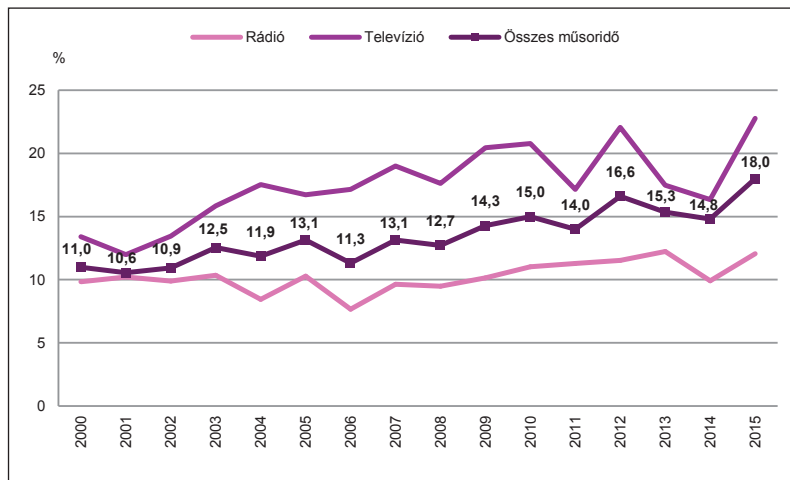


D.5.4. A hírekkel, aktualitásokkal, politikával és gazdasággal foglalkozó műsorok aránya a televízióknál és rádióknál

A politikai pluralizmus érvényesülésének egyik alapvető mércéje lehet a politikai-gazdasági típusú médiatermékek aránya a televízió és a rádió belül, így ezt a munkacsoport szükségesnek tartotta mérni a *Sajtószabadság* dimenzióban. A kereskedelmi alapokon működő csatornák esetében a kínálatot a médiafogyasztási igényekhez igazítják, ezért a hírműsorok aránya a társadalom közéleti érdeklődésének fokmérője lehet. (Ezt nyilván árnyalja, hogy a különböző társadalmi csoportok – például iskolázottság szerint – milyen csatornákon keresztül tájékoznak a hírekről.)

Előbbiek okán a sajtószabadság mérésének indikátorában elsősorban a politikai és gazdasági témájú sajtót kellett alapul vennünk. A kormányzati képesség ezen mutatónál abban jelenik meg, hogy a mindenkori kormánynak biztosítania kell a sajtópluralizmus megjelenéséhez szükséges feltételeket. A kormánynak meg kell adnia a sajtó számára a szükséges politikai-gazdasági jellegű tájékoztatást annak érdekében, hogy a különböző médiumok a törvények által szabályozott, kiegyensúlyozott és tárgyilagos tájékoztatási kötelezettségüknek mindenkor eleget tudjanak tenni.

Elemzésünkben – a rádió- és televíziószolgáltatók által jelentett, tartalom szerinti bontásban megadott műsoridő alapján – a hírekkel, aktualitásokkal, politikával, gazdasággal foglalkozó műsorok műsoridejének arányát vizsgáltuk az összes éves műsoridőhöz képest. A munkacsoport tehát a műsoridőt vette figyelembe, nem a nézettséget vagy hallgatottságot, így a népszerűbb csatornák azonos súllyal jelennek meg, mint egy-egy kevés nézőt-hallgatót elérő szolgáltató. Ez a statisztikai eredményekben bizonytalansághoz vezet a ténylegesen betöltött társadalmi hatást illetően, azonban a hírszolgáltatások aktuális helyzetéről teljes képet mutat. Fontos, hogy az itt megjelenített adatok egyszerre tartalmazzák a kereskedelmi és közszolgálati csatornákat. A mutató inkább a politikai pluralizmus megvalósulásának infrastrukturális jellemzőit írja le, mintsem a néző-, illetve



Forrás: KSH

hallgatósáma alapján meghatározható tényleges gondolatformáló tevékenységet. A közéleti témákkal foglalkozó televíziós és rádiós műsorok aránya a 2000-es 11%-ról 2012-re 16,6%-ra növekedett, majd ezt követően csökkenés volt tapasztalható. 2015-ben ez az arány a legmagasabbra nőtt az elmúlt 15 évben, összességében 18%-ra.

2015-ben a televíziós műsorokban 23%-os arány volt megfigyelhető: 8,6%-os arány volt mérhető a közszolgálati televízió, míg 23,6% a kereskedelmi csatornák esetében. A rádiózásban 2015-ben némileg kevesebb, mindössze 12% volt a politikai-gazdasági kérdésekkel foglalkozó műsorok aránya. Az összesített 12% úgy épül fel, hogy a közszolgálati adókon a műsorok aránya 12,3% volt, míg a közműsor-szolgáltatók esetében 14,4%. A számokból tisztán látszik, hogy a televíziós műsorok esetében nagyobb arányban vannak jelen a politikai-gazdasági kérdésekkel foglalkozó tartalmak, mint a rádiós műsorok esetében. Ez adódhat a két műfaj szükségszerűen eltérő jellegzetességeiből is. A rádiókban inkább a zenei tartalmak vannak túlsúlyban, a televíziós csatornákon magasabb a hírekkel, aktualitásokkal, politikával és gazdasággal foglalkozó műsorok aránya. A rendszerváltás után kialakult tendencia, vagyis 15 év átlaga alapján a rádiókban 10%, a televíziós csatornákon 17% az ilyen jellegű műsorok aránya.

A szóban forgó műsorok aránya 2015-ben több mint 20%-kal nőtt az előző évhez képest. A növekedéshez a televíziós műsorok járultak hozzá a leginkább.