korlátjaként, de csupán az elkerülhetetlen mértékben”.¹⁵

Az „elkerülhetetlen mérték” értelmezését segíti a véleményszabadsággal kapcsolatos legfontosabb – bár nem következetesen érvényesített – alkotmánybíróági megállapítás, amely szerint a véleményszabadság a véleménynyilvánítást „annak érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül védi”.¹⁶ Ebből ugyanis az következik, hogy a demokratikus közvélemény sem lehet pusztán az értékes vagy helyes álláspontok összegződése. A nyilvános diskurzusban „helye van minden véleménynek, jónak és károsnak, kellemesnek és sértőnek egyaránt – különösen azért, mert maga a vélemény minősítése is e folyamat terméke”.¹⁷ A közvélemény demokratikus jellege így nem abból ered, hogy az abban megjelenő álláspontok feltétlenül követik „a demokrácia intézményes, alapvető jogokhoz kapcsolódó alapértékeit”,¹⁸ és nem kérdőjelezzik meg a demokratikus működési módot, hanem éppen abból a nyitottságból, amely teret enged az alapértékeket megkérdőjelező közléseknek is, és lehetővé teszi az azokkal szembeni érvelést. Az, aki „a magyar nemzetet, valamely nemzetiséget, népet, felekezetet vagy fajt sértő vagy lealacsonyító kifejezést használ, vagy más ilyen cselekményt követ el”,¹⁹ nyilvánvalóan tagadja a demokrácia alapértékeit, a toleranciát és az egyenlőséget, de az egyelőre felül nem vizsgált alkotmánybíróági gyakorlat szerint közlése mégsem korlátozható.

Ebből következően a demokratikus közvélemény a véleményszabadságnak kizárólag olyan korlátozását teszi szükségessé, ami az összes releváns információ és álláspont nyilvánosságra kerüléséhez szükséges. A magyar alkotmánybíróág végső soron a demokratikus közvélemény fogalmán keresztül

értelmezi a plurális médiarendszer kialakításának – a külföldi és nemzetközi alapjogi bíraskodásban széles körben ismert – állami kötelezettségét.²⁰ A demokratikus nyilvánosság ezen túlmenően nem jelent minőségi elvárást a társadalmi nyilvánossággal szemben, és ha a jogalkotó e nyilvánosságból bizonyos közléseket – más alapjogok vagy alkotmányos értékek védelmében – ki akar szorítani, akkor ahhoz más alkotmányos alapot kell találnia.

Ezzel éppen ellentétes értelmezés is kiolvasható azonban a 165/2011. (XII. 20.) AB határozatból. Az Alkotmánybíróság ebben azt a megszorítást teszi, hogy „[f]ogalmilag kizárt a demokratikus közvélemény kiépítésének, fenntartásának eszközeként az olyan médiatartalom, amely tagadja a demokrácia intézményes, alapvető jogokhoz kapcsolódó alapértékeit”. A demokratikus közvélemény eddigi tartalomsemleges megközelítése helyett ez az értelmezés legalábbis megnyitja az utat a demokratikus közvéleménnyel szemben minőségi elvárásokat támasztó, e közvéleményből tartalmi alapon egyes közléseket eleve kizáró értelmezés felé. A sajtószabadság korlátozhatóságát ez az értelmezés parttalaná tenné, és megalapozná a média működésébe való olyan beavatkozásokat, amelyeket sem az egyéni vagy közösségi érdekek védelme, sem a sokszínű tájékozódás igénye nem legitimálna.²¹

Az alkotmányos érveket alátámasztó műszaki, gazdasági, médiafogyasztási kiindulópontok

A médiaszabályozás kereteinek formálása során az Alkotmánybíróság kezdettől támaszkodott olyan nem jogi tényezőkre, amelyek segítettek az absztrakt alkotmányos mérce tartalommal való megtöltését. Jellemzően azonban ilyen esetben a testület nem társadalomtudományi kutatások eredményeire hivatkozik, hanem egyszerűen megállapít bizonyos, köztudomásúnak vélt tényeket.

E tényezők közül a leggyakrabban hivatkozott a frekvenciaszűkösség. E műszaki tényező az 1970-es évektől meghatározó jelentőségű volt az elektronikus média szabályozásának alkotmányjogi megalapozásában. A frekvenciaszűkösség nemcsak műszaki, hanem médiapiaci szempontból is értelmezhető tényező, amely jelentősen korlátozza az elektronikus média piacára való belépés lehetőségét. A 2000-es években ugyanakkor már az Alkotmánybíróság is úgy hivatkozik a frekvenciaszűkösségre, mint alapvetően túlhaladott műszaki kiindulópont.

Szintén az elektronikus média szabályozásának megalapozásaként hivatkoznak az alapjogi gyakorlatban a média véleményalkító és magatartásformáló hatására. A médiatudományi kutatások egyik fontos irányát jelentő médiahatás-, illetve médiahasználat-kutatások eredményei az alkotmányjogi érvelésben úgy jelennek meg, mint az elektronikus, újabban az audiovizuális média közönségre gyakorolt jelentős hatásának igazolásai.

A „demokratikus közvélemény” maga végső soron nem más, mint a társadalmi nyilvánosság egy lehetséges értelmezése, amely a nyilvánosság funkcióit és működési módját illetően egybecseng Jürgen Habermas polgári nyilvánosságról alkotott elméletével.

Az Alkotmánybíróság médiaszabadságot érintő legutóbbi, 165/2011. (XII. 20.) AB számú határozatának legfontosabb szakmai tanulsága, hogy az Alkotmánybíróság, ahogyan a jogalkotó is, szembesült azzal a nehézséggel, hogy a különböző médiumok szabályozásának terjedelmét megalapozó korábbi érvek elavultak. Nem néz ugyanakkor szembe azzal a kérdéssel, hogy a televízió kiemelkedő jelentősége olyan médiakörnyezetben alakult ki, amelynek fő jellemzője a szűkösség volt.

Nyilvánvalóan más a jelentősége a televíziónak mint médiumnak akkor, ha a közönség számára legfeljebb néhány csatorna érhető el, mint akkor, amikor magyar nyelvű televíziós szolgáltatásból is elérhető közel száz, és – ahogy egyébként az Alkotmánybíróság is hangsúlyozza – e televízióműsoroknak egyre inkább meg kell küzdeniük más audiovizuális szolgáltatásokkal is a közönség figyelméért. Ma már egyetlen médiumnak sincs általánosságban különleges befolyásoló ereje, legfeljebb egyes tartalomszolgáltatásokkal kapcsolatban tehető ilyen megállapítás. Ebből azonban nem az követik, amit a jogalkotó a médiatörvények megalkotása során tett, és ami az Alkotmánybíróság érveléséből is kiolvasható, nevezetesen a mediaszabályozás terjedelmének, szigorának általános, minden médiumra kiterjedő növelése. Éppen ellenkezőleg: ha a televízió már nem különleges médium, akkor a televízióval szemben nincs szükség különleges szabályok fenntartására; sőt, indokolt a mediaszabályozás, a médiapolitika egész eszköztárának felülvizsgálata.

MÉDIASZABÁLYOZÁS ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYOK

Az alkotmányjogi elvárások és mozgástér a fentiek alapján alapvetően egy fiktív, bár nem statikus nyilvánosság- és mediaképhez illeszkednek, a magyar Alkotmánybíróság azonban a társadalomtudományi

eredmények felhasználásában nem nyújt rosszabb teljesítményt más alapjogvédő szerveknél; sőt, a médiapolitika más döntéshozóinál sem. A társadalomtudományi eredmények adaptálása a magyarnál kiterjedtebb sajtószabadság-gyakorlattal rendelkező amerikai és német alapjogi bírások számára is komoly nehézséget okoz.²² Ezzel együtt a megalapozott mediaszabályozás feltétele, hogy a döntéshozóknak – Wolfgang Hoffmann-Riemet idézve – „abban a helyzetben kell lenniük, hogy a társadalomtudományi elméletek jelentőségét felismerjék, nagyjából meg tudják becsülni azok tárgyát, az azokkal kapcsolatos kutatói szándékokat és azok módszereit, annak érdekében, hogy a társadalomtudósok részére kérdéseket tudjanak megfogalmazni, és a válaszokat be tudják illeszteni, illetve el tudják dönteni, hogy a társadalomtudományi ismeretek társadalomtudományi szakértő igénybevétele nélkül is hozzáférhető-e”.²³ Sőt, végső soron a társadalomtudományi eredményeket a jogi döntéshozatal „integráns részévé” kell tenni, ennek hiányában a döntések szükségtelen társadalmi költségekkel járnak, és a jogállamiság követelményének sem felelnek meg.

Hoffman-Riem szerint a jogászok szívesen támaszkodnak ún. „hétköznapi elméletekre”,²⁴ amelyek az egyes jelenségek társadalomtudományi eszközökkel, különösen empirikus vizsgálatokkal alá nem támasztott magyarázatai. Miközben a jogászok a társadalomtudományi eredmények bizonytalanságaira hivatkozva mellőzik azok beemelését a jogalkotási vagy jogalkalmazói döntésekbe, gyakran támaszkodnak a sokkal bizonytalanabb, megfelelő bizonyítékokkal alá nem támasztott hétköznapi elméletekre.²⁵

A mediaszabályozási döntések médiatudományi megalapozásának igénye Hoffmann-Riem szerint elsősorban a kereskedelmi műsorszolgáltatás megjelenéséhez kötődik, azonban nehezen lenne igazolható, hogy „a társadalomtudományi kitekintés a politikai cselekvések eredményeit valóban befolyásolta, vagy a különböző opciók közötti választásoknál figyelembe vették volna azokat”; sőt, ennek célja elsősorban az volt, hogy a politikai döntéshozók saját álláspontjukat támogató tudományos eredményeket találjanak.²⁶ A német alkotmánybírósági gyakorlatról a szerző megállapítja: „Aki a nyilvános bírósági határozatokban kifejezett médiatudományi vonatkozásokat keres, nem fog sok eredménnyel járni.”²⁷ A konkrét kutatásokra való hivatkozás hiánya ellenére az alkotmánybíróság – ebben az értelemben a magyar Alkotmánybírósággal azonos módon – számos esetben használ médiatudományi érveket, különösen a tömegkommunikáció funkcióival kapcsolatban; e megállapítások „nem kifejezetten társadalom-

vagy közgazdaság-tudományi tankönyvekből származnak, de általános érvénnyel kerülnek meghatározásra, és nyilvánvalóan azzal az igénnyel, hogy a tudomány állásának megfeleljenek”.²⁸

Anthony L. Fargo az amerikai bíróságok gyakorlatát elemezve arra a következtetésre jut, hogy „még ha az alsóbb bíróságok meggyőzőnek is találják az empirikus bizonyítékokat, a felsőbb bíróságok gyakran elutasítják ezeket a bizonyítékokat, az Első Kiegészítés értékeivel és hagyományaival kapcsolatos hagyományosabb megfontolásokat előnyben részesítve”.²⁹ Az amerikai alkotmány első kiegészítésével kapcsolatban a Supreme Court először az 1972-es *Branzburg* kontra *Hayes*-ügyben hivatkozott a jogi érvelés társadalomtudományi megalapozásának szükségességére.³⁰ Az újságírói források védelmével foglalkozó ítélet azt a megállapítást tartalmazza, hogy a bíróság részére nem mutattak be olyan meggyőző („compelling”) bizonyítékot, amely igazolta volna, hogy az újságíró vallomástételre kényszerítése az újságíró és az informátor közötti viszonyt károsan befolyásolná. A bíróság nem tartotta meggyőzőnek *Vince Blasi* professzor kapcsolódó tanulmányát, amely empirikus kutatás alapján arra a megállapításra jutott, hogy az informátor felfedésére kötelezés lehetőségét alapvetően azok az újságírók tartják károsnak, az interjúalanyt elriasztónak, akik írásaikban gyakran foglalkoznak aktivista és radikális csoportok tevékenységével.³¹ *Stewart* bíró – az újságírói források védelmét a szabad információáramlás alapfeltételeként értelmező – különvéleményében azt kifogásolta, hogy a bíróság korábban „soha nem követelte meg, hogy Első Kiegészítésből eredő jogok alapos empirikus tanulmányokon nyugodjanak”. Fargo szerint *Stewart* bíró különvéleménye valójában arra mutat rá, hogy a forrásvédelem az Első Kiegészítés „kikristályosodott jelentését”, megszilárdult tartalmát (‘settled meaning’) érintő kérdés, amely nem deríthető ki empirikus kutatásokkal.³² A társadalomtudományi eredményeknek Fargo szerint éppen akkor van igazán jelentősége, amikor az Első Kiegészítés lényeges tartalmához nem sorolható – alapvetően a politikai kommunikáción kívüli – kommunikáció szabadsága és az ezzel versengő értékek között kell meghúzni a határt. Leginkább azokban az esetekben hasznos a társadalomtudományi kutatások figyelembevétele, amikor a szabályozás terjedelme függ a közlés közönségre gyakorolt hatásától.

MŰSZAKI ÉS GAZDASÁGI FELTÉTELEK

A pluralizmus mint a kapacitás-szűkösségre adott válasz

A médiarendszer változásainak ívét végső soron a kommunikációs eszközök, infrastruktúrák fejlődése határozza meg; a médiatörténet leírható technológiatörténetként is. Az újabb és újabb médiatechnológiák közvetlen hatással vannak többek között a médiatermékek előállítására és használatára, a média funkcióira, a média által és a média fölött gyakorolható ellenőrzésre. A technikai környezet emiatt a média jogi szabályozásának is meghatározó tényezője.

Médiatörténeti, médiatechnológiai szempontból a pluralizmus – az Alkotmánybíróság gyakorlatában a demokratikus közvélemény – koncepciója jól meghatározható műszaki környezetben született. A különböző alkotmánybíróságok és más alapjogvédő szervek e szabályozási elvet az 1970-es és 1980-as években, a rádiózás és a televíziózás közszolgálati monopóliumának lebontása időszakában fogalmazták meg. A médiarendszer kialakításának kereteit ebben az időszakban valóban alapvetően meghatározta a műsorterjesztési lehetőségek szűkössége: rádió- és televízióműsor továbbítására szinte kizárólag földfelszíni frekvenciát használtak – a 80-as évek közepéig a kábeles műsorterjesztés sehol nem volt jelentős tényező³³ –, ilyen célra felhasználható frekvenciából pedig mindenhol kevés áll rendelkezésre. Ez a műszaki környezet alakította a rádiós és televíziós piac szerkezetét, amely piacszerkezet jelentősen különbözött a nyomtatott sajtó piacától.

A pluralizmus elve a sikerét jelentős részben éppen annak köszönheti, hogy a médiarendszer 1970-es és 1980-as években zajló átalakulása során kiválóan alkalmas volt arra, hogy egyensúlyt teremtsen a gazdasági és a közpolitikai érdekek között. Egyszerre volt indok az új szereplők – kereskedelmi és közösségi médiumok – piacra lépésének biztosítása mellett, valamint a rendelkezésre álló terjesztési kapacitások elosztásának és felhasználásnak szigorú szabályozása mellett. Úgy tette lehetővé a nem állami szereplők előttem a médiapiac megnyitását – és ezzel a véleménynyilvánítás szabadságának újabb fórumokon való gyakorlását –, hogy közben nem vont a kétségbe, sőt, megerősítette az állam szabályozási

mozgásterét, és egyúttal az államot a véleményszabadságot korlátozó tényezőből a véleményszabadság érvényesülését garantáló tényezővé formálta.

A német alkotmánybíróság korai határozataiban a műsorszolgáltatás „különleges helyzetével” (‘Sondersituation’) indokolta a médiaszabályozás szükségességét; a „különleges helyzet”-et egyrészt a műsorszóró frekvenciák szűkössége, másrészt a műsorszolgáltatás jelentős anyagi ráfordításigénye alapozta meg. A „különleges helyzet” megszűnése a szabályozás szükségességét nem vonta kétségbe, de a szabályozás „nagyobb terjedelemben lehet szükséges, és más eszközöket igényel egy elkerülhetetlenül kevés műsorszolgáltatóra korlátozódó helyzetben, mint egy olyan helyzetben, amelyben ez a korlátozódás már nem áll fenn”.³⁴ A Red Lion-ítéletben az amerikai legfelső bíróság is a frekvenciaszűkösséggel indokolta az ellentétes vélemények közlését előíró, azóta hatályon kívül helyezett „fairness-doktrína” alkotmányosságát.³⁵ A frekvenciaszűkösség jelentőségét a médiaszabályozásban az Emberi Jogok Európai Bírósága is elismerte, de már 1993-ban arra a következtetésre jutott, hogy a műsorszóró frekvenciák és a csatornák szűkösségével a műsorszolgáltatás korlátozása nem indokolható.³⁶

A magyar Alkotmánybíróság 1992-ben rögzítette, hogy a rádió és televízió szabályozása során „az alapjog gyakorlását összhangba kell hozni megvalósítása technikai feltételeinek szűkösségével”.³⁷ A kommunikációs technológiák fejlődésével és annak szabályozási hatásaival először a 18/2000. (VI. 6.) AB határozat foglalkozik: „A társadalmi, politikai fejlődés jelen korszakának nagyhatású jelensége a nyilvánosság minden korábbit meghaladó mértéke. E nyilvánosságot a táv-, tömeg- és multikommunikáció folytonosan bővülő technikája, korábban elképzelhetetlen eszközei és módjai, a tájékozódás, a tájékoztatás, a befolyásolás lehetőségei és ténylegesen alkalmazott formái határozzák meg.” Az 1/2007. (I. 18.) számú határozatban az Alkotmánybíróság már azt is egyértelműen rögzítette, hogy „[a] frekvencia-korlát érv technikailag egyre kevésbé indokolható [...] várhatóan nem válik teljesen okafogyottá, de önmagában nem indokolhatja a rádió és a televízió működésére vonatkozó (a nyomtatott sajtót érintő rendelkezéseken túlmenően) speciális állami előírások [...] létét.” A médiát érintő legutóbbi határozatában a technológiai változások pedig nem egyszerűen a frekvenciaszűkösség-érv meghaladását indokolják: „a gyors és a jogalkotást folyamatosan utánkövetésre, »akadálymentesítésre« kényszerítő technológiai változások zajlottak le és zajlanak ma is az információ-továbbítás világában”, amelyek eredményeként „a technológiai fejlődés megváltoztatta a tömegkommunikáció szerkezetét”.

A médiaszabadság értelmezésében továbbra is egyfajta technológiai determinizmus érvényesül: a médiaszabadság kereteinek meghatározásában döntő jelentőségű a műszaki tényező. A technológiai fejlődésből ugyanakkor már nem csak a tartalomszolgáltatási lehetőségek bővülése, hanem a médiafogyasztói magatartások és a nyilvánosság szerkezetének változása is következik. Egy olyan médiakörnyezetben, amelyben a közönség minden tagja számára ugyanaz a kisszámú csatorna érhető el, az egyes tartalmak egyéni és közvéleményt formáló hatása lényegesen nagyobb, mint a közönséget fragmentáló, sőt, individualizáló környezetben, amely ráadásul a tartalmak tudatos kiválasztásán és a folyamatos visszacsatoláson alapul.

A jelenlegi médiarendszer legfontosabb jellemzői a terjesztési és tárolási kapacitások bővülése, sőt korlátlanul válása, a felhasználói kontrollt erősítő, valamint a felhasználói visszacsatolást és interaktivitást segítő megoldások terjedése, továbbá a határon átnyúló tartalomszolgáltatást támogató technológiák széleskörű használata. Ennek következtében fokozatosan megváltoznak a médiapiaci szerepek – a tartalomszolgáltatók egyre kevésbé vonhatók hatékonyan bármely szabályozás alá, ami egyúttal növeli a tartalomterjesztési hálózatok üzemeltetőinek jelentőségét – és a fogyasztói magatartás. Ugyanakkor e környezetben egyrészt a médiarendszerhez való hozzáférést újabb „szűk keresztmetszetek”³⁸ – műszaki és gazdasági akadályok – korlátozhatják, másrészt mind a nagyobb tartalomválasztékhoz való hozzáférés, mind a tartalom fölötti kontroll gyakorlásának eszközei csak fokozatosan terjednek el a társadalom különböző csoportjaiban. A médiarendszer kereteinek alkotmányos meghatározása során mindezeket a szempontokat értékelni kell.

Sokszereplős médiapiac, sokszínű tartalomkínálat?

A frekvenciaszűkösség érvét már az 1980-as évek második felében kikezdte a műszaki fejlődés, bár a földfelszíni műsorszolgáltatás az 1990-es évek közepéig a médiarendszer meghatározó tényezője maradt. A kábel- és a műholdas televízió a korábrinál lényegesen nagyobb számú tartalom közvetítését tette lehetővé, ráadásul országhatárokon átnyúlva, és ezzel lehetővé téve a szolgáltatók számára a legkedvezőbb médiaszabályozási környezet kiválasztását.³⁹ A pluralizmus azonban továbbra is a szabályozás legfontosabb hívószava maradt, és ez akkor sem változott, amikor a digitális műsorterjesztés terjedésével, illetve az online médiatartalmak egyre versenyképesebbé válásával nyilvánvalóvá vált, hogy a médiarendszer alapvető jellemzője már nem a szűkösség, hanem a bőség. A digitális médiát az adattárolási,

adatfeldolgozási és adatátviteli teljesítmény folyamatos növekedése jellemzi, és – ahogy egyébként az Alkotmánybíróság is hangsúlyozza – a televízióműsoroknak egyre inkább meg kell küzdeniük más audiovizuális szolgáltatásokkal is a közönség figyelméért.⁴⁰

A médiatudományak ugyanakkor állandó vitapontja, hogy az elérhető tartalom mennyiségének növekedése mennyiben jár a tartalom sokszínűségének növekedésével. A versengő tartalomszolgáltatók és -szolgáltatók nagy száma önmagában nem feltétlenül garancia arra, hogy az egyes szolgáltatók eltérő politikai, világnézeti, kulturális álláspontokat képviseljenek. Sőt, a kisebbségi, illetve a többség számára nem elfogadható, megosztó, ezért végső soron a nézettséget veszélyeztető álláspontok bemutatása ellentmond a gazdasági ésszerűségnek.⁴¹ A tartalomkínálat változatosságát korlátozza, hogy a kereskedelmi tartalomszolgáltatók közötti gazdasági verseny – mind a reklámfinanszírozású, mind az előfizetéses szolgáltatások esetében – a közönségnek ugyanazért a szegmenséért – például a 18–49 éves korosztályért – folyik, és ez végső soron „negatív minőségi versenyhez”⁴² vezet.

Ariño „sokcsatornás paradoxon”-ként írja le a jelenséget: „Az elérhető csatornák növekvő száma és az interaktív használat felkínálása ugyanis önmagában még nem biztosítja a fogyasztók szabad döntését. Először is: több csatorna nem szükségszerűen növeli a tartalmi változatosságot, hanem sok esetben csupán mennyiségi növekedést jelent.⁴³ Másodszorban: nem a média potenciálisan kisebb hatása a döntő tényező, hanem a média állampolgárokra gyakorolt tényleges hatása. Ez utóbbi pedig az elért fogyasztói kör nagyságával mérhető, nem pedig a csatornák számával. Valójában a nézési szokások nem változtak meg gyökeresen az elmúlt években, és semmiképpen nem változtak olyan mértékben, hogy alátámasztanák azt az állítást, amely szerint a fogyasztók jelenleg már teljes mértékben függetlenedtek a média befolyásától.”⁴⁴ Ennél is tovább megy Barendt, aki szerint a közmonopólium jelenti a médiatartalmak pluralizmusának legjobb garanciáját.⁴⁵ Ezt az álláspontot igazolja Steiner modellje, amely – meghatározott feltételek teljesülése esetén – rámutat „arra a paradoxonra, hogy a kereskedelmi modellben a fogyasztói preferenciák különbségei miatt a verseny akár csökkentheti is monopóliumhoz képest a kínálatot”.⁴⁶ Feltételezve ugyanis, hogy a nézők kizárólag

a saját preferenciájuknak megfelelő műsort nézik, minden műsorszolgáltató abban érdekelt, hogy a nagyobb nézői csoportokat célozza meg, és a versengő szolgáltatások mellett így szükségszerűen lesz olyan csoportja a közönségnek, amelynek preferenciái egyik szolgáltatásban sem jelennek meg.⁴⁷

Bármennyire meggyőzőnek tűnnek a fenti felvételek, számos tényezőt figyelmen kívül hagynak, elsősorban azért, mert a médiarendszernek egy korábbi, nagyjából az 1990-es évek végéig jellemző állapotát veszik alapul. A tartalomkínálat bővülése, az internetes tartalomszolgáltatások elérhetőségének és versenyképességének növekedése, a televíziós és az internetes tartalmaknak a fogyasztói készülék szintjén való összeolvadása az elmúlt években alapvető – de kétségkívül a felhasználók nem minden csoportját elérő – médiapiaci változásokat hozott. A televízió minden rendelkezésre álló felmérés szerint továbbra is a legfontosabb hírforrás, az internet-hozzáférés bővülése azonban jelentős mértékben diverzifikálta a hírfogyasztást. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megrendelésére készült kutatás adatai alapján a lakosság 20%-a számára az internet a legfontosabb információforrás; e kutatás szerint a televízió a lakosság 63%-a, a nyomtatott sajtó viszont mindössze 4% számára jelenti az elsődleges hírforrást.⁴⁸ A Mérték Médiaelemző Műhely megbízásából készült kutatás azt igazolja, hogy az országos televíziók és az országos rádiók után a legnagyobb internetes portálok a leggyakrabban igénybe vett hírforrások.⁴⁹ Azt is hozzá kell persze tenni, hogy az internetes hírforrások jellemzően a 40 év alattiakat érik el, és a hírfogyasztás a közönség közel

70%-a körében az országos és a közszolgálati médiumokra, illetve a megyei lapokra korlátozódik. Az elmúlt időszakban a televíziós piac maga is jelentősen megváltozott: a tematikus csatornák egyértelműen megerősödtek, és nézettségük összességében az általános tematikájú csatornákéhoz mérhető.⁵⁰

A tartalomterjesztés műszaki lehetőségeinek bővülése nyilvánvalóan megkönnyítette a médiarendszerbe való belépést. A médiarendszerbe való belépés technikai és gazdasági akadályai a duális médiarendszer időszakához képest jelentősen csökkentek, de ez természetesen nem jelenti azt, hogy minden tartalomszolgáltató azonos mértékben vonzó tartalmakat kínál, és egyenlő eséllyel jut el a közönséghez. Az egyszerűbb piacra lépés azt is jelenti, hogy bizonyos tartalmak előállítási költségei is csök-

A „DEMOKRATIKUS KÖZVÉLEMÉNY” MAGA VÉGSŐ SORON NEM MÁS, MINT A TÁRSADALMI NYILVÁNOSSÁG EGY LEHETSÉGES ÉRTELMEZÉSE, AMELY A NYILVÁNOSÁG FUNKCIÓIT ÉS MŰKÖDÉSI MÓDJÁT ILLETŐEN EGYBECENG JÜRGEN HABERMAS POLGÁRI NYILVÁNOSSÁGRÓL ALKOTOTT ELMÉLETÉVEL.

kennek, még akkor is, ha a tartalomszolgáltatások működtetésének költségei a szolgáltatások céljai, minősége, jellege alapján jelentős eltéréseket mutatnak, és a legértékesebb, ún. prémium tartalmak (filmek, sportközvetítések, élő show-műsorok) továbbra is csak a gazdaságilag legerősebb szolgáltatók számára érhetőek el. Azonban éppen a közéleti kérdésekkel kapcsolatos véleménynyilvánítás esetében vált leginkább lehetővé alacsony költség mellett széles nyilvánosság elérése.

Mindez végső soron egyre inkább egy olyan médiarendszer kialakulása felé mutat, amelyben a médiakínálat sokszínűsége adottság, ami már médiumtól függetlenül, a sokszínűséget erősítő szabályozási eszközök nélkül is megvalósul. Ez ugyanakkor nem jelenti azt, hogy a tartalmak elérésében a közönség minden tagjának egyenlő esélye van, akár technikai értelemben, akár a felkészültséget, a tudatos, kritikus médiahasználat képességét illetően. E potenciális korlátok a jövőbeli nyilvánosság- és médiaképzés fontos elemei lehetnek, amelyek a médiaszabályozásban a kínálati oldal sokszínűségét erősítő eszközök helyett a keresleti, médiafogyasztói oldal hozzáférési esélyeit erősítő eszközökre helyezik a hangsúlyt.

MÉDIAHATÁS

A médiahatás szabályozási jelentősége abból fakad, hogy minél erőteljesebb magatartás- és véleményformáló hatást tulajdonítunk a médiának, annál kiszolgáltatottabbnak tekintjük a közönséget, és annál szélesebb beavatkozást tartunk elfogadhatónak e kiszolgáltatottság ellensúlyozására. A közönség e kiszolgáltatottsága a médiát a politikai, kulturális, szocializációs folyamatok meghatározó tényezőjeként tünteti fel. A média hatásai lehetnek rövid- és hosszútávúak, illetve tervezettek és nem tervezettek; e hatások a kapcsolódó kutatások szerint a propagandától a tudáselosztáson át a valóság-meghatározásig és a jelentésalkotásig terjedően meglehetősen sokfélék lehetnek.⁵¹ E hatások elemzése elengedhetetlen ahhoz, hogy a jogalkotó és a jogalkalmazó megalapozottan foglalhasson állást a médiát terhelő sajátos felelősség meghatározásában.⁵²

Az Alkotmánybíróság először 2007-ben hivatkozott arra, „*hogy a rádiós és televíziós műsorszolgáltatás véleményformáló hatása és a mozgóképek, hangok, élő tudósítások meggyőző ereje sokszorosa az egyéb információs társadalmi szolgáltatások gondolkodásra ható erejének*”.⁵³ Ezzel az álláspontjával a magyar Alkotmánybíróság az alapjogvédő szervek között egyáltalán nincs egyedül. A német alkotmánybíróság például 2007-ben nemcsak fenntartotta a műsorszolgáltatás

hatásával kapcsolatos álláspontját, hanem arra a következtetésre is jutott, hogy e hatások a kínálat bővülésével és differenciálódásával erősödnek is.⁵⁴ Ezen álláspont szerint az elektronikus média széles körben kifejtett hatása, aktualitása, valamint kiemelkedő meggyőző ereje, illetve a hitelessége, az átélés látszata és a kényelmes rendelkezésre állás olyan sajátos veszélyforrások, amelyek a közönség védelme érdekében szükségessé teszik a médiaszabadság aktív alakítását.⁵⁵ Az elektronikus média közönségre gyakorolt hatása az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítéleteiben is megjelenik szabályozást befolyásoló tényezőként.⁵⁶

Fargo az amerikai joggyakorlatból idéz olyan eseteket, amelyek az erőszakos tartalmak magatartásra gyakorolt hatásival foglalkoztak. A James kontra Meow Media-esetben⁵⁷ a fellebbviteli bíróságnak abban a kérdésben kellett döntést hoznia, hogy a film- és videojáték-gyártók felelőssé tehető-e egy – halálos kimenetelű – iskolai lövöldözésért. A bíróság szerint a kártérítési igény érvényesítéséhez igazolni kellene, hogy a tartalomgyártók szándékosan vagy gondtalanul ösztönözték az elkövetőt. Az ítélet a médiaerőszak társadalomtudományi értékelésével nem foglalkozott, kizárólag a károkozás előreláthatóságát vizsgálta. Az Interactive Software Association kontra St. Louis County-ügyben⁵⁸ az eljáró bíróság a videojátékok vásárlását és használatát szülői jóváhagyáshoz kötő rendelet alkotmányosságát vizsgálta. Az ítélet szerint – részben két orvos tanúvallomása, illetve az általuk idézett társadalomtudományi elemzések alapján, amelyek összefüggést mutattak ki az erőszakos tartalmak és az erőszakos magatartások között – az államnak nyomós érdeke fűződik a vizsgált szabályozás fenntartásához. A fellebbviteli bíróság az ítéletet megváltoztatta, többek között⁵⁹ azzal az indokkal, hogy az elsőfokú bíróság tévesen hivatkozott a társadalomtudományi adatokra. Megítélése szerint a tanúvallomások azon állítása, hogy az erőszakos videojátékokkal játszó gyerekek nagyobb agresszivitást mutatnak, nem több mint „homályos általánosság” (‘vague generality’); az elsőfokú ítéletben hivatkozott más tanulmányok egy része pedig „zavaros, nem meggyőző vagy irreleváns”. Egy másik ügyben (American Booksellers Association, Inc. kontra Hudnut, 1985⁶⁰) szintén ellentmondásosnak és nehezen értelmezhetőnek találta a fellebbviteli bíróság a pornográf tartalmak közönségre gyakorolt hatásáról szóló tanulmányt.⁶¹ Ugyanakkor az amerikai bíróságok gyakorlatára is jellemző, hogy a szexuális tartalmú közlések korlátozását olyan esetekben is igazolhatónak látják, amikor az eljárás során semmiféle társadalomtudományi bizonyíték nem támasztja alá a média vélelmezett káros hatásait.

Legújabb médiahatározatában a magyar Alkotmánybíróság a médiahatás kérdését árnyaltabban igyekszik megközelíteni. A határozat szerint „a technológia további fejlődésével az egyes médiatípusok közötti határok átjárhatóvá váltak (»konvergencia«), ezért a hatásmechanizmus érve nem szorítható a korábbi, azaz a médiatartalmakat pusztán az őket továbbító hírközlő hálózatok alapján megkülönböztető keretek közé”. Ebből az Alkotmánybíróság azt a következtetést vont le, hogy a televízió kivül egyéb médiumok is „különleges hatásra” tesznek szert. E különleges hatás „a »mozgóképek, hangok, élő tudósítások«, az audiovizuális médiatartalmak” sajátossága, mivel a „mozgóképek különös erővel befolyásolják az emberi gondolkodást”. Kiemeli ugyanakkor a határozat, hogy a televízió – és külön indokolás nélkül a rádió – esetében „a közönség minden más tömegkommunikációs eszköznél passzívabb befogadója a sugárzott tartalomnak”, ráadásul „e médiaszolgáltatások egyidejűleg jutnak el a közönséghez”, és „jelenleg még a társadalom jelentős részéhez” képesek eljutni. A televízió különleges jellegét alátámasztó gondolatmenet következtetése mégis az, hogy „az audiovizuális médiatartalmak eleve másképp befolyásolják közönségüket”, függetlenül attól, hogy televíziós szolgáltatás vagy más, lekérhető, online szolgáltatás formájában jutnak-e el a közönséghez.

A következtetés egyáltalán nincs összhangban az egyébként is leegyszerűsítő, a „televíziót” még mindig homogén szolgáltatásnak tekintő érveléssel, amely azt az audiovizuális tartalmakat nyilvánvalóan nem közvetítő „rádióval” sorolja egy kategóriába, de nem feledkezik meg a televízióhoz képest továbbra is fennálló egyedi jellemzőiről. Ugyanakkor a következtetés elegendő ahhoz, hogy az Alkotmánybíróság minden hagyományos televíziós (lineáris) és lekérhető audiovizuális szolgáltatást egységesen kezeljen.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az alapjogi gyakorlatban, illetve általában is a mediaszabályozásban a média és a közönség közötti interakció kizárólag a médiának a közönségre gyakorolt hatásaként jelenik meg.⁶² A médiatudományi kutatások azonban – akár önálló kutatási területekként, akár a médiahatás-kutatás különböző irányaiaként⁶³ – különbséget tesznek a médiahasználat és a médiahatás között. A médiahatás alapvetően passzív közönséget tételez, amelynek tagjai kiszolgáltatottak a médiából őket érő hatásoknak. A médiahasználat ezzel szemben aktívabb, a közönség és a média kölcsönhatását feltételező megközelítést

tükröz. Természetesen a hatás és a használat a médiafogyasztásban nem válik el mereven egymástól; Blumler és Katz például éppen azért kezdte vizsgálni a médiahasználati szokásokat, hogy megértse a média hatásait.⁶⁴

A médiahatás-kutatás számos elméletet fogalmazott és vizsgált meg: az 1920-as években a média lövedékként becsapódó, a közönségben „maradandó elváltozásokat okozó”⁶⁵ üzeneteire vonatkozó elmélettől kezdve a médiaüzenetek szelektív, a befogadó által a saját meggyőződését erősítő üzenetek észlelésére vonatkozó elméleten át a befogadó egyéni értelmezésétől függő médiaüzenetek elméletéig terjedően. A médiahatás-kutatás története abban az értelemben nem egyirányú, hogy a nagy médiahatás feltételezésétől jutott volna el az egyre korlátozottabb hatásig. Egymás mellett él számos különböző, egymásnak ellentmondó elmélet. Az egyértelmű állásfoglalás nehézségét jól mutatja, hogy még az alapjogi gyakorlatban egyöntetűen nagy befolyásoló erővel rendelkező, kifejezetten passzív médiafogyasztással jellemezhető televízió megítélése is jelentős eltéréseket mutat. Marshall McLuhan a televíziót is kifejezetten olyan – McLuhan kifejezésével: „langyos” – médiumnak tekintette, amely a néző részéről aktív befogadást igényel: a televízió tökéletlen képének képpontjait a nézőnek kell összekapcsolnia.⁶⁶ Még ha a technikai fejlődés, az egyre nagyobb felbontású vevőkészülékek elterjedése megkérdőjelezhetővé is tette ennek a nézői aktivitásnak a továbbélését, a felvetés arra feltétlenül rámutat, hogy a médiahatás értékelésénél számos szempont figyelembe vehető. Roland Burkart összefoglalásában:

„Nem lenne meglepő, ha a médiahatás-kutatás eddigi eredményeinek megismerése valakit arra vezetne, hogy a média korábban naivan feltételezett teljhatalmával és onnipotenciájával szemben annak tehetetlenségében és hatástalanságában higgyen.”⁶⁷

Az alapjogi jogalkalmazásra és a mediaszabályozásra a legnagyobb – bár egyáltalán nem biztos, hogy tudatosult – befolyást

George Gerbner kultivációs elmélete gyakorolta. E befolyás már csak azért is lehet erős, mert Gerbner kutatásai időben egybeesnek a médiát érintő első alkotmánybírósági határozatok megszületésével; Gerbner és e határozatok egyaránt az 1970-es és az 1980-as évek médiarendszereiből indultak ki. A kultivációs elmélet szerint a média – Gerbner kutatásaiban kifejezetten a televízió – a valóság egyes elemeit előnyben részesíti, kultiválja, más elemeket

VÉGSŐ SORON A TÁRSADALOMTUDOMÁNYI EREDMÉNYEKET A JOGI DÖNTÉSHOZATAL „INTEGRÁNS RÉSZÉVÉ” KELL TENNI, ENNEK HIÁNYÁBAN A DÖNTÉSEK SZÜKSÉGTENEN TÁRSADALMI KÖLTSÉGEKKEL JÁRNAK, ÉS A JOGÁLLAMISÁG KÖVETELMÉNYÉNEK SEM FELELNEK MEG.

pedig háttérbe szorít.⁶⁸ Így nem egyszerűen közvetítője, hanem alakítója is a valóságnak: minél nagyobb mennyiségben fogyasztja valaki a médiatartalmakat, hosszabb távon annál inkább a médiában kapott képet tekinti valóságosnak. Ráadásul a televízió homogenizálja a közönségét; a sok televízióműsort fogyasztók politikai és gazdasági kérdésekben is társadalmi státuszuktól függetlenül hasonló álláspontot vallanak magukénak.⁶⁹ Myat Kornél az elmélet egyik kritikusaként megjegyzi, hogy annak „feltételezése szerint a televízió a külső objektív valóságot utánozza, így az is számon kérhető rajta, hogy mi-ben hibázik. Az objektív valóság a helyes minta, amelyhez hozzá kell igazítani a média torz világgképét.”⁷⁰ Ha pedig ez így van, akkor a média szabályozásával kell és lehet biztosítani a valóság és a mediakép közötti összhangot, legyen szó akár a tájékoztatás kiegyensúlyozottságáról, akár az erőszakos tartalmak visszaszorításáról. Ez tökéletesen megfelel a médiaszabályozás általános koncepciójának, és egyértelműen visszaköszön a demokratikus közvélemény alkotmánybíró-sági értelmezésében is.

Gerbner elméletével nagyjából egy időben fogalmazódott meg az a feltevés is, hogy „a média – különösen a hírmédia – elsősorban nem azt szabja meg, hogy mit gondoljunk, hanem azt, hogy miről gondolkodjunk”.⁷¹ Az ún. „napirend-elmélet” – amelynek első megfogalmazói Maxwell McCombs és Donald Shaw⁷² – a kultivációs elmélethez képest korlátozott befolyást tulajdonít a médianak, de még mindig feltételezi, hogy a média a közönség széles körében képes irányítani a közbeszédet. Ennélfogva továbbra is legitimálja azokat a szabályozási megoldásokat, amelyek a média egyoldalú befolyásoló hatásai ellen védik a közönséget. Akkor is, ha egyébként McCombs és Shaw nem állítja, hogy a napirend-kijelölés a közönség minden tagja esetében azonos hatékonyságú; álláspontjuk szerint minél inkább érdekel valakit egy téma, és minél bizonytalanabb az adott témával kapcsolatban, annál fogékonyabb az adott téma napirendre kerülése iránt.⁷³ A napirend-elméletbe így beilleszthető az ún. „szelektív érzékelés” elmélete is, amely szerint a közönség tagjai eleve a saját álláspontjukkal azonos üzeneteket keresik és fogadják be, valamint az ún. „kétlépcsős hatás” elmélete is, amely szerint a média üzenetei a közönség nagy részéhez az adott közösség véleményformálóinak közvetítésével jutnak el.⁷⁴ A napirend-elméletből ugyanakkor következik annak a további a kérdésnek a felvetése, hogy kik döntenek a

média által kijelölt napirendről. Az ún. „framing-elmélet” szerint a média által felkínált értelmezési kereteket a gazdasági és politikai elitek határozzák meg saját pozícióik fenntartása érdekében.⁷⁵ Ez a megközelítés alapozza meg a mediakoncentrációval szembeni szabályozói fellépést.

A médiahasználat felől közelítő kutatások szükségszerűen korlátozott magatartás- és véleményformáló képességet vélelmeznek, és abból indulnak ki, hogy a közönség valamilyen módon aktív, tudatos részese a médiatartalmak kiválasztásának és értelmezésének. E megközelítés első médiatudományi alátámasztása az ún. „használat-kielégülés”-modell.⁷⁶ Az 1970-es években Elihu Katz, Jay G. Blumler és

Michael Gurevich által kidolgozott⁷⁷ modell alapállítása, hogy az emberek azért használják a médiát, hogy valamely – jellemzően információszerezési, kapcsolati, szórakozási – szükségletüket kielégítsék. A médiatartalom aktív kiválasztása és befogadása minden esetben a kívánt hatás elérését szolgálja. A médiafogyasztással

kapcsolatos döntések „funkcionális kalkuláción”⁷⁸ alapulnak, és a médiafogyasztást nem a média, hanem a közönség kezdeményezi. E megközelítés szerint a média „összességében csak korlátozott mértékben képes befolyásolni közönségét, mert használata az emberek meglévő elképzeléseihez és attitűdjeihez igazodik.”⁷⁹ A modell alapján az elmúlt években számos kutatás készült, amelyek jelentős része az újabb kommunikációs eszközök és formák használatával kapcsolatban igazolta a modell feltételezéseit.⁸⁰ A megközelítéssel szemben megfogalmazható kritikák⁸¹ ellenére a „használat-kielégülés”-modell jelentősen szélesítette a média és a közönség közötti interakcióról való gondolkodást.

Még tovább megy a közönséget a média elé helyező és aktív médiahasználatot feltételező elméletek sorában Stuart Hall „kódolás-dekódolás”-modellje.⁸² Hall szerint a médiatartalom jelentése a használat során jön létre, és a jelentés kialakítását a tartalom előállításának és befogadásának számos tényezője befolyásolja. Az elmélet szerint a tartalomnak van ugyan a közlő szándékai szerinti domináns jelentése, de a befogadó ehhez különböző módokon viszonyulhat: egyes befogadók elfogadják a domináns jelentést, és maguk is azzal azonos jelentést tulajdonítanak az üzenetnek, mások a domináns jelentést csak részben fogadják el, a közönség harmadik csoportja pedig a domináns jelentést elutasítja, és azzal ellentétes jelentéseket tulajdonít az üzenetnek. Az elmélethez kapcsolódó empirikus kutatások nem

igazolták, hogy a jelentések kialakításában meghatározó szerepe lenne a társadalmi státusznak.⁸³

A médiahatás-kutatás eredményeinek – itt nyilvánvalóan csak részlegesen és felszínesen bemutatott – változatosságából az a következtetés mégis levonható, hogy a jelenlegi médiarendszerben a közönség médiaüzeneteknek való kiszolgáltatottsága fokozatosan, de érzékelhetően csökken. Ahogy a technikai környezettel kapcsolatban már utaltunk rá, a felhasználó egyre hatékonyabban kontrollálhatja, sőt aktívan alakíthatja az elért tartalomkínálatot. A felhasználói kontroll erősödése bekövetkezik a tartalomválaszték jelentős bővülésével, a tartalomhoz való hozzáférés idejének és egyéb körülményeinek meghatározásával, lényegében a médiafogyasztói és szerkesztői pozíciók összeolvadásával, illetve még inkább a növekvő interaktivitással. A felhasználók egyre szélesedő köre számára már nem az intézményesített tartalomszolgáltatók határozzák meg a tartalomkínálatot, hanem saját preferenciáik és tudatos döntéseik. A médiaszabadságot legkevésbé korlátozó szabályozási megoldások azok, amelyek az ilyen fogyasztói magatartást erősítik, akár a megfelelő eszközök – például interaktív digitális vevőkészülékek – széleskörű elterjedésének ösztönzésével, akár a fogyasztói tudatosság erősítésével. Ugyanakkor a médiaszabadság kereteinek újragondolása során azt is figyelembe kell venni, hogy a lehetőségek felerősítik azt a fogyasztói magatartást, amely eleve az adott médiafogyasztó érdeklődési körének és meggyőződésének megfelelő tartalmakat választja ki. Ez a fogyasztói magatartás korlátozza a demokratikus közvélemény megvalósítását, és szintén a fogyasztói tudatosságot erősítő eszközök fontosságát hangsúlyozza.

NYILVÁNOSSÁG

A demokratikus nyilvánosság mércéje a társadalmi nyilvánosság olyan állapotát írja le, amelyben a közönség aktív és tudatos tagjai a közügyekkel kapcsolatos állásfoglaláshoz szükséges minden információt és minden ütköző álláspontot megtalálnak. Ez ugyanakkor állásfoglalást is jelent az Alkotmánybíróság részéről a nyilvánosság értelmezésével kapcsolatban. Funkcióit, működési módját tekintve a demokratikus közvélemény nem más, mint Habermas polgári nyilvánossága. Az Alkotmánybíróság akkor is ezt a nyilvánosságideált követi, ha legutóbbi médiahatározatában már megjelenik „*a fogyasztói kultúra depolitizált nyilvánossága*” is, amelyben sem a közéleti viták, sem a racionális érvelők nem meghatározók.⁸⁴

A nyilvánosság alkotmányjogi jelentősége ugyanis a hozzárendelt ellenőrző és közvetítő funkcióból

ered. Maga a kifejezés egyszerre utal az átlátható állami működésre és az aktív közéleti részvételtre.⁸⁵ A nyilvánosság a demokratikus működés olyan informális biztosítója, amely a demokratikus döntéshozatal megkerülhetetlen résztvevőinek tekinti a tájékozott, konszenzuskereső közösség tagjait. A nyilvánosság fogalmának szükségszerűen van normatív dimenziója.⁸⁶ Ez legerőteljesebben Habermas nyilvánosságkoncepciójában érhető tetten. A normatív nyilvánosságfogalom olyan politikai nyilvánosságot tételez, amelynek meghatározó jellemzője „az általános hozzáférhetőség elve”: „Olyan nyilvánosság, melyből körülhatárolható csoportok eo ipso ki vannak zárva, nemcsak tökéletlen, hanem egyáltalán nem is nyilvánosság.”⁸⁷ Peters szerint a normatív nyilvánosságmodell további ismertetőjegyei a témák és hozzászólások iránti általános nyitottság, valamint az a diszkurzív struktúra, amely biztosítja, hogy „a problémameghatározás és a megoldási javaslatok feletti vitákat érvekkel döntenek el”.⁸⁸

A habermasi nyilvánosság-koncepciót Gerhards diszkurzív-republikánus nyilvánosságmodellként határozza meg, amelyben a nyilvánosság a politikai folyamatok centruma és perifériái – a választópolgár, illetve az egyes polgárok érdekeit artikuláló civil szervezetek és korporációk – közötti közvetítő közeg. A demokratikus akaratképzés a periférián, a polgárok szerveződése által biztosított nyilvános térben indul, és innen jut a pártokon keresztül a politikai döntéshozatal centrumába. Ez az ideális akaratképzési folyamat a gyakorlatban csak kivételen valósulhat meg; Habermas ezért végső soron megelégszik azzal, hogy a centrumban hozott döntések és a periféria nyilvános akaratképzése között minden esetben legyen visszacsatolás. A habermasi nyilvánosságban a diskurzusban meghatározó szerepe van a racionális érvelésnek, ami végső soron valamilyen konszenzus kialakulásához vezet.⁸⁹ Gerhards a habermasi nyilvánosságkoncepcióval a liberális, elsősorban Bruce Ackerman által kidolgozott nyilvánosságmodellt állítja szembe, amely a nyilvánosságnak kevésbé jelentős szerepet szán. E modell szerint a nyilvánosság ugyan nyitott mindenki számára, az egyes polgárokat azonban abban kollektív, meghozza alapvetően a demokratikus választásokon megerősített szereplők reprezentálják. Ez a nyilvánosság-felfogás nem határozza meg az egyes megszólalások értékelésének mércéit, mivel a nyilvánosság legfőbb funkcióját magában a nyilvános megszólalásban, nem pedig az érvelésben és a konszenzuskeresésben látja. A diskurzusban részt vevőkkel szemben az egyetlen elvárás egymás kölcsönös tisztelete.⁹⁰

Már az e megközelítések közötti különbség is elterő szabályozási következtetésekhez vezet. Az ere-

deti habermasi koncepció alapján könnyen igazolható egy olyan szabályozói szerepfelfogás, amely a megjelenő közéleti vélemények kiegyensúlyozására törekszik, aktívan alakítva akár az egyes médiaszolgáltatók médiakínálatát is. Ez a – Cristoph Engel által találóan „vélemény-tervezésnek”⁹¹ nevezett – nyilvánosság akkor működik sikeresen, ha a szabályozó által relevánsnak gondolt álláspontok súlyuknak megfelelően megjelennek benne. A Gerhards által liberálisként jelölt nyilvánosság ezzel szemben nyitottabb az új témák és szereplők iránt, és a viták kimenetele ennél fogva sokkal bizonytalanabb. E nyilvánosság megvalósítása nem igényli a szembenálló vélemények kiegyensúlyozását, sokkal inkább a „kommunikációs esélyegyenlőségen” alapul: a vélemények sokszínű reprezentációja mint a kommunikációs folyamat eredménye helyett a kommunikációs folyamatban való részvételt, a kommunikációs rendszerhez való zavartalan hozzáférést helyezi a szabályozás középpontjába.⁹²

A habermasi nyilvánosságkonceptió az alkotmányjogi szándékokat kielégíti ugyan, a mindennapi médiafogyasztással azonban nehezen hozható összhangba. Számos kritika érte Habermas koncepcióját mint olyat, amely „teljességgel utópisztikus és ugyanakkor félrevezető is, hiszen egy olyan tér, amelyben csakis a szűk és kivételes racionalitás határozza meg a diskurzus életképességét és a cselekvés esélyét, alapvetően félremagyarázza az emberi kommunikáció lehetőségeit és korlátait”.⁹³ Az üzletiesedő tömegmédiát e megközelítésben egyike azoknak a tényezőknél, amelyek a polgári nyilvánosságot felszámolják, méghozzá azért, hogy fő feladatuknak az „egyértékes előállítását” tekintik valamely termék, személy vagy éppen eszme elfogadtatásához.⁹⁴ Császi Lajos a kritikákat összefoglalva megállapította, hogy a habermasi nyilvánosság „[l]ényegében a fehér, középosztályi férfiak nyilvánosságát” jelenti, amelyből „kimaradtak az alsóbb osztályok és a plebejus nyilvánosság, a politikai és kulturális elit, a nők, a fogyasztás, továbbá a burzsoá nyilvánosságnak a kávéházakhoz és a sajtóhoz nem köthető terei is”.⁹⁵

A nyilvánosság értelmezésével kapcsolatban az 1990-es évektől, alapvetően a kereskedelmi televíziózás széleskörű elterjedésével párhuzamosan ugyanaz a fordulat ment végbe, mint ami a médiahatáskutatásban: egyre nagyobb figyelmet kap a tényleges hétköznapi médiafogyasztás, amelyben egyre kevésbé tűnik kiszolgáltatottnak a médiafogyasztó. Császi szerint a nyilvánosság új értelmezéseinek közös jellemzője, hogy azok mindegyike „nem a magánélet és

a közélet szembeállítására, hanem inkább a két szféra állandó kölcsönhatására helyezi a hangsúlyt”.⁹⁶ A tömegmédiát és a bulvár ún. plebejus nyilvánosságában átlagemberek vitatnak meg köznapi nyelven konkrét hétköznapi problémákat.⁹⁷ Az így létrejövő „tömeges szubjektív nyilvánosság” a polgári nyilvánosságot nem kiszorítja, hanem éppen ellenkezőleg, kibővíti a nyilvánosságban korábban meg nem jelenő témákkal, szereplőkkel, beszédmódokkal.⁹⁸ A jelenlegi médiarendszer megértését segíti továbbá a kommunikáció rituális modellje. Eszerint a (kereskedelmi) média használata olyan – a valláshoz hasonló – önkéntes részvételen alapuló, rendszeresen ismétlődő kollektív cselekedet, rítus, amely segít a közös értékek felmutatásában, az identitás formálásában.⁹⁹ E nyilvánosság médiafogyasztói nem kiszolgáltatott, passzív elszennvedői, sokkal inkább aktív résztvevői a média működésének.

A médiáról és a nyilvánosságról való gondolkodás az elmúlt években egyértelműen irányt váltott, aminek során a média és a közönség közötti viszony újragondolása, a hétköznapi médiafogyasztás megértése elsődlegessé vált. E megközelítések közös jellemzője, hogy nem a polgári/politikai nyilvánosságra vonatkozó elméletek helyett fogalmazódnak meg, hanem azok kiegészítéseként. Tagadhatatlan, hogy a demokrácia minősége jelentős mértékben függ a politikai nyilvánosság képességétől saját céljai elérésére. Az alkotmányjogi értelmezés számára a nyilvánosság nem lehet más, mint politikai nyilvánosság, azonban a politikai nyilvánosság működésének megértése, az azzal kapcsolatos elvárások megfogalmazása feltételezi az újabb nyilvánosságmegközelítések figyelembe vételét.

Az alkotmánybírói gyakorlat – és a magyar Alkotmánybíróság e tekintetben egyáltalán nincs egyedül – végső soron inkább tűnik jogi elefántcsonttoronynak, amelyből nemcsak a valóság, de a valóság leírására törekvő más tudományok eredményei sem nagyon látszanak. A médiaszabadság alkotmányos alapjait illetően továbbra is legfeljebb a médiarendszer és a médiafogyasztás 1990-es évekbeli állapotát tekinti kiindulópontnak, ehhez rendeli a médiarendszer kialakításával kapcsolatos célokat és eszközöket. E szabályozás érdeklődésének középpontjában a médiafogyasztó helyett továbbra is a tartalomszolgáltató, a bőségesen rendelkezésre álló kapacitások elérésének gazdasági akadályai helyett továbbra is a szűkösség, a tudatos médiahasználat helyett továbbra is a tilalmak és az előírások állnak. Ha az alkotmányjogi gyakorlat nyilvánosságvíziója

teljesen eltávolodik a mindennapi médiatapasztalattól, akkor az erre alapozott médiaszabályozás szükségszerűen kudarcra van ítélve. A társadalomtudományi eredmények figyelemmel kísérése akkor is nélkülözhetetlen, ha egyébként ezek az eredmények csak egészen kivételesen adnak világos iránymutatást a szabályozás számára.

JEGYZETEK

- * A tanulmány alapjául szolgáló kutatás a Bolyai Kutatói Ösztöndíj keretében készült.
1. Részletesen ld. KOLTAY András – POLYÁK Gábor: Az Alkotmánybíróság határozata a médiaszabályozás egyes kérdéseiről, *Jogesetek Magyarázata*, 2012/1. 11–49.; SZIGETI Tamás: Sajtó. Szabadság? A médiahatározat alapjairól az írott sajtó szabályozásának tükrében, *Fundamentum* 2012/1. 77–84.
 2. IX. cikk (2) bekezdés: „Magyarország elismeri és védi a sajtó szabadságát és sokszínűségét, biztosítja a demokratikus közvélemény kialakulásához szükséges szabad tájékoztatás feltételeit.”
 3. 30/1992. (V. 26.) AB hat.
 4. 37/1992 (VI. 10.) AB hat.
 5. 18/2004. (V. 25.) AB hat.
 6. 30/1992. (V. 26.) AB hat.
 7. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 8. 37/1992 (VI. 10.) AB hat.
 9. A német alkotmánybíróság gyakorlatában ld. BVerfGE 12, 205, 227.
 10. 37/1992 (VI. 10.) AB hat.
 11. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 12. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 13. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 14. A német alkotmánybíróság a Caroline-ítéletben (BVerfGE 101, 361.) kifejezetten rögzíti: „A tisztán szórakoztató tartalmak véleményformáló vonatkozása nem zárható ki eleve. Egyoldalú lenne azt állítani, hogy a szórakoztató tartalmak kizárólag a kikapcsolódás és a valóságtól való menekülés iránti igényeket elégítik ki. E tartalmak is közvetíthetnek képet a valóságról, és megbeszélhető témákat biztosítanak, amelyekhez párbeszéd és integrációs folyamat kapcsolódhat, amelyek hatnak a beállítódásokra, az értékrendekre és a magatartási mintákra. Ilyen módon e tartalmak is fontos társadalmi funkciókat látnak el.” Más határozatában úgy fogalmaz, hogy „a televízió tájékoztató funkciója nem korlátozódik a szűk értelemben vett politikai információkra. A véleményformálás a közérdek más tárgyaival is megvalósul, anélkül, hogy a relevancia vagy az irrelevancia objektív kritériumai meghatározhatók lennének.” (BVerfGE 97, 228.)
 15. 37/1992. (VI. 10.) AB hat.
 16. 30/1992. (V. 26.) AB hat.
 17. 30/1992. (V. 26.) AB hat.
 18. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 19. Btk. 269. § (2) bekezdés, megsemmisítette a 30/1992. (V. 26.) AB határozat.
 20. Részletesen ld. POLYÁK Gábor: Pluralizmus és médiaszabályozás, *Jogtudományi Közlöny* 2009/5., 208–220.
 21. Koltay András ilyen értelmezését ld. KOLTAY András – POLYÁK Gábor (20. vj.)
 22. Részletesen ld. Wolfgang HOFFMANN-RIEM: *Wandel der Medienordnung. Reaktionen in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft*, Baden-Baden, Nomos, 2009; *Communication and Law. Multidisciplinary Approach to Research*, eds. Amy REYNOLDS – Brooke BARNETT, Mahwah – New Jersey – London, Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
 23. Wolfgang HOFFMANN-RIEM: Medienwirkung und Medienverantwortung, in: HOFFMANN-RIEM (22. vj.) 685.
 24. „Alltagstheorien”. HOFFMANN-RIEM (21. vj.) 683.
 25. HOFFMANN-RIEM (21. vj.)
 26. Wolfgang HOFFMANN-RIEM: Sozialwissenschaften in der Rechtsanwendung – am Beispiel der Nutzung der Medienforschung in der Rechtsprechung zum Medienrecht, in: HOFFMANN-RIEM (21. vj.) 714.
 27. HOFFMANN-RIEM (26. vj.) 715.
 28. HOFFMANN-RIEM, (26. vj.) 718.
 29. Anthony L. FARGO: Social Science Research in Judge’s First Amendment Decisions, in: REYNOLDS – BARNETT (22. vj.) 35.
 30. Részletesen ld. FARGO (29. vj.)
 31. Vince BLASI: The newsman’s privilege: An empirical study, *Michigan Law Review*, 1971/70., 229–284. Idézi FARGO (29. vj.) 30.
 32. FARGO (29. vj.) 32.
 33. Az európai médiarendszerek fejlődését ld. Bernd HOLZNAGEL: *Rundfunkrecht in Europa*, Tübingen, J.C.B. Mohr, 1996.
 34. BVerfGE 57, 295.
 35. *Red Lion Broadcasting Co. v. FCC*, 395 U.S. 367 (1969).
 36. *Informationsverein Lentia and Others v. Austria*, 24 November 1993, Series A no. 276.
 37. 37/1992. (VI. 10.) AB hat.
 38. Ld. POLYÁK Gábor: *A médiarendszer kialakítása. A piaca lépés és a hozzáférés alkotmányjogi, közösségi jogi és összehasonlító jogi elemzése*, Budapest, HVG-Orac, 2010.
 39. Ld. POLYÁK (38. vj.)
 40. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
 41. Gálík Mihály megfogalmazásában „Amennyiben [...] középre torlódnak a nézői preferenciák, akkor a racionális műsorszervezet a kereskedelmi televíziózás modelljében minden műsorszolgáltató számára a középutas, még verseny, pontosabban oligopol piacszerkezet esetén is.” GÁLÍK

- Mihály: *Médiagazdaságtan*, Budapest, Aula Kiadó, 2003, 276.
42. Georgios GOUNALAKIS: Medienkonzentrationskontrolle versus allgemeines Kartellrecht, *Archiv für Pres-serecht*, 2004/5., 395.
43. Az eredeti angol szövegben „ugyanabból lesz több”.
44. Mónica ARIÑO: Versenyjog és pluralizmus az európai digitális műsorszolgáltatásban: az űr kitöltése, in: *A médiakoncentráció szabályozása*, GÁLIK Mihály (szerk.), Budapest, Gondolat Kiadó, 2011, 204.
45. Idézi Mike FEINTUCK – Mike VARNEY: *Médiaszabá-lyozás, közérdek, törvény*, Budapest, AKTI-Gondolat, 2010, 87.
46. GÁLIK (41. vj.) 274.
47. A modellt és annak kritikáját részletesen ld. GÁLIK (41. vj.) 274–276.
48. Elérhető: http://mediatorveny.hu/dokumentum/174/ipsos_kutatas_2011_vegleges.pdf
49. Mérték Médiaelemző Műhely: Hírfogyasztás, plura-lizmus, demokratikus részvétel – A sokszínű tájékozódás esélyei, <http://mertek.eu/jelentesek/hirfogyasztas-pluralizmus-demokratikus-reszvetel-a-sokszinujelentesei>. A kutatás során feltett kérdés az volt, hogy az elmúlt egy hétben a felsorolt sajtótermékek közül a megkérdezett melyiken nézett, olvasott vagy hallgatott politikai, aktuális, közéleti híreket, cikkeket, illetve műsorszámokat.
50. Mérték Médiaelemző Műhely: Válságtünetek – mi tör-ténik a magyar médiapiacra? <http://mertek.eu/jelentesek/valsagtunetek-mi-tortenik-a-magyar-mediapiacra>
51. Részletesen ld. Denis McQUAIL: *A tömegkommunikáció elmélete*, Budapest, Osiris Kiadó, 2003, 367.
52. HOFFMANN-RIEM (21. vj.) 684.
53. 1/2007. (I. 18.) AB hat.
54. BVerfG, 1 BvR 2270/05 (11.9.2007) 116.
55. BVerfGE 90, 60.; BVerfGE 97, 228.
56. Informationsverein Lentia and Others v. Austria, 24 November 1993, § 38, Series A no. 276; Jersild v. Denmark, 23 September 1994, § 31, Series A no. 298.
57. James v. Meow Media, Inc., 300 F.3d 683, 6th Circuit Court of Appeals, 2002.
58. Interactive Digital Software Ass'n v. St. Louis County, 329 F.3d 954, 8th Cir., 2003.
59. A két ítélet között olyan alapkérdésben is eltérés van, hogy a videójátékok az Első Kiegészítés alá tartoznak-e egyáltalán. A kerületi bíróság szerint nem, a fel-lebbviteli bíróság szerint igen.
60. American Booksellers v. Hudnut, 771 F.2d 323, 7th Cir., 1985.
61. Idézi FARGO (29. vj.) 34.
62. Wolfgang SCHWEIGER: *Mediennutzung. Eine Ein-führung*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissen-schaften, 2007.
63. Ld. BAJOMI-LÁZÁR Péter: *Média és társadalom*, Buda-pest, Antenna Könyvek, PrinXBudavár, 2006.
64. Idézi SCHWEIGER (62. vj.) 60.
65. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 122.
66. Ld. Em GRIFFIN: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*, Budapest, Harmat Kiadó, 2001, 328.
67. Roland BURKART: *Kommunikationswissenschaft*, Wien – Köln – Weimar, Böhlau Verlag, 2002.
68. Ld. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 127.
69. GRIFFIN (66. vj.)
70. MYAT Kornél: Médiaelméletek és a késő-modern mé-diakörnyezet, *Médiakutató*, 2010/2., 51.
71. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 129.
72. Magyar nyelven ld. Maxwell McCOMBS – Donald SHAW: A tömegmédia témakijelölő funkciója, in: *Média, nyilvánosság, közvélemény*, ANGELUSZ Róbert, TARDOS Róbert, TERESTYÉNI Tamás (szerk.), Buda-pest, Gondolat Kiadó, 2007. 252–261.
73. GRIFFIN (66. vj.) 374.
74. Ezekről ld. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.)
75. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 131.
76. Összefoglalóan ld. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.); BURKART (67. vj.) 222.
77. Magyar nyelven ld. Elihu KATZ – Jay BLUMLER – Michale GUREVITCH: A tömegkommunikáció hasz-nálata az egyének által, in: ANGELUSZ – TARDOS – TE-RESTYÉNI (72. vj.) 210–228.
78. SCHWEIGER (62. vj.) 61.
79. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 134.
80. Ezek összefoglalását ld. SCHWEIGER (62. vj.) 64.
81. Összefoglalóan ld. MYAT (70. vj.)
82. Magyarul ld. Hall STUART: Kódolás – dekódolás, in: ANGELUSZ – TARDOS – TERESTYÉNI (72. vj.) 131–143. Összefoglalóan ld. BAJOMI-LÁZÁR (63. vj.) 137.
83. David Morley kutatását idézi MYAT (70. vj.) 55.
84. 165/2011. (XII. 20.) AB hat.
85. Bernhard PETERS: A nyilvánosság jelentése, in: AN-GENUSZ – TARDOS – TERESTYÉNI (72. vj.) 614–617.
86. Jeffrey WIMMER: *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft, Analyse eines medialen Spannungs-verhältnis*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissen-schaften, 2007, 64.
87. Jürgen HABERMAS: *A társadalmi nyilvánosság szerkezet-változása*, Budapest, Századvég – Gondolat, 1993, 150.
88. PETERS (85. vj.) 619.
89. Jürgen GERHARDS: Konzeption von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen, in: *Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen*, Otfried JARREN – Friedrich KROTZ (Hrsg.), Baden-Baden – Hamburg, Nomos, 1998, 28.
90. GERHARDS (89. vj.) 31.
91. Christoph Engelt idézi Henning NEVER: Sokszínűségi utasításra – a médiarendszer kialakítására vonatkozó

- szabályozás célszerűsége versenyjog-elméleti megközelítésben, in: GÁLIK Mihály (szerk.): *Tanulmányok a médiakoncentráció szabályozás tárgyköréből*, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Alapítvány, Kézirat, 2007, 58.
92. Ld. Wolfgang HOFFMANN-RIEM: *Regulierung der dualen Rundfunkordnung. Grundfragen*, Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 2000, 100.
93. Roger SILVERSTONE: *Médiaerkölcs*, Budapest, Napvilág Kiadó, 2010.
94. HABERMAS (87. vj.) 282.
95. CsÁSZI Lajos: *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*, Budapest, Gondolat Kiadó, 2011. 36.
96. CsÁSZI (95. vj.) 36.
97. BAJOMI-LÁZÁR Péter: *Média és politika*, Budapest, Antenna Könyvek, PrintXBudavár Zrt., 2010. 169.
98. Michael Warner koncepcióját elemzi CsÁSZI (95. vj.) 37–39.
99. Összefoglalóan ld. BAJOMI-LÁZÁR (97. vj.) 173. Ugyanitt ld. még a jelenlegi médiarendszer leírására alkalmas neotelevízió koncepcióját.