

**Faragó László:**

## **A KÖZVÉLEKEDÉS ÉS A KATONAI TÁJÉKOZTATÁS KAPCSOLATA A MAGYAR HÍRSAJTÓ TÜKRÉBEN (1990–1999)**

**Rezümé:**

A Szemle (a HM sajtókiadványa) feladata 1989-től a kiegyensúlyozott dokumentálás és a katonai vezetők informálása, majd a médiahatás-elemzés és az interakció-gyűjtés volt. Megállapítható, hogy HM kommunikációs műhelyeiben tudatos média-tematizációról csak a plurális médiarendszer kialakulása után lehet beszélni.

**Kulcsszavak:**

dokumentálás, informálás, média-tematizáció, hírgyár, konstruált valóság

**László Faragó:**

### **THE PUBLIC OPINION AND THE ARMY COVERAGE IN THE LIGHT OF THE HUNGARIAN NEWS PRESS RELEASES (1990–1999)**

**Résümé:**

The mission of the „Szemle” (the press report for the Minister of Defence, MD) was the press releases monitoring, than well-balanced documentation and to give information of the military leadership, later the media impact analysis. It was determined that in the communication workshops of MD can talk about from the agenda setting only after set up the hungarian pluralistic media system.

**Keywords:**

Dokumentation, information, agenda setting, news-factory, constructed reality.

Az alábbi dolgozat kiindulópontját egy precízen összeállított, de önmagában „nyers” könyvtár jelenti.<sup>1</sup> A Honvédelmi Minisztérium (HM) sajtómunkásai a rendszerváltás első évtizedében összegyűjtötték és írott formába öntötték, „fordították” a katonai aktivitásokkal kapcsolatban az írott és elektronikus sajtóban megjelent közleményeket.

A sajtófigyelőnek szánt dokumentumokban (a továbbiakban: Szemle) leírt riportok és tudósítások alapján azt vizsgálom, hogy milyen mélységű volt a rendszerváltás első éveiben a civil-polgári és a katonai-társadalom egymásra hatása. Ezen belül figyelemmel kísérem, hogy a HM szempontjából fontos események milyen hatással és mennyi ideig tudták tematizálni a magyar sajtót.

Úgy vélem, a HM kommunikációs műhelyeiben sajtótudatos média-tematizációról csak a plurális médiarendszer kialakulása után lehet beszélni. Az információkat korábban előzetes ellenőrzésnek vették alá, kifejezetten az esetleges hírszerzési aktivitások elkerülése érdekében vagy éppen ezek befolyásolására. (Akarattal nem az „előzetes cenzúra” kifejezést használtam, amely *Feintuck* és *Varney* szerint a sajtószabadság legszigorúbb korlátozása. Ebben az esetben a védelmi képesség megtartása érdekében volt erre szükség.)

A rendszerváltás első öt évére a „katonai nyilvánosság” kiteljesedése jellemző. A kereskedelmi televíziók és rádiók koncessziójának meghirdetése (1997) előtt nem kellett számolni a magyar médiafogyasztó közönség strukturáltságával, belső szocio-kulturális rétegzettségével. És egyáltalán nem kellett figyelembe venni a politikai

---

<sup>1</sup> Szemle, 2000

megosztottságát sem. Vagyis csak a kereskedelmi tévék és rádiók megjelenésével egy időben figyelhető meg, hogy olyan, a katonasággal kapcsolatos témák kerültek a közbeszédbe, amelyeket a HM sajtóosztályának munkatársai generáltak.<sup>2</sup> Az átalakítás olyan érdek- és értéktagolt társadalomban zajlott, amelyben szükség volt a katonai (jobban érthető szóhasználat: honvédelmi) nyilvánosságra is.

## A kutatás

A honvédelmi nyilvánosság részének tartom mindazon katonai információkat, amelyekre szükségük van a társadalom tagjainak a véleménynyilvánításhoz. Azokat az információkat is ide sorolom, amelyekkel a honvédelmi tárca a nemzet biztonságát erősíti.

Megjegyzendő, hogy Közép-Európában a nemzeti haderőépítés során sehol másutt nem voltak ennyire kiszolgáltatottak a katonák a nemzetközi erőviszonyok alakulásának, a külpolitika gyakran változó követelményeinek. Ez magával hozta, hogy a HM-ről, az átalakításról vagy a misszióról szóló hírek kezdtek kevésbé érdekesekké válni az átlagos médiafogyasztó számára. Véleményem szerint a HM sajtóosztálya gyorsan és hatékonyan reagált a magyar médiapiac 1996-os átalakulására, az új típusú médiairányításra.

## Hipotézisek

Feltételezem, hogy a HM sajtóosztálya szervezetszociológiai szempontból – főként a délszláv missziókba való bekapcsolódás után – egyfajta „hírgyárként” működött, mert olyan hírértékű információkat bocsátott ki, amelyek magas aktualitásuk, politikai-társadalmi vonatkozásaik miatt gyakran töltötték be a „hard-news” szerepét (Jenei 2001). Többnyire olyan eseményekről tudott beszámolni, amelyekről az átlagos állampolgárnak nem volt (és 1990 előtt nem is lehetett) semmilyen empirikus tapasztalata. Vagyis – *Max Weber* véleményével egyetértve – a munkakörnyezet (speciális, civilek elől zárt világ), a munkaszervezés (hierarchikus fegyelem) és a szakmai kultúra meghatározta a végtermék minőségét. Feltételezem azt is, hogy ezek az üzenetek ekkor még hosszú távú, kognitív hatásúak voltak. Csak később, a plurális médiarendszer kialakulásával váltak mind rövidebb üzenetekké, az ezredfordulón pedig már csak perc-hírekről beszélhetünk, amelyek jó esetben 24 órán át éltek valamelyik hírszerkesztőségben. Gyakran sikerült elérni, hogy meghatározzák: miről, milyen témákról gondolkozzanak az emberek. Eközben nyilvánvaló kudarc lett volna, ha a „mit gondoljanak?” kérdésre teszik a hangsúlyt (Tamás Pál, 2001).

*George Gerbner* kutatásaiból kiindulva elemzem azt is, hogy mennyire volt tudatos a kultivációs paradigma alkalmazása az egyébként hírérték-központú HM sajtóközpontban. A magyar származású amerikai tudós ugyanis úgy vélte, hogy a

---

<sup>2</sup> A Rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. I. törvényt ugyan 1995 decemberében fogadta el az Országgyűlés 94 százalékos többséggel, de a koncessziós eljárások és a verseny körüli máig tisztázatlan anomáliák miatt csak 1997 decemberében indulhatott a kereskedelmi televíziózás és rádiózás Magyarországon. Hozzá kell tenni, hogy a 2009-ig leghallgatottabb kereskedelmi rádió, a Sláger, az indulás utáni hetekben csak folyamatos zenét sugárzott, tehát még véletlenül sem lehetett arról beszélni, hogy híreit tekintve bárkire is hatással lett volna, és ezzel együtt nem volt célpontja a hírgyáraknak sem.

médiából (Gerbner ezen belül a televízió hatását vizsgálta) érkező információk kumulatívak, függenek a befogadó attitűdjétől, de végül jelentős hatásúak (Griffin, 2001). Az elemzés tehát kitér arra, hogy milyen gyakorisággal jelentek meg a katonasággal kapcsolatos információk a sajtóban és mit mutat ezek ismétlődése, periodicitása.

### **A vizsgálat fő irányai**

A vizsgálat során bemutatom a HM sajtóval kapcsolatos intézmény-rendszerét, a szervezeti változtatásokat a rendszerváltástól a NATO-tagságig terjedő időben.

A szemlélők által összeállított tíz év sajtófigyelése a magyar társadalmi változások olyan időszakát jelenti, amely a társadalmi struktúrára évtizedekig hatással lesz. Ebben az időben léptünk ki a Varsói Szerződésből, ez idő alatt vonultak ki a szovjet csapatok hazánkból (1991) a délszláv válság kapcsán évtizedek után először lépett magyar katona külföldi hadműveleti területre (1996) és hosszas tárgyalássorozat után tagjai lettünk a NATO-nak (1999).

A Magyar Rádió tudósítójaként négy éven át testközelből követhetem nyomon az amerikai katonák Taszárra érkezését, a vadászgépek indulását Belgrád felé, vagy a Predatorok felkészítését. Közvetlen közelről tapasztalhattam, hogy működik az amerikai hadsereg „hírgyára”, a sajtóközpont.

Nem vizsgálom viszont a médiaüzenet hosszú távú társadalmi hatását, mert a dolgozat kontextusában az utólagos empirikus kutatás nem adna valós eredményt. Kísérletet teszek viszont arra, hogy az említett vizsgálati periódusokban kiderítsem a hír keletkezésének helyét.

### **Módszertani szempontok**

A vizsgálatot néhány speciális mutató kapcsán végeztem el (vagyis nem vállalkoztam a több ezernyi cikk teljes elemzésére): vizsgáltam a haderővel kapcsolatos megjelenések számának alakulását, a témákat és azok intenzitását; áttekintettem a „mi történt” típusú kérdések közül az általam legfontosabbnak ítélteteket, elemeztem a hírek hosszát, az idézett informátorok számát, a megszólalók számát. Kitérek az újságírói műfajokra. Vizsgáltam azt is, hogy a közleményekben mikor jelenik meg az interakció vagy visszacsatolás.

A hét napjait illetően főként a péntekre és a hétfőre fókuszáltam: pénteken gyakran találok olyan elemzésekkel, amelyek az elmúlt hétre vonatkoztak, hétfőn viszont az egész hét vége médiaüzenetét foglalták össze. Szerkesztői gyakorlatomból egyértelmű tapasztalat, hogy a tematizációkra a szombatot és a vasárnapot használják fel, akik tudatosan szeretnék tematizálni a közbeszédet. Vagyis abban az időben jelentenek meg híreket és közleményeket, amikor nincs parlamenti munka, nem működnek a hivatalok, tehát „önmagától” viszonylag kevés hír generálódik.

A médiatípusok közül a hangsúlyt a rádióra helyeztem. A rádiók már az első világháborúban nagyon sikeres propagandaeszközzé váltak, de rendszerváltás rendkívül felfokozott hírigényét, és a plurális médiarendszer kialakulását (1986–1996)<sup>3</sup> figyelembe véve a két időszak között párhuzam vonható. Ez idő tájt

---

<sup>3</sup> A plurális médiarendszer kialakulása Magyarországon a Magyar Rádió szervezetében megalakult Danubius Rádió működésével kezdődött és az Rttv. törvény elfogadásával, pontosabban a kereskedelmi médiumok koncesszió meghirdetésével fejeződött be. A társadalmi változásokat pedig a 2010 decemberében elfogadott Mttv. és Sttv. elfogadása tükrözte. (Faragó, 2006)

jelentek meg Magyarországon az engedély nélküli rádiók, a kalózkodók, vagyis jelentős igény mutatkozott a rádióból érkező információkra (és a közszolgálati adók által sugározthoz képest sokkal több zenére), ez is alátámasztja a választott vizsgálati módszert.

Fontosnak tartottam annak a kiderítését is, hogy milyen csatornán keresztül jutott el az üzenet a közönséghez, vagyis a médiafogyasztóhoz.<sup>4</sup>

A rendszerváltás utáni évekhez képest homlokegyenest más helyzet alakult az elektronikus média terén 1993 és 1997 után az országos kereskedelmi televíziók és rádiók megjelenésével. Ennek hatását is vizsgáltam a megjelent és sugárzott információk tükrében. A kiegyensúlyozottság érdekében elemeztem az elektronikus médiában és a nyomtatott sajtóban megjelenő, katonaságról szóló írások arányát.

A Szemlében természetesen nem jelent meg, de külföldi hírszerzők egészen biztosan tudomást szereztek két, a tárgyidőszakban Magyarországon működött gerillarádióról.<sup>5</sup> Mindkét adót az amerikaiak működtették a dél-szláv válság időszakában. Azok tartalmainak szerkesztésben sem a honvédelmi tárca, sem pedig a hazai hírügynökségek nem vettek részt, és a Szemlében sem jelent meg egyetlen információ sem ezekből a programokból.

### **A HM „hírgyára” kialakulásának és működésének körülményei**

A tájékoztatást tekintve krízishelyzet volt a rendszerváltás időszaka (Szemerei, 1993). *Szemerei László*, visszaemlékezve erre az időszakra és levonva a következtetéseket, úgy fogalmazott: egy katonai szervezeten belül a vezetésnek kezdeményezőnek kell lennie annak érdekében, hogy ura legyen a helyzetnek; a tájékoztatásért felelősöknek pedig igyekezniük kell legyőzni a szervezetek természetes reakcióját: az elzárkózást a kommunikáció elől.

1989-ben *Keleti György*, későbbi honvédelmi miniszter személyében találták meg azt az embert, aki hajlandó volt és megfelelően tudott is kommunikálni a katonaság – korábban csaknem minden részében titkosnak minősített – belső világáról. Ehhez azonban kellett *Kárpáti Ferenc*, aki 1986-ban lett miniszter és mellesleg nyilvánosságpárti volt<sup>6</sup> – derült ki azokból az interjúkból, amelyeket a cikk írása kapcsán készítettem. Interjúalanyaim egyébként megjegyezték azt is, hogy 1990-ben egyedül Kárpáti Ferenc kapott elismerést a rendszerváltás utáni első szabadon választott hatalomtól. A miniszter 1989-ben, civilben jelent meg a külföldi újságírók előtt, akik arról is kérdezték, hogy bevethetnék-e a hadsereget a politikai, gazdasági átalakulás idején?

1989-ben a hivatásos katonák társadalmi presztízse még mindig leszálló ágba volt. Sokat javított az egyenruhások megítélésén az 1989-es romániai

---

<sup>4</sup> Itt csatornán a műsorszolgáltatót értem, amelyet a sajtótükör pontosan követ

<sup>5</sup> A guerilla szó a spanyol *la guerre*, vagyis a háborúból származik és háborúcskát jelent, a harcnak olyan irreguláris elemét, amely a regnáló hatalom ellen irányul. A gerillarádió az engedély nélküli vagy kalózrádiók egyik fajtája, amely kifejezetten valamely más nemzet felé irányuló híradást, társadalmi változást elősegítő programot jelent. Szólhat az adott országban telepített adóról, vagy a határon túlról.

<sup>6</sup> Keleti György, 1997

forradalom idején indított kórházvonalat.<sup>7</sup> És Keleti György, aki nemcsak az újságírók kérdéseire válaszolt nyitottsággal és alaposan, hanem később médiaszemélyiséggé vált.

1989 másik jelentős eseménye Nagy Imre újratemetése, ahol a honvédség egyik feladata a hangosítás volt. (Sorfolat is álltak a katonák: ezt a „társadalmi közeledést” az MTV egyenesben közvetítette.)

A kilencvenes évek elején a hangsúly a valóság bemutatásán volt. A társadalmat a médiumok által értelmezett képen keresztül lehetett elérni. A rendszerváltás, a civil társadalom kialakulásának kezdeti időszaka magával hozta azt az alapvető társadalmi szükségletet, hogy mindenki hozzáférjen a korábban teljesen elszigetelt világ híreihez. Ahogy Szabó János fogalmaz: épp ideje volt, hogy „szembesítse az állami aktivitás célkitűzéseit a strukturált népesség céljaival” (Szabó, 2001).

Az Antal-kormány honvédelmi minisztere, Für Lajos megtartotta Keletit, mint a HM szóvivőjét, de nagyon erős kontroll alatt, vagyis messze nem fogadta bizalmába. Három évvel később Keleti György meg is vált a tisztségtől, és Erdélyi Lajosnak adta át hivatalát, aki a délszláv válság mellett a NATO-csatlakozást is „végigbeszélte”.

1991 évelejen alakult meg a Honvédelmi Minisztériumon belül a Társadalmi Kapcsolatok Főosztálya (Kozma Tóth István, 1993), amelyen belül sajtóosztályt is létrehoztak. Megrendelték az összes magyarországi újságot, oda telepítették az MTI telexgépét – vagyis, mint egy szerkesztőség, azonnal értesültek minden hírügynökségi jelentésről. Reggel nyolckor már a miniszter asztalán volt a sajtószemle, délelőtt 11 órakor pedig a nyomdából egy bővebb kiadás, akár 100 oldalas jelentés is kikerülhetett. A szóvivő a miniszter alárendeltségében amolyan „önálló intézményként” dolgozott. Munkáját a helyettes államtitkár alárendeltségébe tartozó sajtóosztály segítette.

Interjúalanyaim szerint a hírek utáni igény robbanásszerű növekedését 1993 hozta meg: a délszláv-válság, a Somogy megyei Barcs temetőjébe esett jugoszláv bomba, a békepartnerségi program, a NATO-csatlakozásra való készülés és 1995-ben az amerikai katonák Taszárra érkezése, valamivel később pedig az első négyszáz fős magyar egység Okucaniba küldése.

1994-ben már Erdélyi Lajos volt a szóvivő. Időközben a sajtószemle is megváltozott: tömörítve, a hírek rezüméjét jegyezték le. 1997-től Sajtó Főosztály működött, három osztállyal, 1998-ban pedig Tájékoztatási Főosztály alakult, önálló sajtóosztállyal.

A hadsereg történései többé már jelentettek nem tabutémát.

### **Arcsal a katonai sajtó felé**

A Szemle első száma 1989. decemberi keltezésű. (Ezt fontos hangsúlyozni, mert Vastagh László, aki az első tíz évről szóló archívumot szerkesztette, a későbbiekben katalógusszámmal látta el a szemléket.) Szombaton és vasárnap sohasem készült kiadás és néhány ünnepnapon szintén nem állítottak össze jelentést.

A Szemlében közreadott szerkesztett sajtóhírek valójában a mindenkori miniszter, a politikusok, és az érdeklődők eligazodását segítették az országot és a polgárokat érintő katonapolitikai és fontos társadalompolitikai kérdésekben. Ebben az összefüggésben ugyanazt a szerepet kapta, amit egy hírműsor: olyan információkkal

---

<sup>7</sup> Szemle, 1990

látta el az olvasót, amelyek alapján könnyebben tudott eligazodni a politikai, gazdasági kérdésekben (Jenei, 2001).

Egyfelől tehát a kiegyensúlyozott, széleskörű *informálás* volt a Szemle célja, a másfelől pedig a *dokumentálás*. Olyan események is bekerültek a szemlébe, amelyből az érdeklődő precíz képet kap az adott időszak – elsősorban társadalmi jelenségeiről, a hazai és külföldi politikai, gazdasági történésekről. Nem véletlen tehát, hogy amikor Für Lajost az MDF alelnökének választották<sup>8</sup> az érintettség miatt a Kossuth Rádió hírét, külön a Népszabadság és más lapok információját is beszerkesztették – jóllehet, közvetlenül semmilyen kapcsolat nem volt honvédelmi miniszteri hivatala és a pártjában viselt tisztsége között.

Érdeemes szót ejteni a dokumentálás módszertanáról. A sajtosztály ezzel megbízott ügyeletesen rögzítette a rádió és az MTV híreit, tudósításait és a HM gépírója ezeket szó szerint leírta. (A riportereknek is köszönhetően számos érdekes elírásokat találtam. Például amikor Gungl László, pécsi tudósító helyett Gong Lászlót írtak...) Ugyanakkor egyértelmű, hogy a munka a HM-ben készült (több helyen megtalálható a jegyző monogramja is) – vagyis nem azt a leíratot vették át, amelyet például a Kossuth Rádióban készítettek, hanem önálló intézményként működött a sajtóosztály hírleíró-átíró szekciója.

A tíz év szemléit évente és ezen belül is önálló mappákra osztották, a napi jelentés külön file-okban található. Ezek általános jellemzője, hogy a szerkesztő mindig a Kossuth Rádió híreit és a Krónika műsorát tette az első helyre. Amikor itt valamiért nem találtak híreket (esetleg nem volt, aki rögzítse), akkor az MTV1 hírei kaptak prioritást, ha ez sem volt, akkor napilapokból szemléztek. A közszolgálati (akkor inkább monopolhelyzetben lévő) Kossuth Rádió privilégiuma négy tényezőhöz köthető.

1. A Kossuth reggeli és a déli hírműsorait csaknem egy millióan hallgatták (12%, 800 000 – 1 000 000) 1996-ig. Ez a tévéhez képest is jelentős médiahasználatot jelentett. A rádióhallgatók pedig – vitáikban és beszélgetéseikben – gyakran alkalmazták a rádió által közvetített témaprioritást (Tamás Pál, 2001).
2. Az aktív hallgatók magas száma abból adódott, hogy Kossuthtal szemben nem volt alternatíva, komoly versenytárs, amely megosztotta volna a figyelmet.
3. A hitelesség, amelyet a rendszerváltás után három évvel kirobbant médiaháború és az elektronikus médiából történt elbocsátások sem tudtak jelentősen kikezdeni.
4. A közvetlen érintettség. A közrádió olyan riportokban tudott beszámolni az emberek számára közvetlenül is átélhető társadalmi jelenségekről, amelyet a köztvé mennyiségben nem tudott követni.

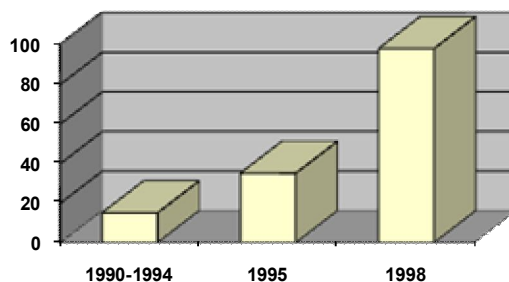
A médiapiaci helyzet 1999-ben már korántsem tükrözte az évtized elejének struktúráját. A Szemle készítői ennek ellenére ragaszkodtak a korábbi gyakorlathoz és az ezredforduló előtti, utolsó Szemle is ennek alapján, a Kossuth Rádió elsőségével kezdődött.

A nyomtatott sajtó esetében semmilyen hierarchikus viszonyt nem találtam. Legfeljebb annyi megfigyelhető, hogy a megyei lapok esetében a Petőfi Népe, Hajdú-

---

<sup>8</sup> A Csengey Dénes halála miatt megüresedett tisztséget vette át.

Bihari Napló, a Zalai Hírlap és a Somogyi Hírlap, a Pesti Hírlap sokkal többet szerepelt, mint a többi. Ennek valószínűsíthető okai között említhetjük egyrészt a szerkesztők a kiegyensúlyozottságra való törekvését a központi lapok nem vették át az MTI-hírt.



1. ábra  
A Szemle által idézett cikkek mennyisége (db)

A terjedelem egyfelől az események fontosságához köthető, másfelől pedig az 1996-os médiatörvény után elindult kereskedelmi tévék generáltak a korábinál jóval bővebb napi szemléket. 1990 és 1995 között általában 3–15 oldal terjedelműek voltak a sajtótükrök. Az írások műfaját tekintve a legtöbb esetben hírek és tudósítások szerepeltek. 1995-ben már gyakori a 28–35 oldal is. De a NATO csatlakozás napján, 1999. március 12-én 98 oldalas a Szemle és sikerült a következő néhány napot megfelelően tematizálni a hírrel, mert előtte és utána is hatvan-nyolcvan oldalban tudták csak összefoglalni a témával kapcsolatos információkat. 1996 után az interjúk (kerekasztal beszélgetések, viták) száma is megnőtt a nyomtatott sajtóban és a kereskedelmi tévékben. Részben ennek köszönhető, hogy a Szemle is hosszabb lett, hiszen ezeket gyakran szó szerint idézték a jelentésben.

A Szemle nyilvánvaló harmadik célja a médiahatás elemzését szolgálta: mennyiben tükröződtek a hírekben a politika és a HM szereplőinek elképzelései. Tamás Pál szerint a magyar politikai rendszer és a média viszonya a rendszerváltás utáni időben az amerikai és a brit modell között helyezkedett el (Tamás Pál, 2001). Az előbbi estében sokkal jobban kirajzolódik, nyilvánosságra kerül a politika és a pénz viszonya, míg az angoloknál a politikus magasabb presztízsűnek számít a társadalomban az erősen átpolitizált társadalom okán.

Az újságírás, mint szakma társadalmi státusa, a rendszerváltást követő években jelentősen emelkedett. Különösen a rádió és televízió munkatársai esetében figyelhető meg ez a jelenség. A riportereknek tájékoztatási kötelezettség tekintélyt jelentett, a hírgyártás pedig meglehetősen jó jövedelmet. Az MTV-nél – később a kereskedelmi televízióknál is – kiugróan magasak voltak a honoráriumok. Ennek alapján nem nehéz belátni, hogy az újságíró presztízse nálunk is magas volt ebben az időszakban.

Szemerei, a már korábban is idézett tanulmányában, úgy fogalmazott, hogy „... az információs munkával megbízott tisztek kötelesek rendszeresen találkozni az újságírókkal és velük a kölcsönösen érdeklődésre számot tartó kérdésekben

*párbeszédet folytatni (...) A médiumok képesek a lakosságot a fegyveres erőszak elfogadtatására hangolni, a kormány támogatását biztosítani*” (Szemerei, 1993). Ehhez azonban legalább két elméletnek kell egyidejűleg teljesülni. Az egyik, hogy a médiahatás kumulatív legyen és hosszútávon érjen el eredményt (Gerbner, 2000).<sup>9</sup> A másik, hogy a médiaüzenet személyesen is érintetté tegye a befogadót (Griffin, Richard Petty és John Cacioppo).<sup>10</sup> Vagyis a médiaüzenet hatása sokkal inkább attól függ, hogy mekkora az érintettség vagy az elutasítás, és kevésbé az üzenetet közvetítő egyéni tulajdonságától.

Ezt az elméletet nem támasztja alá Keleti György szerepe a HM sajtómunkájában. Amikor 1992. március 10-én a szóvivő lemondott hivataláról, vele való szimpátia jeleként a magyar média különböző orgánumai – a Kossuth akkor még 168 óra címmel sugárzott műsorától kezdve, a Kuríron, a Vasárnapi Híreken át a Képes Újságig – interjúk sorát készítették a későbbi honvédelmi miniszterrel. A Vas Népe közvetlenül azután szólította meg a lemondott szóvivőt, amikor kilépett Für Lajos irodájából. Keleti György szerepe tehát igenis fontos volt a HM médiaüzeneteinek befogadásakor.<sup>11</sup>

A rendszerváltás évében Keleti György szóvivő a legtöbbet szereplő katona a médiában. Portrét készítettek róla, megszólalt a Czinege-botrány<sup>12</sup> kapcsán, a szovjet csapatkivonásokról is a leggyakrabban ő tájékoztatott. De kénytelen volt beszélni a szerbek által kirobbantott magyar fegyverreladási botrányról.

### **Interakció-gyűjtés**

Folytatva az előbbi okfejtést a közvetlenül átélhető érintettséghez be kell mutatni a lehetséges alternatívákat, amelyekkel szembeül majd az egyén. Ha sikerül ezeket helybe vinni, helyi ügyekhez hasonlítani, akkor sokkal gyorsabb a befogadás és a hatás hosszabb ideig tartó lehet. A NATO-csatlakozás kapcsán olyan kérdéseket is el kellett magyarázni, amelyek a világpolitika – sokak által nehezen érhető – kérdései közé tartoztak. Sőt, olyan ügyeket is, amelyek nem is érdekelték a polgárokat. Azonban a délszláv válság, a sorozatos szerb átrepülések, a hozzánk becsapódó gránátok vagy Taszár érintettsége és biztonsága – vagyis a direkt tapasztalatok, amelyre testközelből tudtak szert tenni – sokat segítettek az elfogadáshoz. Nem beszélve azokról a határmentén vagy Szlavóniában készült riportokról, amelynek elkészültéhez a HM is minden segítséget megadott.

Ezen elméletek igazolására releváns példa a NATO csatlakozással kapcsolatos népszavazás, amelyet a politika – jelesül az akkoriban Thürmer Gyula által vezetett Munkáspárt aláírásgyűjtése – kényszerített ki. Fél évvel a voksolás előtt kevesebb, mint 50 százalék támogatta a szövetségbe való belépést. J. Solana, akkori NATO főtitkár – a Szemlében is olvashatóan – egyértelműen arról beszélt, hogy ha a szavazás nem sikerül, Magyarországot egy ideig biztosan nem hívják meg a NATO-ba. A népszavazás végül 80 százaléknál is nagyobb arányú támogatást hozott! Aznap 55 oldal terjedelemben jelent meg a Szemle, de jellemző, hogy az ezt megelőző héten, szinte minden nap negyven oldalnál bővebb az összeállítás.

---

<sup>9</sup> Másutt azt találjuk, hogy többször megélt cselekvés egy idő után modellté erősödik, vagyis amiről sokat beszélnek, az könnyebben bensőnké válhat.

<sup>10</sup> Griffin, 2001

<sup>11</sup> Szemle, 1992. március 11.

<sup>12</sup> Czinege Lajos a Kádár-kormány honvédelmi minisztere, róla és több más magas rangú tisztről szól Bokor Imre könyve. A botrány miatt parlamenti vizsgálóbizottságot is összehívtak.



A bőséges megjelenésből az olvasható ki: a HM célja az volt, hogy minél többet beszéljenek az emberek a NATO-csatlakozásról. Az újságok és az elektronikus sajtó „vette a lapot” és sorra szólaltatták meg az érintetteket. A sikeres szereplésben Keleti miniszter személye is közrejátszott, de a napi tizenöt-húsz különböző témájú hír is. Vagyis sikerült tematizációs stratégiaként olyan sztorikat felvonultatni, amelyek érdekelték az embereket (Tamás Pál, 2001). A tévé műsoridőt biztosított a kampánynak, az újságok is nagyobb terjedelemben számoltak be róla, mint a többi más jellegű, de aktuális hírről. A Szemlében olvasható példák közül idesorolható Bolgár György, akkor még a Kossuthon hallható délutáni betelefonálás, beszélgetős műsora, amelyben többször is szerepelt témaként a NATO-csatlakozás, a Szemle szerkesztői pedig szó szerint leírták.

A válogatás negyedik célja tehát olyan interakciók összegyűjtése, amelyre csak a médián keresztül van lehetőség. Ez pedig már a médiahatás mérésének egyik módja.

### **Újságírás vagy szórakoztató ipar?**

Pragmatikus hírérték-központúság jellemezte a rendszerváltás utáni négy évben a Szemle megjelenését. A szerkesztők kizárólag a valódi híreket szerették volna dokumentálni és ezekről tájékoztatni a HM vezetőit. A szemlék készítői ugyanolyan politikai szakmaként élték meg az újságírást, amint azok, akik lap- vagy rádiószerkesztőségekben dolgoztak.

Ebben az időben a HM sajtóosztályán dolgozóknak viszonylag egyszerűbb volt a helyzetük, mint az évtized második felében. A politikai pártok körében ugyanis csak a kilencvenes évek végére tudatosodott a politikai befolyásolás intézményének jelentősége.<sup>13</sup> Ekkor még nem alakult ki a korábban említett „hírgyár”, legfeljebb követték az eseményeket.

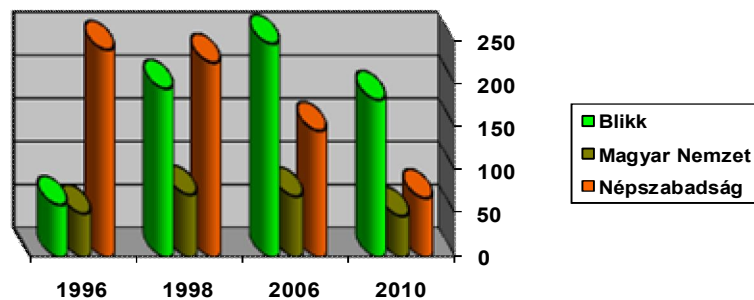
A délszláv válság és azt lezáró a daytoni béke után Taszárra érkező amerikai katonák alapvetően új stílust hoztak a HM kommunikációjába is. Ezt egészítette ki 1997-ben a kereskedelmi televíziók megjelenése, majd az internet elterjedése.

A médiatörvény hatályba lépése után egy másik újságíró típus is megjelent: a „bulváríró”, az újságírás pedig – bizonyos értelemben – a szórakoztató ipar részévé vált.<sup>14</sup> A HM sajtósainak meg kellett barátkozni azzal, hogy a hírműsorok időnként nem az aktuális valóságot akarják bemutatni: számtalan, úgynevezett puha hírből lett elsőoldalas, vagy a sorrendet tekintve főcím-hír. Nem mindig és minden orgánumban lett fontos a valóság bemutatása, hanem egy, a médium által közvetített, konstruált valóság.

---

<sup>13</sup> A rendszerváltás utáni időkben a liberális és neokonzervatív, jobboldali irányzatok kezdték használni a sajtót, a tévét és rádiót. Emlékezetes, hogy Csurka István éppen azzal vádolta a sajtót, hogy a „liberálisok” elfoglalták, ezt követte 1993-ban az új tévé és rádióelnök kinevezése és több száz újságíró elbocsátása. Ekkor szűnt meg és indult új névvel a Kossuth Rádióban a 168 óra, a szombati magazin a 16 óra nevet kapta.

<sup>14</sup> Tamás Pál, 2001



2. ábra  
 Napilapok olvasottsága 1990–2010  
 Forrás: MATE SZ<sup>15</sup>

A későbbi, szórakoztató iparrá váló bulvársajtó<sup>16</sup> (kereskedelmi tévékről 1991-ben még nem beszélhetünk) akkor még csak ritkábban jelent meg a Szemlében. Az első botrány már a kilencvenes évek elején kezdte átírni a szerkesztő gondolkodását. Bokor Imre: Kiskirályok mundérban című botránykönyve azonban nemcsak az akkor még monopolhelyzetben levő közszolgálati rádióknak és tévének adott témát, hanem éppen az előbb szóba hozott lapoknak.

Érdekes, hogy ekkor még, sőt 1997-után sem ad teret a Szemle a kereskedelmi rádió híreinek:

- 1990 – a három legolvasottabb lap között nincs bulvár;
- 1996 – a minőségi lapok aránya 55%, a bulvárlapoké 28%;
- 1998 – minden második lap bulvár a legolvasottabb napilapok közül.<sup>17</sup>

Először 1995 februárjában érezhető, hogy az elektronikus médiumok szívesebben nyúlnak a bulvárhírekhez.<sup>18</sup> A Petőfi Rádió Reggeli csúcs című műsora a katonák reggeli tornájáról beszélt. A Mai Nap címe is inkább komolytalanba fordult (Magyar-román hadi randi): az országos lapok arról számoltak be, hogy a magyar és a román védelmi miniszter felesége divatbemutatót nézett meg Debrecenben. Azonban az összeállítás ezen a napon mindössze tizenkét oldal. December 11-én már csaknem négyszer ekkora terjedelmet tesz ki a Szemle: ekkor lép először amerikai békefenntartó katona a taszári kifutó betonjára.

A dátum legalább két szempontból fordulópont: egyfelől az amerikai katonai PR és kommunikáció nyomán új felfogás honosodott meg a HM sajtóosztályán is. Másfelől ki kellett elégíteni az újságírók – közvetítve a társadalom – kíváncsiságát,

<sup>15</sup> Magyar Terjesztés-ellenőrző Szövetség honlapja,  
<http://www.matesz.hu/data/?SLOT=20102&post=+Adatok>, letöltés: 2011. 04. 18.

<sup>16</sup> Ez utóbbiak körébe sorolom a Mai Napot és a négy országos napilap mellett létrejött Kurírt i Egy kezemen meg tudtam számolni, ahány helyen találkoztam a Danubius hírével 1996-ban. Ebben az évben a hallgatottságot tekintve a tízéves Danubius már második a Juventus mögött. Ez utóbbiról említést sem tesz a Szemle, hasonlóan a később piacvezetővé vált Sláger Rádióról. Pedig Horn Gyula 1989-ben éppen a Danubiusban jelentette be, hogy Magyarország megnyitja határait a menekülő németek előtt. 1996-ban a Juventus híreit reggel és napközben többen hallgatták, mint a Kossuth adásait, leszámítva a Déli Krónikát. s, de az akkor még regnáló Esti Hírlap is ide tartozhat.

<sup>17</sup> Juhász, 2003

<sup>18</sup> Szemle, 1995, február 2. (szerkesztette: Várdai István)

hírigényét. Ehhez pedig olyan híreket kell „szállítani, gyártani”, amelyeknek az aktualitását nem a véletlenszerűség, a politikai presztízs vagy a magas rangú személyiség látogatása adta. A hírérték egyik fontos új mércéje, hogy az esemény Taszáron hozzáférhető és az előállításához a HM ott dolgozó sajtósainak „kellett” előállítaniuk az információkat.

Az amerikaiak megérkezése a műfajokban is jelentős változást hoz. 1995 december közepétől a korábbi tudósítások és hírek helyett riportok tucatjai jelennek meg Taszárról és az IFOR-ról. December 23-án, egy nappal karácsony előtt „el lehet adni” azt az információt is, hogy az amerikaiak tévéműsor sugárzási engedélyt kaptak, igaz csupán 59 napra, de az engedélyt egyetlen nap alatt intézték el. Nos, éppen a médiatörvény végszavazása idején ennek a hírek különös jelentősége volt, különösen akkor, ha hozzátesszük, hogy a misszió több rádióműsor sugárzására is lehetőséget kapott, hasonlóan egyszerűen.

Az amerikaiak Taszárra érkezése nagy hazai és nemzetközi sajtóérdeklődést váltott ki, ezért a HM Sajtó Főosztálya kikülönített munkatársakkal – az amerikai PR-osokkal együttműködésben – ún. sajtóközpontot működtetett a taszári helyőrségi klubban. Arról azonban, hogy mi kerülhet nyilvánosságra – az amerikai féllel történt előzetes egyeztetést követően – mindig a HM döntött!

1996 márciusában a Danubius Rádió beszámolt arról, hogy az amerikaiakat kiszolgáló magyar konyhások loptak, ezért az egész csapatot elbocsátották. (Rövidesen a Magyar Nemzettől a Blikkig, minden lap ír a csúfságról.) Ezt csupán azért említem, mert addig a Szemle – ahogy már korábban jeleztem – a kereskedelmi rádiókat alig említette a hírei között. Egyfelől egyet kell érteni a szerkesztővel, hiszen a Danubius is vagy az MTI-jelentésből vagy valamelyik napilap értesüléséből tájékozódott. Másrészt azonban a jelek szerint a feladat kezdte meghaladni a HM sajtóosztályának kapacitását. Az év végén ugyanis már legalább öt tévéhíradót, két hírrádiót, egy két országos kereskedelmi rádiót kellett szemlézni és akkor még nem beszéltem a helyi rádiókról, tévékről és lapokról.

1997 második hónapjától alapvetően hosszabbak lettek a napi szemlék. Átlagosan negyven-ötven oldalt töltöttek meg a hírműsorok, lapok cikkeinek átiratai. Sokkal több lett az élő beszélgetés. *Fiala János* azt a megjegyzést is megengedte magának *Végh Ferenc*cel, a Magyar Honvédség akkori parancsnokával folytatott beszélgetése során, hogy *szabvány válaszok esetén a hallgató elkapcsol*.

1997. június hatodikán, amikor a NATO madridi értekezletén Magyarország is meghívást kapott a szervezetbe, a Kossuth Krónika hírei hét oldalra férték el és csaknem hatvan oldalt tett ki az összes leirat. Ezekben a napokban nem volt ritka, hogy a HM sajtóosztály által szerkesztett kiadványban a hírsorrendet tekintve a TV2 Tények című hírműsorára való hivatkozás megelőzte a közszolgálati híradó információit. Mindez csupán a kereskedelmi adók presztízsének emelkedését mutatta.

Ha a Szemlének kizárólag a tájékoztatás lett volna a feladata, akkor hírforrásként legegyszerűbb lett volna az MTI közleményeire hivatkozni. (Nem beszélve arról, hogy a kilencvenes években is lehetett volna „szűrve” kérni a híreket, vagyis az MTI összeállított volna egy csomagot, amely a katonasággal kapcsolatos információkat összegezte.) A szelektív értékelés csakúgy fontos szempont volt, mint az interaktív műsorok, olvasói levelek visszacsatolása. Ebben az időben már az MTI-n belül működő Observertől rendelte meg a HM a sajtószemlét és ezt sokszorosították a címlistán szereplő katonai vezetőknek.

A NATO-tagsággal kapcsolatos népszavazás idején fontos törekvés volt a sajtó és a közvélemény tematizálásának mérése. 1995 előtt elvétele, az évtized második felében azonban már majdnem minden vizsgált hónapban találkoztam a HM által szervezett sajtótájékoztatóval. (A fontosabb történések idején ezek akár mindennaposak is voltak.)

A HM sajtószervei által önállóan készített műsorszám azonban – legalább is a Szemle alapján – csupán egy volt a tíz éves periódus alatt: az 1996 tavaszán indult és akkoriban heti gyakorisággal jelentkező IFOR híradó. Az időpontot a magyar műszaki kontingens kiküldéséhez igazították. A leírtak alapján az IFOR híradó hírösszefoglalóként készült, a hírsorrend prioritásában fontos szerepet játszott a rendfokozat, vagyis, kik látogatták meg a táborát. Szót ejtettek benne az elvégzett feladatokról és végül „kis tábori színest” is válogattak a hírek közé. A műsor aligha talált sok érdeklődőre a száraz, tényszerű felsorolás miatt.

## Összefoglaló

A HM sajtófigyelője: a Szemle elsődleges feladata kiegyensúlyozott és széleskörű dokumentálás és a katonai vezetők informálása volt. Mindemellett sajtótükör volt, tehát azt szedte csokorba és adta vissza, amiről a magyar sajtó a honvédelemmel kapcsolatban írt. Később a kiadvány szerkesztőinek feladata lett a médiahatás-elemzés is, továbbá olyan interakciók összegyűjtése, amelyre csak a médián keresztül volt lehetőség.

Megállapítható, hogy HM kommunikációs műhelyeiben tudatos média-tematizációról csak a plurális médiarendszer kialakulása után lehet beszélni. A kereskedelmi tévék és rádiók megjelenésével egy időben ugyanis olyan, a katonasággal kapcsolatos témák is bekerültek a közbeszédbe, amelyeket a HM sajtóosztályának munkatársai generáltak. Vagyis a HM sajtóosztálya gyorsan és hatékonyan reagált a magyar médiapiac 1996-os átalakulására. Ezt követően „hírgyárként” (is) működött, mert olyan hírértékű információkat bocsátott ki, amelyek magas aktualitásuk, politikai-társadalmi vonatkozásuk miatt gyakran töltötték be a „hard-news” szerepét. Többnyire olyan eseményekről tudott beszámolni, amelyekről az átlagos állampolgárnak nem volt és 1990 előtt nem is lehetett semmilyen empirikus tapasztalata. Mindezeket alátámasztja a Szemle terjedelme: 1990–95 között átlagosan 3–15 oldalt tett ki a napi jelentés, míg később elérte a 70–80 oldalt is.

A pragmatikus hírérték-központúságot felváltotta a *konstruált valóság* média által közvetített igényének kielégítése, amelyre az ezredfordulótól már nem csupán a szórakoztató iparrá váló bulvársajtó volt kíváncsi.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Almási Miklós: Antiesztétika. Séták a művészetfilozófiák labirintusában. T-Twins Kiadó, Lukács Archívum, 1992
- Erdélyi Lajos: A Magyar Honvédség és a PR. Új Honvédségi Szemle, 1995/10.
- Feintuck, Mike – Varney, Mike: Médiaszabályozás, közérdek és a törvény. AKI-Gondolat Kiadó, Budapest, 2010
- Gerbner, George: A média rejtett üzenete. 2000, Osiris
- Griffin, Em: Bevezetés a kommunikációelméletbe. Harmat, 2001

HVG, XXI/24., Jubileumi melléklet, 2009. június 13.

Jenei Ágnes: Miből lesz a hír. A televíziós hírgyártás szervezetszociológiai vizsgálata. Médiakutató, 2001, nyár

Juhász Gábor: Az országos minőségi lapok piaca 1990–2002. Médiakutató, 2003 tavasz

Kozma Tóth István: a HM sajtómunkája és társadalmi kapcsolatai. Új Honvédségi Szemle, 1993/12.

Szabó János: A civil társadalom szükségleteinek figyelembe vétele a védelmi törvénykezésben. Új honvédségi Szemle, 1993/5. 74–81.

Szabó János: Haderő-átalakítás, Zrínyi Kiadó, Budapest 2001

Szemerei László: Kommunikáció krízisek idején. Új Honvédségi Szemle, 1993/2.

Tamás Pál: A tematizációról. In.: Béres István–Horányi Özséb (szerk): Társadalmi kommunikáció. Orisis Kiadó, Budapest, 2001

Vastagh László szerk.: Szemle, napi válogatás a magyar sajtóból, HM sajtóosztály, 2000. 03. 15. (belső használatra készült, nyilvános adatbázis, CD adathordozón)

Internet

Origo: Nőtt a napilapok példányszáma.

<http://www.origo.hu/uzletinegyed/hirek/20060808nott.html> (letöltés: 2006. 08. 08.)