

**MEDIA**delcom



# A tudásalapú médiakormányzás felé

A Mediadecom-módszer

# A tudásalapú médiakormányzás felé

A Mediadecom-módszer

Szerkesztette

Szávai Petra  
Mérték Médiaelemző Műhely

**MEDIA**delcom

Tartu–Budapest

2023

## Eredeti cím

*Towards a Knowledge-Based Media Governance  
The Mediadecom Method*

Mediadecom  
Tartu-Budapest  
2023

### 5.1. projekteredmény

Szerkesztő: Szávai Petra

Közreműködő szerkesztők: Epp Lauk, Tanya Sakzewski

Kiadványtervezés: Urmas Loit

Magyarra fordította: Horváth Kata, Szávai Petra

A címlapfotót Silver Köster (Visit Järva) készítette az Észt Műsorszolgáltató Múzeumban. Borítóelemek forrásai: [Pixabay](#), [Onlygfx](#), [Pngwing](#).

Képek: Britten Dortmans; Filip Naumienko; Sharik Ali, Melinda Fiorino, Simon Park, Ivana Divišová, Ron Porter, Gerd Altmann, Petra, PublicDomainPictures, geralt a [Pixabay](#)-ről; Pablo García Saldaña, Irvan Smith, AbsolutVision az [Unsplash](#)-ről; Freepik, DCStudio a [Freepik](#)-ről; továbbá: [PikPng.com](#), [PngEgg.com](#), [Pngtree](#).

A Mediadecom minden résztvevő országa kiadta ezt az e-könyvet a saját nemzeti nyelvén.



Ez a projekt az Európai Unió Horizont 2020 kutatási és innovációs program támogatásában részesült a 101004811 számú támogatási megállapodás alapján.

*A kiadvány tartalmáért kizárólag a Mediadecom felelős,  
és az nem feltétlenül tükrözi az Európai Unió véleményét.*

Kiadó © Mediadecom, 2023  
*Mérték Médiaelemző Műhely, Magyarország  
Tartu Ülikool, Észtország*



# Tartalom

Szerkesztői köszöntő	4
Eligazodás a médiamátrixban	6
Médiamonitorozás	12
Szólásszabadság és információszabadság	16
A média elszámoltathatósága	20
A média fenntarthatóságának monitorozása – a kritikus tényezők	23
Kit tekinthetünk újságírónak?	25
Kik gyűjtenek adatokat a médiafogyasztásról?	28
Hogyan kapcsolódik össze mindez?	30
A fuzzy set kvalitatív összehasonlító elemzés (fsQCA) szerepe	34
A meta-elemzés lehet menő!	37
Feladatok hallgatóknak	40
Hogyan tovább?	42
A szerzők	44



## Szerkesztői köszöntő

Köszöntjük kedves olvasóinkat a teljes *Mediadelcom* konzorcium és a *Mérték Médiaelemző Műhely* által képviselt magyar országcsapat nevében. "A tudáslapú média-kormányzás felé. A Mediadelcom-módszer" című e-könyv célja, hogy bemutassa a média-monitorozás témakörét, annak jelentőségét és a benne rejlő lehetőségeket, hogy támogassa a nemzeti és európai szinteken tevékenykedő szakpolitikusokat a megalapozott, tudáson alapuló médiakormányzásban.

A könyv a hírmédia-kutatások monitorozását felmérő és azok meta-elemzésén alapuló Mediadelcom-módszert ismerteti, amellyel arra keressük a választ, hogy mit és mennyit tudunk, illetve mit nem tudunk a média átalakulásának a deliberatív kommunikációra gyakorolt hatásáról. A szabad véleménynyilvánítás, az információhoz való hozzáférés és más, a demokrácia szempontjából kritikus tényezők vonatkozásában megjelenő veszélyek tudatosítása rendkívül fontos a mai, világjárvánnyal, háborúkkal és információszennyezéssel teli mindennapokban.



Hanna Azemsha, belarusz/lengyel újságíró a *Mediadelcom* varsói eseményén 2023 májusában.

Ahogy arra Hanna Azemsha, a *Belsat TV* Lengyelországban dolgozó belarusz újságírója is rámutatott, a veszélyes folyamatok figyelmeztető jeleit fontos időben észlelni és komolyan is venni, különben alapvető szabadságjogok veszhetnek el, miként az Fehéroroszországban is történt. Az autoriter rendszer nem egyik napról a másikra épült ki, a jelek már jóval korábban is megvoltak, de nem figyeltek fel rájuk.<sup>1</sup> Többek között ezért

<sup>1</sup> Elhangzott a "Breaking down the walls?" című nyilvános rendezvényen, amely a varsói *Mediadelcom* találkozóhoz kapcsolódott, 2023. május 11-én. Forrás: <https://www.mediadelcom.eu/breaking-down-the-walls-artists-and-journalists-send-a-strong-warning-of-the-dangers-of-complacency/>

is fontos a deliberatív kommunikáció támogatása az európai társadalmakban, és ehhez elengedhetetlen a hírmédia átalakulásáról összegyűjtött tudás monitorozása.

A kiadvány módszertani szemléletű, és elsősorban az újságírás és a médiatudományok területén tanuló egyetemi hallgatóknak szól. A könyv első része azonban a szélesebb közönség számára is érdekes lehet, mivel betekintést nyújt az EU által finanszírozott *Horizont 2020*-as, *Mediadelcom* kutatási projekt néhány rendkívül fontos kérdéskörébe. A *Mediadelcom* fő célja egy olyan diagnosztikai eszköz létrehozása, amely lehetővé teszi a politikai döntéshozók, médiaszakértők, újságírók és mások számára, hogy azonosítsák a média átalakulásával járó, a deliberatív kommunikációt érintő kockázatokat és lehetőségeket. Ez az e-könyv bemutatja a projekt első eredményeit: egy meta-elemzési módszert a hírmédia különböző területein végzett adatgyűjtés és kutatások monitorozására, amely így lehetővé teszi a tudás szintézisét, a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek értékelését, valamint az e területen fennálló ismeretbeli hiányosságok azonosítását. A meta-elemzés révén láthatóvá válik, hogy a *Mediadelcom*-ban részt vevő 14 ország miként képes monitorozni a média fejlődését és átalakulását. A releváns ismeretek szintje és minősége nagymértékben eltér az egyes országok körében. A könyv és a kutatás ezen része az egyes országok tapasztalatait helyezi egy közös keretbe, mellyel így európai szinten válnak összevethetővé egymással.

A kiadvány első részében Epp Lauk és Martin Oller Alonso, valamint Tobias Eberwein és Halliki Harro-Loit cikkei a *Mediadelcom*-módszer elméleti megfontolásait foglalják össze. Ezt követik a média különböző területeire fókuszáló írások: Evangelia Psychogiopoulou és Anna Kandyla a médiajog területére kalauzolnak el bennünket, Marcus Kreutler a média elszámoltathatóságával, Peter Berglez és Mart Ots pedig az újságírás fenntarthatóságával foglalkozik. Lenka Waschková Čísařová cikke az újságírói kompetenciákat vizsgálja, míg Ragne Kóuts-Klemm, Iveta Jansova és Lilia Raycheva fejezete a médiahasználati szokások kutatásáról szól. Ezt követi Alnis Stakle és Anda Rožukalne a médiával kapcsolatos kompetenciákat tárgyaló cikke. A könyv utolsó módszertani fejezetét Dina Vozab, Zrinjka Peruško és Filip Trbojević jegyzi, akik a kvalitatív összehasonlító elemzés úgynevezett fuzzy-set változatának (fsQCA – *fuzzy set qualitative comparative analysis*) alkalmazási lehetőségeit ismertetik a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek értékelésében. Martin Oller Alonso és Sergio Splendore a *Mediadelcom* meta-elemzési módszerének a megismerésére invitálja az olvasókat. Végül pedig három esettanulmány jellegű feladat segítségével a hallgatók elmélyülhetnek e megközelítés gyakorlati alkalmazásában is.

**Kellemes időtöltést kívánunk az e-könyvhöz!**

**A szerkesztők**

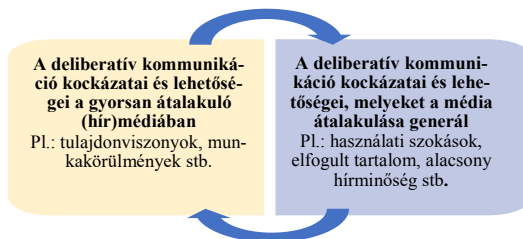


## Eligazodás a médiamátrixban

A deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek feltárása az átalakuló európai médiakörnyezetben

*Epp Lauk & Martin Oller Alonso*

A könyv az Európai Bizottság által finanszírozott, „*A médiával kapcsolatos kockázatok és lehetőségek kritikai feltárása a deliberatív kommunikáció elősegítéséhez: Az európai médiakörnyezet fejlődési foratókönyve*” (Mediadelcom) című projekt első szakaszának kutatásain alapul. A Mediadelcom projekt központi fogalma a deliberatív kommunikáció, az itt prezentált Mediadelcom-módszer pedig arra irányul, hogy miként ismerhetjük fel a hírmédiát érintő vagy a hírmédia által generált kockázatokat és lehetőségeket, melyek a deliberatív kommunikációt veszélyeztetik vagy támogatják (1.1. ábra). Amint a projekt címe is jelzi, a második szakasz olyan modellek kidolgozását tűzte ki célul, amelyek segítenek a politikai döntéshozóknak, illetve médiaszakértőknek a deliberatív kommunikáció lehetséges kockázatainak és lehetőségeinek előrejelzésében, és így a megalapozott döntéshozatalban.



1.1. ábra: A deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségei

## Miért "deliberatív kommunikáció"?

A *Mediadelcom* abból az elképzelésből indul ki, hogy a deliberatív kommunikáció képes a demokratikus elvek megszilárdítására és megerősítésére.

### Mi az a deliberatív kommunikáció?

Ez a fogalom a kommunikáció olyan típusára utal, amelynek célja, hogy elősegítse a tájékozott és racionális, kölcsönös tisztelettel folytatott vitákat a különböző véleménnyel és/vagy érdekekkel bíró egyének között. Bayer a következőképpen foglalja össze a deliberációhoz, vagyis az ilyen jellegű tanácskozáshoz, vitatkozáshoz szükséges előfeltételeket: "(a) nyilvános hozzáférés vagy átláthatóság, (b) inkluzív részvétel, (c) egyenlő jogok minden résztvevő számára (a felszólalásra, kritikára, egyet nem értésre és más lehetőségek felvetésére vonatkozó jogaik tekintetében)" (Bayer, 2018, 45 o. saját ford.)

A deliberatív kommunikáció megvalósulásának további három feltétele van: a nyilvános fórum/nyilvánosság megléte; elegendő, megfelelő és igaz információ; valamint párbeszédre épülő kommunikációs kultúra a társadalomban. E feltételek biztosítása a hírmédia feladata. A nyílt és inkluzív deliberatív folyamat előmozdításával a hírmédia nemcsak a bizalom kiépítésében segíthet, hanem abban is, hogy a közönségének tagjai megalapozott döntéseket hozhassanak.

Mindannyian tudjuk, hogy a deliberatív kommunikáció minden ideális feltétele nem teljesülhet. Winston S. Churchill jól ismert mondását idézve viszont azt is tudjuk, hogy bár „*a demokrácia a legrosszabb kormányzati forma, de még nem találtak ki jobbat.*” Melyek tehát azok a kockázati tényezők, amelyek veszélyeztetik a deliberatív kommunikáció megvalósulását egy demokratikus társadalomban?

A kockázatok egy része könnyen felismerhető, a tudományos kutatás és adatgyűjtés is kellő figyelmet fordít rájuk és már felhalmozott tudással is rendelkezünk róluk. Más kockázatok azonban nehezebben azonosíthatók vagy bonyolultabb a monitorozásuk.

A modern demokráciákban az egyik szembetűnő kockázat a véleménynyilvánítás és az információszabadság fokozatos csökkenése. Ennek számos formája lehet. Például egyre gyakoribb, hogy a hatalom emberei pert indítanak újságírók és más véleményvezérek ellen, ha nyilvánosan kritizálják őket. Ilyenek például a SLAPP-perek, melyek fő



célja az újságírók megfélemlítése, anyagi és erkölcsi leterhelése annak érdekében, hogy megakadályozzák őket a kritikáik publikálásában. A szervezetek és vállalatok pedig jellemzően visszatartják alkalmazottaikat attól, hogy információkat hozzanak nyilvánosságra, még akkor is, ha nem üzleti titkokról van szó. Az ilyen és ehhez hasonló tendenciák a társadalmakat az átláthatatlanság felé terelik. A kérdés az, hogy kinek kellene vagy lehetne tenni ez ellen? Az újságírók, akik kellően motiváltak és megfelelően képzettek, képesek arra, hogy feltárják ezeket a folyamatokat, illetve elmagyarázzák azokat az embereknek. De vajon mi történik akkor, ha egy országban nincs elég újságíró, aki kritizálni meri a hatóságok vagy a hatalmasok tevékenységét?

A deliberatív kommunikáció egyik legalapvetőbb feltétele, hogy a résztvevők pontos információkkal rendelkezzenek a megalapozott döntések meghozatalához. De ha az információfolyamban felüti a fejét a dezinformáció, az téves következtetéseket és még sokkal komolyabb károkat is eredményezhet. A hírmédiumoknak ugyan kötelességük a tényellenőrzés és az információk hitelesítése mielőtt azokat a nyilvánosság elé tárják, de mindig fennáll annak a veszélye annak, hogy a hamis vagy félrevezető információk átcsúsznak a rostán. E téren például kevésbé kézzelfogható kockázat érhető tetten az állampolgárok azon képességéhez vagy motivációjához kapcsolódóan, hogy különbséget tudnak-e tenni a megbízható információk és a propaganda között. Ha túl sokan járhatatlanok a téves információk vagy hazugságok felismerésében, az utalhat az oktatási rendszer vagy a média minőségi problémáira (pl. politikai elfogultság). Egy ilyen kockázat azonosítása viszont lehetőséget kínál arra, hogy a formális oktatásban vagy a civil társadalomban nagyobb hangsúlyt fektessünk a különböző tájékoztatói kompetenciák/készségek elsajátítására, megteremtve egy olyan társadalmat, ahol a többség kevésbé kiszolgáltatott a propagandának és a dezinformációnak.

A média elfogultsága, részrehajlása is kockázatokat hordoz a deliberatív kommunikáció szempontjából. A hírmédia olyan módon közölhet információkat, amely csak a kérdés egyik oldalát mutatja be, vagy részesíti előnyben a másikkal szemben. Ez torzítja a véleményeket, valamint megakadályozhatja, hogy valóban nyílt és inkluzív vitára kerüljön sor.

Egyes kockázatok önmagukban is veszélyesek lehetnek a demokrácia minőségére nézve, más kockázatok viszont csak összeadódva okoznak problémát, megint másokat pedig a különböző lehetőségek és jó gyakorlatok ellensúlyozhatnak is.

## Hogyan zajlott a kutatás?

A célunk az volt, hogy megvizsgáljuk a médiáról rendelkezésre álló kutatásokat, hogy azonosítsuk a deliberatív kommunikáció kockázatait és lehetőségeit 14 európai országban.

Először kilenc kutatási területen térképeztük fel a meglévő szakirodalmat: az újságíráskutatás, a médiagazdaságtan és -menedzsment, a médiafogyasztás-kutatás, a

médiaműveltség, a médiaetika, a médiaszabályozás, a politikai kommunikáció, a média-politika és -rendszer elméletek, valamint média és kommunikáció szociológiájának megközelítéseit tanulmányoztuk. A fő kérdés az volt, hogy mely területeken zajlik diskurzus a médiához kapcsolódó kockázatokról és/vagy lehetőségekről (*media related risks and opportunities*). Az elméletalkotás során végül a média négy, olyan fő területét (*domain*) határoztunk meg, ahol a deliberatív kommunikációt érintő kockázatok és lehetőségek keletkezhetnek (lásd az 1.2. ábrát).

A négy terület meghatározása után kidolgoztuk a konceptuális és operacionális változók listáját, melyek mentén az egyes területek kockázatait és lehetőségeit azonosíthatók és felmérhetők.



1.2. ábra: A deliberatív kommunikáció médiával kapcsolatos kockázatainak és lehetőségeinek kutatási területei

A második szakaszban egy bibliográfiai adatbázist hoztunk létre, mely a médiafejlődés és a deliberatív kommunikáció terén meglévő nemzeti (országokénti) szakértelmet és tudást mérte fel a 2000 és 2020 közötti időszakban. A végleges, 14 ország

aggregált adataiból álló adatbázis több mint 5600 rendszerezett és osztályozott hivatkozást tartalmaz.<sup>2</sup>

A harmadik szakaszban az egyes országok kutatócsapatai egy-egy esettanulmányt készítettek el, melyben az országuk médiára és deliberatív kommunikációra irányuló monitorozási potenciálját (*media monitoring potential*) mérték fel.<sup>3</sup>

A negyedik szakaszban elvégeztük az országtanulmányok (kézi és számítógépes) tartalomelemzését, amelyekből így kinyertük az egyes országok média- és deliberatív kommunikációs kutatásaira vonatkozó információkat, és ezzel egészítettük ki a "tudományterületi (*domain*) adatbázist". Ezután egy összehasonlító elemzéssel tártuk fel a 14 ország monitorozási képességeiben tapasztalható hasonlóságokat és különbségeket.

Az ötödik szakaszban az adataalapú médiakormányzásra összpontosítunk, melyhez ágens-alapú és motivációs modellezéssel igyekszünk előrejelezni a médiával kapcsolatos fejlődési forgatókönyveket. Reményeink szerint eredményeinkkel képesek leszünk a deliberatív kommunikációt támogatva elősegíteni a társadalmi kohézió megerősítését Európában.

A következőkben elmerülünk a deliberatív kommunikációt érintő, a média átalakulásainak (*media transformations*) során felmerülő kockázatok és lehetőségek diagnosztizálására irányuló kutatások sűrűjében. A könyv bemutat néhány olyan elméleti és módszertani megközelítést, amelyek a médiatranszformációkról szóló korábbi tanulmányok meta-elemzésével alkalmazhatóvá válnak ebben a keretben is.

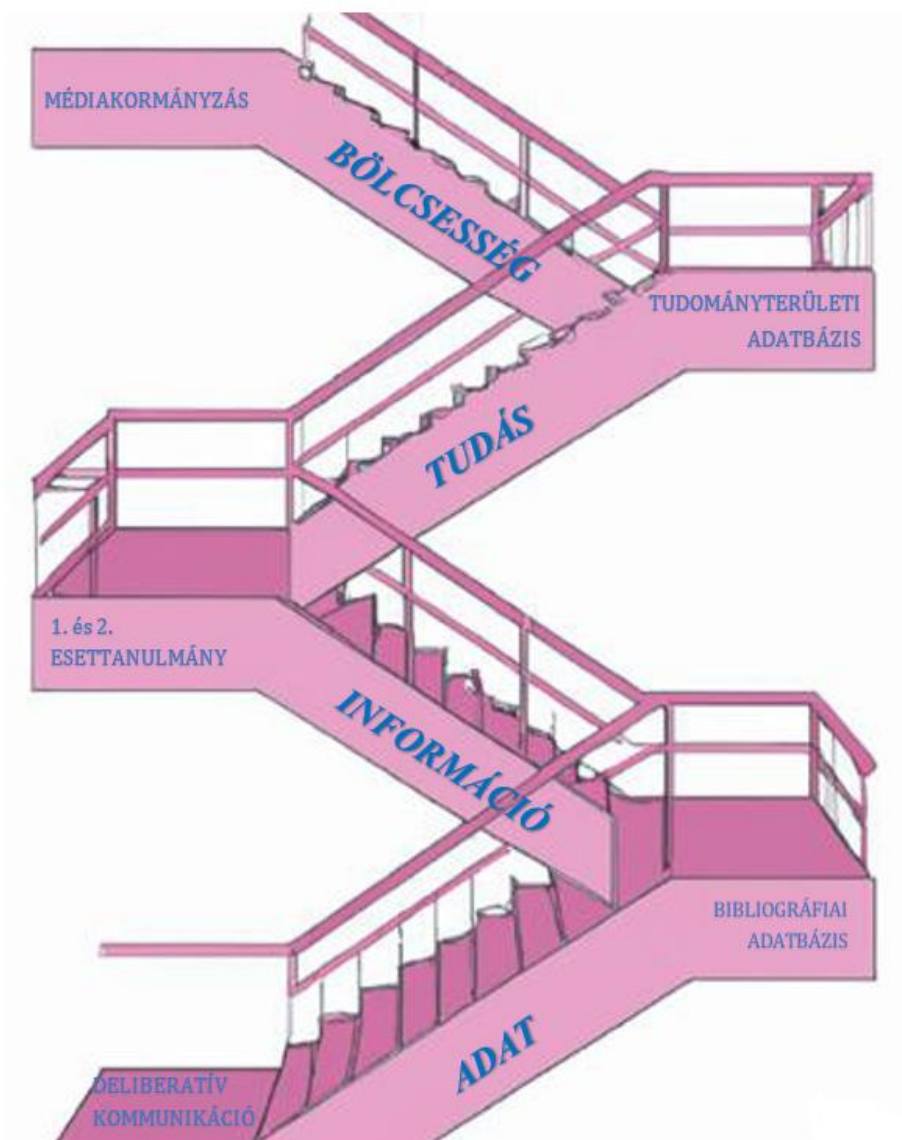
### **Hivatkozások és további olvasmányok:**

Bayer, M. J. (2018). *Deliberation in the lab. The effect of communication on information sharing, cooperation, and consensus* [Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Sozialwissenschaften (Dr.rer.soc.)] Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS). <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-z1tlv29358su0>.

---

<sup>2</sup> Az adatbázis elérhető: <https://datadoi.ee/handle/33/515>

<sup>3</sup> Az 1. esettanulmányok megtekinthetők: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>



1.3. ábra: A Mediadelcom-módszer lépései



## Médiamonitorozás

### Őrködni az őrkutyák felett

*Tobias Eberwein & Halliki Harro-Loit*

A média és azon belül az újságírás fontos szerepet játszik a modern társadalmakban: az újságírók azzal, hogy összegyűjtik és eljuttatják a releváns híreket a közönségnek, egyfajta tájékoztatási funkciót töltenek be. Ezáltal hozzájárulnak a nyilvánosság megteremtéséhez is, ami a deliberatív kommunikáció egyik legfontosabb feltétele. Az újságírók gyakran a politikai és egyéb elitek ellenőrzését segítő őrkutyaként (*watchdog*) is működnek. Ezt akkor tehetik meg, ha a média mentes az állami beavatkozástól – például a demokratikus médiarendszerekben.

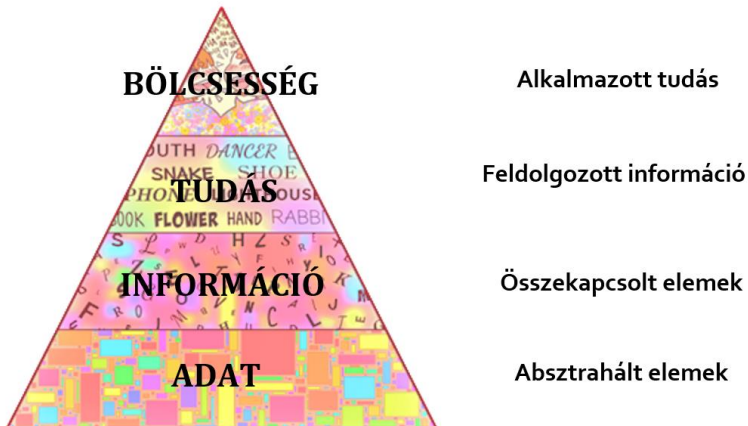
De hogyan biztosíthatjuk, hogy a média és az újságírás valóban megfeleljen ezeknek az elvárásoknak? Ki ellenőrzi az őrkutyákat?

Bár az újságírói munkának továbbra is mentesnek kell maradnia a politikai ellenőrzéstől, a jó médiakormányzás és a médiapolitika feladata, hogy olyan környezetet teremtsen, amely a lehető legjobban szolgálja a média társadalmi funkcióit. Ehhez a politikai döntéshozóknak megbízható adatokra van szükségük. Tudniuk kell, hogy mi történik a médiában. Milyen hírcsatornák állnak jelenleg rendelkezésre az országukban, ezeket mennyire használják a fogyasztók, illetve mennyire bíznak bennük? Hány újságíró tevékenykedik, és hogy ők valóban mentesek-e a külső befolyásoktól? Lehetővé teszi-e a jogi keret a sokszínű tájékoztatást a médiában? Milyen intézkedések vannak érvényben a médiaműveltség fejlesztése érdekében, valamint mennyire hatékonyak ezek?

Ezekre a kérdésekre a médiakutatás és a különböző médiamonitorozási projektek segítségével lehet választ kapni. A *Riporterek Határok Nélkül* civil szervezet például évente közzéteszi a *World Press Freedom Indexet*, amely a médiaszabadság helyzetét méri világszerte. A *Media Pluralism Monitor* évről évre értékeli a médiarendszerek különböző gyengeségeit, amelyek korlátozhatják a média sokszínűségét Európában. A *Worlds of Journalism* felméréseket végez újságírók körében, hogy megvizsgálja a szakma

megtélését világszerte. A *Reuters Institute Digital News Report* a digitális médiakörnyezetben történő hírfogyasztási szokásokba nyújt rendszeresen betekintést.

A *Mediadelcom* projekt számos, a médiáról és az újságírásról szóló tanulmányt gyűjtött össze, melyek a projektben részt vevő országokban készültek és jelentek meg. Néhányuk átfogó adatsorokon alapul (egyes esetekben még a longitudinális elemzést is lehetővé téve), mások viszont inkább konkrét jelenségekre összpontosító, kisebb esettanulmányok. Bizonyos kutatásokat nagy nemzetközi kutatócsoportok végeztek, míg más tanulmányokat egyetemi hallgatók készítettek. Kétségtelen, hogy valamennyi hozzájárul a média és a médiával kapcsolatos változások monitorozásához. Az viszont, hogy esetleg rendszeres és jó minőségű adatok állnak rendelkezésre, még nem vezet automatikusan jobb médiapolitikához.



2.1. ábra: A „tudáspiramis” (Kitchin, 2014 alapján)

A *Mediadelcom* a jól ismert "tudáspiramist" (*knowledge pyramid*) alkalmazza a különböző források minőségének és használhatóságának leírására a monitorozás szempontjából (2.1. ábra). Ez a modell négy alapvető kategóriát különböztet meg, ezek: az adat, az információ, a tudás és a bölcsesség. Például számos médiaszervezet gyűjt adatokat arról, hogy a fogyasztók mely médiatermékeket mennyi ideig használják. De ez csak akkor válik információvá, ha az adatokat feldolgozzák és logikailag összekapcsolják. Az ilyen információk rendszerezése (pl. a médiaszervezetek házon belüli jelentéseiben vagy a média- és újságírókutatásokban) tudást hoz létre. A bölcsesség mélysége pedig azt fejezi ki, hogy a megszerzett tudás milyen mértékben hasznosul, és vezet bizonyítékokon alapuló döntéshozatalhoz a médiapolitikában.

Bizonyos esetekben a médiamonitorozás nem segíti elő a tudásalapú médiapolitikát. Ilyenkor azt mondhatjuk, hogy az ország médiamonitorozási képessége tekintetében kockázat áll fenn. Például számos médiakutató lehet az országban, ám ha karrierjük csak azzal tud fejlődni, ha minél több cikket publikálnak, akkor nem számít, hogy milyen témákat kutatnak, és hogy milyen széles körben vizsgálódnak. Ez az ország sok tudásra tehetne szert a média teljesítményéről, de például arra a kérdésre, hogy az újságírók munkamódszerei támogatják-e a deliberatív kommunikációt a társadalomban, vagy hogy az országban hány embert érdekelnek a hírek, mégsem kaphatunk választ – mert senki nem foglalkozik vele. Egy ilyen országban szükség lenne egyeztetésekre és megállapodásokra, hogy a médiamonitorozás mely témákat tűzze napirendre. Milyen irányba induljanak el a kutatások? Melyek azok a témák, amelyekben hiányzik a megbízható tudás? Szükség lehet egy elkötelezett testületre is, amely összehangolja a bölcsesség megszerzését és ösztönzi a politikai döntéshozókat, hogy figyeljenek oda a deliberatív kommunikációt érintő lehetséges kockázatokra – például, hogy megvan-e az emberek képessége arra, hogy felismerjék a propagandát, vagy hogy az újságírók nagy része még a közjót szolgálja-e, vagy esetleg már a politikai hatalom birtokosaihoz lojális, netán csak a fizetéséért dolgozik?

A "tudáspiramis" segít megérteni, hogy a tudás és a bölcsesség szintjére jutott ismeretek kritikus jelentőséggel bírnak a médiapolitikai döntéshozók számára. Egyúttal fontos eszköz annak megállapítására is, hogy ki milyen információt és tudást gyűjt, ki alakítja át végül a tudást bölcsességgé, és hogy milyen motivációi és kompetenciái vannak ezeknek az embereknek/cégeknek? A *Mediadelcom* egyik fő célja a médiamonitorozás azon szereplőinek azonosítása, akik a legfontosabbak a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek feltárása szempontjából.

### Hivatkozások és további olvasmányok:

- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021*. European University Institute. <http://hdl.handle.net/1814/74712>
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.). (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.

Kitchin, R. (2014). *The data revolution: Big data, open data, data infrastructures and their consequences*. SAGE.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, J. & Nielsen, K. R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)

Reporters Without Borders. (2022). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/index>





## Szólásszabadság és információszabadság

Mik ezek, és hogyan ellenőrizhetjük a védelmüket?

*Evangelia Psychogiopoulou & Anna Kandyla*

Európában a véleménynyilvánítás és az információ szabadsága a polgárokat és az újságírókat egyaránt megilleti, de a kormányok, hatóságok vagy egyéb befolyásos személyek egyre gyakrabban gyakorolnak nyomást ezekre a jogokra. A jogszabályok és a jogi gyakorlat akár negatívan is befolyásolhatják a véleménynyilvánítás és az információ szabadságát, valamint a média működési lehetőségeit. Azokban az országokban, ahol a véleménynyilvánítás és az információ szabadságát tiszteletben tartják és védik, a legitim állami beavatkozás mértéke szigorúan a demokratikus közérdek érvényesítésére és a közérdekű célok egy szűk körére korlátozódik. Ilyen lehet például az emberi méltóság vagy a kiskorúak védelme. Ami a bírósági eljárásokat illeti, a SLAPP-perek (*strategic lawsuits against public participation*, azaz a közszereplés elleni stratégiai perek) révén történő jogi megfélemlítés több országban is egyre nagyobb veszélyt jelent a szólásszabadságra és az információszabadságra nézve. Ezek a visszaélésszerű perek a nyilvánosság őrei, köztük az újságírók elhallgattatását szolgáló eszközökké válnak, miközben az ilyen taktikák megállítására és a társadalom közérdeket szolgáló, kulcsfontosságú szereplőinek védelmére adott szabályozási válaszlépések igen lassúak.



A véleménynyilvánítás és az információ szabadsága nélkülözhetetlen feltételei a média által közvetített deliberatív kommunikációnak. A véleménynyilvánítás szabadsága alapvető emberi jog, amelyet az egyes EU-tagállamok alkotmányai is garantálnak. A véleménynyilvánítás szabadságát kimondottan védi az *EU Alapjogi Chartája*, amely a *Lisszaboni Szerződéssel* együtt 2009-ben lépett hatályba, és minden uniós tagállamra vonatkozik, amikor az uniós jog hatálya alatt járnak el. A véleménynyilvánítás szabadsága szerepel az *Emberi Jogok Európai Egyezményében* is, az *Európa Tanács* első egyezményében, amelynek valamennyi uniós tagállam aláírója. Az *EU Alapjogi Chartájának* 11. cikke és az *Emberi Jogok Európai Egyezményének* 10. cikke kimondja, hogy mindenkinek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához. Mindkét cikk azt is kifejti, hogy a szólásszabadság a vélemények, nézetek és eszmék kinyilvánításának, valamint az információk megszerzésének és átadásának jogát is védi. Az információszabadság tehát a véleménynyilvánítás szabadságának a velejárója.

A véleménynyilvánítás szabadsága és az információszabadság azonban nem korlátlan jogok. Az állam számos legitim indokkal, közérdekből korlátozhatja azokat. Ennél fogva minden olyan kísérletnek, amely a szólásszabadság és a médián keresztül történő informálódás szabadságának nemzeti szintű védelmének feltérképezésére és monitorozására irányul, azt kell vizsgálnia, hogy léteznek-e olyan jogszabályok és biztosítékok, amelyek kedvező feltételeket teremtenek a szabadságjogok gyakorlásához. A *Mediadelcom* projektben azt néztük meg, hogy elismerik-e és elősegítik-e a különböző nemzeti jogszabályok a szólás- és az információszabadságot. Továbbá azt, hogy törvényes célokat szolgál-e a szabadságok korlátozása. A rágalmazásra, a gyűlöletbeszédre vagy a dezinformációra vonatkozó jogszabályok nem korlátozhatják túlságosan széles körben a véleménynyilvánítás szabadságát. Például, Magyarországon az országgyűlés 2020-ban elfogadta a koronavírus-világjárvány elleni védekezésről szóló törvényt, amely kibővítette a magyar *Büntető Törvénykönyv* rémhírterjesztésre vonatkozó szakaszát. Ez nemcsak a közrendet megzavaró hamis állításokat minősítette bűncselekménynek, hanem azokat is, amelyek különleges jogrend (azaz veszélyhelyzet) idején alkalmassak arra, hogy hátráltassák vagy akadályozzák a veszélyhelyzet elleni védelmi intézkedések hatékonyságát. Az *Alkotmánybíróság* szerint szükséges és arányos volt a szólásszabadság ilyen mértékű korlátozása, mivel ehhez nyomós társadalmi érdek fűződött. Ez a rendelkezés azonban nagy bizonytalanságot keltett a magyar újságírói közösségben.

A nemzeti jogszabályoknak arra is törekedniük kell, hogy a személyes adatok és a szerzői jogok védelmét összehangolják a véleménynyilvánítás szabadságával, illetve az információhoz való hozzáférés jogával. Az információszabadságra vonatkozó jogvédelem értékelése szempontjából lényeges kérdések közé tartozik az újságírói forrásvédelem és a médián keresztül történő közérdekű bejelentések (*whistleblowing*) védelme is. Mindkettő létfontosságú a korrupció, a hivatali visszaélések és jogsértések feltárásához. Az újságírói források hatékony védelme megköveteli annak tiszteletben tartását, hogy

az újságíróknak ne kelljen a bizalmasan közölt információk forrásait felfednie. A médián keresztül történő közérdekű bejelentések hatékony védelme pedig olyan szabályozást igényel, amely jogi védelmet biztosít a szankciókkal és egyéb megtorló intézkedésekkel szemben, valamint megfelelő jogorvoslati lehetőséget ad a közvetlenül a médiának szivárogtató közérdekű bejelentők számára. Az *EU* az uniós jog megsértését bejelentő személyek védelméről szóló irányelve (*Whistleblower Directive*) előírja, hogy a tagállamok védelmet nyújtsanak azoknak, akik a nyilvánosság csatornáin, például a médián keresztül szolgáltatnának ilyen információkat. Az információszabadság másik fontos tényezője a médiatulajdonosi információk nyilvánosságra hozatalát előíró rendelkezések megléte. Hozzáférhető és megbízható információkra van szükség a média tulajdonosairól, hogy a nyilvánosság meg tudja ítélni a hírek hitelességét, és azonosítani tudja, hogy milyen érdekek befolyásolhatják az adott média tartalmát.

Az ilyen garanciák meglétét hatékony jogalkalmazással kell kiegészíteni. Létezhetnek olyan szabályok, amelyeket úgy alakítottak ki, hogy kedvező környezetet teremtsenek a véleménynyilvánítás és az információ szabadságának, de előfordulhat, hogy ezeket nem hatékonyan hajtják végre. Hogy a jogszabályokban megfogalmazott, a véleménynyilvánítás és az információszabadságot lehetővé tevő garanciákat eredményesen ültetik-e át a gyakorlatba, a *Mediadelcom* a végrehajtó feladatokat ellátó bírósági, kvázi bírósági vagy közigazgatási szervek tevékenységének és teljesítményének értékelésével méri fel.

### **Hivatkozások és további olvasmányok:**

Charter of Fundamental Rights of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

European Convention on Human Rights. [https://www.echr.coe.int/documents/convention\\_eng.pdf](https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf)

European Commission. (2022). *Shaping Europe's Digital Future. Media freedom and pluralism.* <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-freedom>

European Court of Human Rights. (2022). *Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights. Freedom of Expression.* [https://www.echr.coe.int/documents/guide\\_art\\_10\\_eng.pdf](https://www.echr.coe.int/documents/guide_art_10_eng.pdf)

## A GDPR\* veszélyt jelent az újságírásra?

A Mediadelcom több országtanulmánya is kiemelte, hogy a GDPR-nak lehetnek „mellékhatásai” a véleménynyilvánítás szabadságának és a nyilvános információkhoz való hozzáférés kérdésében.



*"Ilyen esetek, amikor az újságírók oknyomozó riportot készítenek a korrupcióról, például egy olyan üzletemberről, aki a kormánytól bizonyos szívességekre tesz szert, és az üzletember ezt jogi ürügyként használja fel a történet és az újságíró elhallgattatására. Egy másik eset, amikor kormánytisztviselők megtagadják az információszabadságról szóló jogszabályok alapján történő információkiadást, mert azt mondják, hogy az személyiségi jogokat, a GDPR-t sérti. Feltételezem, ezek nem szándékolt hatásai a GDPR-nak, mégis problémás, ahogyan ezt egyes országokban végrehajtják".*

**Daniel Hallin, a Kaliforniai Egyetem (San Diego) professzora, aki a Mediadelcom tanácsadó testületének is tagja, a Mediadelcom 29. podcast epizódjában osztotta meg a gondolatait.**

\*A GDPR az EU általános adatvédelmi rendelete, amely a személyes adatokat és a magánéletet védi.



## A média elszámoltathatósága

Mit is jelent és hogyan tudjuk monitorozni?

*Marcus Kreutler*

Néha a média túl messzire megy: legyen szó túlságosan szenzációhajhász tudósításról, tolakodó információszerzési technikákról vagy nem megfelelő fotóválasztásról – valószínűleg több eset is eszünkbe korábbi tapasztalatainkból. De kiszáll ilyenkor a rendőrség, hogy megbüntesse őket? Remélhetőleg nem, legalábbis a véleménynyilvánítás szabadságát garantáló demokratikus társadalmakban nem. A jogilag nem tiltott dolgok határai gyakran sokkal tágabbak, mint a jó, etikailag kifogástalan újságírásé. Ahogy Claude Jean Bertrand (2000, 22 o.) kommunikációkutató fogalmazott: "*A média súlyos károkat okozhat anélkül is, hogy törvényt sértene*". Itt jön a képbe a média elszámoltathatósága (*media accountability*). A fogalom magában foglal minden olyan tevékenységet, amelynek az a célja, hogy a jól működő és tisztességes társadalmi vita résztvevői előtt elszámoltathatóvá tegye a médiát, ezáltal pedig a nyilvánosság számára megbízható és felelősségteljes újságírást biztosítson (Fengler, 2019).

Ha elszámoltathatóságról van szó, az újságíróknak – legalábbis Európában – gyakran először az újságírói etikai kódexek vagy a kétes újságírói magatartás eseteiben eljáró szakmai testületek jutnak eszünkbe. Ezeket eredetileg többnyire sajtótanácsként alapították, de ma már közülük több is lefed legalább néhány más médiatípust (például az online kiadványokat), így ennek megfelelően egyeseket médiatanácsnak neveznek. (Magyarországon nincs hasonló jellegű intézmény az önszabályozás terén, nem keverendő össze a *Médiatanáccsal*, mely az állami *Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság* szabályozó szerve – a szerk.) Ha valaki úgy érzi, hogy egy adott hír nem felelt meg az újságírói normáknak, panaszt tehet ezeknél a tanácsoknál vagy más iparági önszabályozó szerveknél, újságíró szövetségeknél, amelyek kivizsgálják az esetet, és ha indokolt, szankcionálják a normasértést. Ez nem jogi szankciót, hanem belső vagy esetleg nyilvános megrovást jelent, amit az újságírók általában inkább igyekeznek elkerülni – hiszen ki szeretné, ha a szakmájának más jeles képviselői nyilvánosan elítélnék a munkáját?

Az újságírói önszabályozás ilyen mechanizmusai azonban csak egy részét képezik a média elszámoltathatóságának – azt a részét, amelynek középpontjában az áll, hogy az újságírói közösség önmaga mit tehet a felelős újságírás támogatásáért. A média elszámoltathatósága azonban tágabban is értelmezhető, beleértve más szereplők tevékenységét is (Bardoel & D'Haenens, 2004). Például a médiavállalatok saját szervezeti etikai kódexet vezethetnek be, vagy ombudsmant nevezhetnek ki, hogy megvitassák munkájukat a közönséggel. Vagy ide számíthatjuk a nyilvánosság más szereplőit, laikusokat vagy civil szervezeteket, akik kritikát gyakorolnak a média felett, vagy azokat a politikai szereplőket, akik dönthetnek a politikai befolyástól mentes állami eszközök bevezetéséről. Egyes országokban, ahol a média elszámoltathatósága csak korlátozottan érvényesül, külföldi szereplők, például alapítványok is segíthetnek az ilyen önszabályozási eszközök és gyakorlatok meghonosításában.

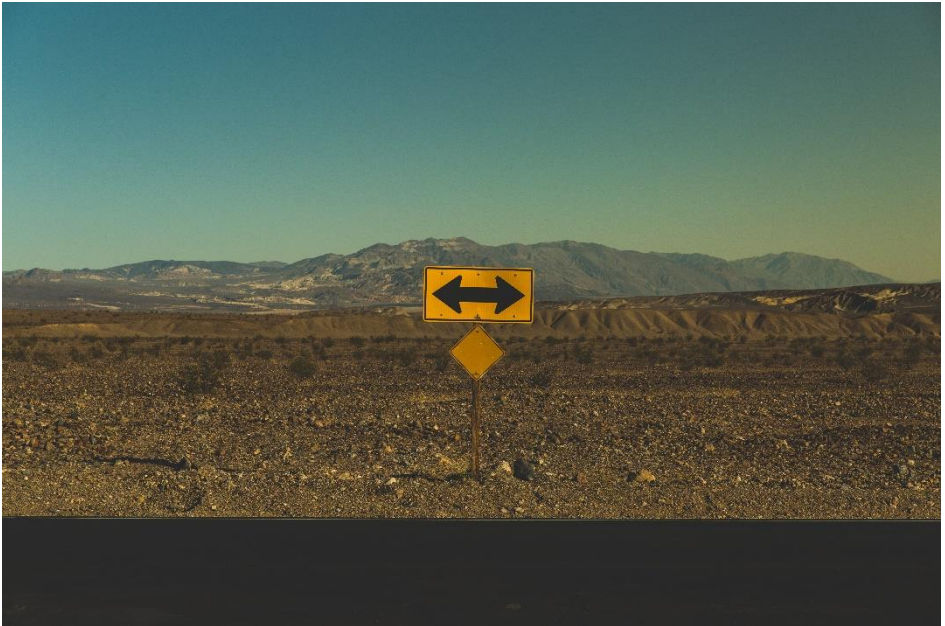
Tekintettel a lehetőségek sokszínűségére, a különböző országokban a média elszámoltathatóságának feltérképezésére és összehasonlítására tett kísérletek a téma széleskörű ismeretét igénylik. Míg az egyik országban esetleg nincs működő sajtótanács, a médiafigyelő központok (*media observatories*) fontos szerepet játszhatnak a média elszámoltatásában – ugyanis nem feltétlenül az eszköz, hanem az eredmény számít. A *Mediadelcom* konzorcium ezt az átfogó gondolatot követte (Fengler et al, 2022), és elemezte mind az egyes országok monitorozási képességeit a média elszámoltathatóságára vonatkozóan, mind pedig a terület főbb fejleményeit az elmúlt két évtizedben.

Európában a média önszabályozásának klasszikus eszközeként a független médiatanácsok továbbra is központi szerepet töltenek be. A jól működő tanácsokkal rendelkező országokban (mint például Németországban és Svédországban), de még az ilyen tanácsok körül némi vitát folytató országokban is (például Észtországban, ahol két tanács verseng egymással) a média elszámoltathatóságáról meglehetősen élénk tudományos vita zajlik. Ez Ausztriában is megfigyelhető, ahol a *Sajtótanács* 2010-es újraindítása a kérdéskör újbóli fellendülését jelentette.

Az ilyen eszközök hiánya viszont gyakran együtt jár a korlátozott szakmai érdeklődéssel vagy az újságírói közösség belső polarizációjával (például Lengyelország és Magyarország esetében). Az állami vagy piaci szereplők által indított kezdeményezések meglehetősen ritkák, még akkor is, ha létezik tudományos vita arról, hogy „mit kellene tennie az újságírásnak”. Mivel úgy tűnik, hogy a sikeres elszámoltathatósági eszközök és az élénk médiamonиторozási környezet között kölcsönhatás fedezhető fel, így a kockázatok mellett lehetőségeket is azonosíthatunk: az egyik terület változásokat indíthat el a másikban – nemcsak negatív, hanem pozitív irányban is.

## Hivatkozások és további olvasmányok:

- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.
- Bertrand, C. J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.
- Fengler, S. (2019). Media accountability. In *The international encyclopedia of journalism studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>
- Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S., & Speck, D. (2022). Media accountability. A global perspective. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 3-57). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-2>





# A média fenntarthatóságának monitorozása – a kritikus tényezők

*Peter Berglez & Mart Ots*

A tágabb értelemben vett újságírás számos olyan feltételre épül, amelyek központi szerepet játszanak fejlődésében, ellenálló képességében és a médiarendszeren belüli hosszú távú működésében. Ide tartoznak a piaci feltételek (például a tulajdonosi struktúrák), a közszolgálati média fejlesztése, a hírelőállítási feltételek (mint a digitalizáció hatása vagy az oknyomozó és külföldi tudósítások forrásai), a munkakörülmények és a munkavállalói diverzitás (például a férfi és női munkaerő hasonló aránya) valamint az újságírói kompetenciák, ideértve az oktatást, a szakképzést, illetve a szakmaiságról alkotott elképzeléseket.

## **Egy ország monitorozási képességei**

Mivel a feltételek változatosak lehetnek, a média és az újságírás helyzetének monitorozásához sokrétű adatokra van szükség. Először is azt kell megvizsgálni, hogy vannak-e olyan szereplők, akik a megfelelő típusú adatokat állítják elő, olyanokat, melyek lehetővé teszik az összes fontos körülmény megfigyelését. Egyes intézmények, például hatóságok vagy kutatóintézetek különböző forrásokból már gyűjthetnek adatokat, és egy-egy meghatározott célból már monitorozzák az újságírást – ezek jó kiindulópontot jelenthetnek. Ezután meg kell keresni a hosszútávú, azaz évről évre ismétlődően összegyűjtött adatokat. Az éveken át rendelkezésre álló, strukturált adatok lehetővé teszik, hogy megfigyelhessük, hogyan alakul át a médiarendszer és az újságírás az idő múlásával, és következtetéseket vonhatunk le a változásokra vonatkozóan. Ezek rávilágíthatnak különböző trendekre, amelyek révén a jövőre vonatkozó előrejelzéseket és forgatókönyveket is készíthetünk. Ideális esetben az ilyen adatokat minden évben hasonló módszerekkel gyűjtik, lehetővé téve az összehasonlítást: például a médiaszervezetek számáról, a közszolgálati és magántulajdonban lévő média közötti egyensúlyról, az



újságírók munkanélküliségi rátájáról vagy a digitalizáció mértékéről a szerkesztőségekben.

### **A monitorozás eredményeinek minősége**

A gyenge minőségű adatok monitorozási kockázatokkal járnak. Gyakran az érdekelt felek széles köre tesz közzé információkat az újságírói munkavégzés feltételeiről és a médiapiac teljesítményéről. Nagy kihívást jelent a források megbízhatóságának, hitelességének és folytonosságának értékelése. Az egy-egy témára irányuló tudományos kutatás magas szintje jó jel: ha rendelkezésre áll tudományos módszerekkel előállított tudásanyag, az nagyban segíti a monitorozást. A különböző társadalmi szereplők eltérő státusszal és jogosítványokkal rendelkezhetnek a média és az újságírás fenntarthatóságára vonatkozó adatok előállításához.

### **A témák lefedettsége**

A minőség mellett az adatok sokfélesége is fontos, mivel a média bizonyos területein egyes adattípusok túlsúlyban lehetnek, míg más területeken hiány mutatkozhat. Köztudott például, hogy a reklámpiar igényei miatt kutatóügynökségek és tech cégek egész ágazata monitorozza a médiahasználatot, arra koncentrálva, hogy ki, mit és mennyi ideig néz/hallgat/olvas. Ugyanakkor sokkal nehezebb olyan adatokat találni, amelyek kívül esnek azok érdekkörén, akik általában ezek előállítását finanszírozzák, mint például a reklámpiar, a politikai döntéshozók és a hatóságok. Például nagyon keveset tudunk az újságírók munkakörülményeiről a szerkesztőségek szintjén.

### **Hozzáférés az adatokhoz és a tudáshoz**

Végül pedig fontos szempont az adatok hozzáférhetősége is. Sok információt (felhasználói mérőszámokat, algoritmikus adatokat stb.) a médiatársaságok és reklámügynökségek megtartanak maguknak, ami megnehezíti a média fejlődésének monitorozását. Az akadémiai kutatás során előállított tudás viszont gyakran nyilvánosan hozzáférhető.

### **Hivatkozások és további olvasmányok:**

Berglez, P., Olausson, U. & Ots, M. (Eds.).(2017). Sustainable journalism. Integrating the environmental, social and economic challenges of journalism. Peter Lang.



## Kit tekinthetünk újságírónak?

És miként tudjuk őket és szakmai kompetenciáikat monitorozni?

*Lenka Waschková Čísařová*

A bestsellerekből vagy a hollywoodi filmekből kiindulva az ember azt gondolná, hogy az újságírói identitás igen jellegzetes, az „újságíró” egy jól körülírható karakter. Valószínűleg egy karizmatikus személy, aki földalatti parkolóházakban találkozik a forrásaival, és egy napon belül közzé is teszi a felderített sztorit. De, mint ahogy egy orvosokról szóló tévéműsor sem mutatja meg egy vakbélműtét részleteit, úgy az újságírók népszerű ábrázolásai sem fedik fel a teljes igazságot a szakmáról.

Ha eltöprengünk azon, kit is nevezhetünk újságírónak, és mit tanulhatunk róluk, akkor alapvetően két szélsőséges lehetőségünk van. Vagy Terry Pratchett-tel (2001) együtt naivan azon tűnődünk, hogy „hétköznapi” emberekből hogyan lesznek újságírók, illetve ki mondja meg nekik, hogy mit írjanak vagy vegyenek fel, vagy mélyebben elgondolkodunk azon, hogy ki is az újságíró, és ehhez ideális esetben milyen szakmai kompetenciákkal kell rendelkeznie. Ebben a cikkben ez utóbbira teszünk kísérletet.

### **Az újságíró meghatározása**

Manapság, amikor az újságíró fogalma egyre inkább kiszélesedik, akár nevezhetjük őket hivatásos (!) médiatartalom-előállítóknak, amibe így beletartozik mindenki, aki rendszeresen részt vesz a professzionális médiatartalom előállításában (pl. főállású újságíró, részmunkaidős újságíró, szabadúszó, szerkesztő, főszerkesztő, fotóriporter, operatőr, grafikus stb.) (Deuze, 2005). Ahhoz, hogy pontosan definiálni tudjuk ezt a szakmát, hogy meg tudjuk mondani, kik is az újságírók és mit is csinálnak, világos határokat kell húzni az identitásuk körül, a kutatásunkat pedig ezen határokon belülre kell összpontosítani. Ez segíthet a társadalom elvárásainak kialakításában is, mivel az újságírók a (deliberatív) demokrácia fenntartásának egyik kulcsszereplői.

## Újságírói kompetenciák/készségek

Az újságírók megkülönböztetésének egyik módja, hogy a szakmai kompetenciákra fókuszálunk. Ha a szakmai kompetenciát úgy értelmezzük, mint az egyén vagy egy szakmai kollektíva potenciális képességét bizonyos helyzetek sikeres kezelésére vagy egy bizonyos feladat elvégzésére, akkor feltehetjük a kérdést, hogy egyrészt mit lehet elvárni, megkövetelni az újságíróktól, másrészt pedig hogy ők hogyan teljesítenek az újságírói munkájuk során (Willnat, Weaver & Choi, 2013). Az újságírói kompetenciákat vizsgálva kideríthető, hogy ezek minden újságíróra érvényesek-e. E készségek közé tartozik például az etikusság, a szakértelem, a motiváció, az őszinteség és a kíváncsiság.

A készségek vizsgálatával azonosíthatjuk azokat a lehetséges kockázatokat is, amelyekkel az újságíróknak munkájuk során szembe kell nézniük. Mi történik például, ha egy újságíró nem tartja be az elvárt etikai vagy szerkesztőségi irányelveket? Számos helyzet állhat elő: egyrészt az újságíró elveszítheti jóhírnevét a szakmai közösségben, vagy megrovást kaphat a munkáltatótól, rosszabb esetben elveszítheti az állását és/vagy a közönség bizalmát. Az egyik elvárt újságírói érték a szakmai autonómia – a szerkesztőségen belüli és kívüli befolyásoktól való függetlenség. Egy cseh példa: Marek Příbil újságírót az akkori miniszterelnök, Andrej Babiš tulajdonában lévő *Mafra* kiadótól rúgták ki. Állását azután veszítette el, hogy névtelenül nyilvánosságra került egy Babiš és az újságíró közötti telefonbeszélgetésről készült felvétel, amelyeken a médiatulajdonos politikai ellenfeleiről megjelentetendő kritikus cikksorozatról beszéltek. A kiadó 155 újságírója közös nyilatkozatban határolódott el Příbil cselekedetétől (iDnes, 2017), „szakmaiatlannak és erkölcsstelennek” nevezve azt (az egész esetet lásd: Kotisova & Waschková Čišařová, 2023).

Az újságírói kompetenciák kérdésével a kutatók nemzeti szinten, és nemzetközileg, összehasonlító kutatások révén is foglalkozhatnak. Annak érdekében, hogy monitorozhassuk a médiaszakemberek készségeit, a *Mediadelcom* módszertanának kidolgozása-kor úgy döntöttünk, hogy elsősorban az újságírói tudásra, szakértelemre, gyakorlatokra, szerepekre, kultúrákra és értékekre összpontosítunk, mivel ezek a legbeszédesebbek ebben a tekintetben (Hanitzsch & Vos, 2017).

E témakörök igen átfogó, de kellően rugalmas képet nyújtanak az újságírói szakmáról és annak kompetenciáiról, valamint arról, hogy az újságírók hogyan járulhatnak hozzá a tájékozott társadalom eszményéhez és a megalapozott médiapolitikához. Ezért, ha egy ilyen témakört próbálunk potenciálisan monitorozni, több tényezőt is figyelembe kell vennünk: a tágabb képet, a hírgyártás elemzésének különböző szintjeit (pl. nemzetközi, nemzeti, helyi; rendszerszintű, szervezeti, egyéni) és a különböző időintervallumokat. A monitorozásnak egyszerre kell deduktívnak lennie (a rendszerszintű és szervezeti szint longitudinális feltérképezésétől fokozatosan eljutni az újságíró egyéni szintjére, közben figyelembe véve a nemzeti és/vagy nemzetközi keretet is); és induktívnak (az egyéni szereplők, az újságírók felől kiindulva rendszerszintre emelni az adatokat).

Ez a megközelítés, amely az újságírói szakma és a kompetenciák monitorozásából származó ismeretek összegyűjtésén alapul, lehetővé teszi a deliberatív kommunikációt érintő kockázatok és lehetőségek feltárását. A *Mediadelcom* esetében ez egy meghatározott időszakot, 20 évet ölel fel az újságírókkal kapcsolatos kutatások történetéből az egyes országokban (Mediadelcom, 2022); számításba veszi a releváns adatok lehetséges előállítóit (jellemzően az akadémiai, iparági és civil szervezeteket); figyelembe veszi a nemzeti szintű adatokat és a nemzetközi összehasonlító eredményeket (pl. *Worlds of Journalism*); és végül, de nem utolsósorban megvizsgálja a meglévő adatok minőségét és hozzáférhetőségét is.

### Hivatkozások és további olvasmányok:

- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135.
- Babiš selhal, kolega se choval nemorálně, uvedli novináři MF Dnes a iDnes.cz. (2017, May 4). *iDnes*. <https://www.idnes.cz>
- Kotissova, J. & Waschková Císařová, L. (2023). "I know which devil I write for": Two types of autonomy among Czech journalists remaining in and leaving the Prime Minister's newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 238-256.
- Mediadelcom. (2022). Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities. In *Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs. Approaching deliberative communication: Studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries*, CS1, D-2.1. <https://www.mediadelcom.eu/publications/d21-case-study-1/>
- Pratchett, T. (2001). *The truth*. Harper Collins.
- Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.
- Worlds of Journalism*. <https://worldsofjournalism.org>



## Kik gyűjtenek adatokat a médiafogyasztásról?

*Ragne Kõuts-Klemm, Iveta Jansova & Lilia Raycheva*

Az európai országok mindegyike rendszeresen gyűjt adatokat a lakosság médiahasználatáról. Sokat tudunk a közönségről és arról, hogy hogyan használja a médiát, de ezekhez az információkhoz nem mindig lehet hozzáférni. Miért nem?

Ahogy Juha Herkman (2008) finn kutató megjegyezte: a médiaipar nagy üzlet, a médiahasználati adatok pedig szintén nagy üzletté váltak. A médiatársaságokat érdeklik a közönségre és annak jellemzőire vonatkozó információk, mert így jobban tudnak vonzó tartalmat nyújtani a felhasználóiknak, illetve értékesíthetik is ezt a kapcsolatot cégeknek és más érdekelt feleknek, azaz hirdetéseket adhatnak el.

A médiahasználati adatokat gyűjtő piackutató cégek információkat szolgáltatnak a médiaszolgáltatók eléréséről és közönségarányáról, a csatornák népszerűségéről másokhoz képest, valamint a közönség szocio-demográfiai jellemzőiről. Mindezek pénzben kifejezhető adatok. Európában a legnagyobb adatgyűjtők a nemzetközileg működő kutatóügynökségek, mint például a *Nielsen*, a *Kantar*, a *Reuters*, a *GfK* stb. Tesztelt és ellenőrzött módszerekre támaszkodnak, amelyek lehetővé teszik a médiavállalatok számára, hogy megalapozott üzleti döntést hozzanak.

Kiegészítve a klasszikus nézettségi, látogatottsági stb. adatokon alapuló kutatásokat, az online közegben maguk a médiumok is tájékozódhatnak a felhasználóikról, elemezhetik a viselkedésüket a webes mutatók alapján. Az online felhasználókra vonatkozó adatok csak néhány jellemzőt tartalmaznak, a kutatók szerint ily módon a fogyasztók olyanok, mint a folyamatosan összeolvadó, egyértelmű identitás nélküli adatpontok (Fisher & Mehozay, 2019). Az adatgazdák ritkán tudnak olyan kifinomult elemzéseket végezni, hogy a közönséget egyedi személyekként is megértsék. Ez azzal is összefügg,

hogy bár a vállalatok/tartalomszolgáltatók nagy mennyiségű adatot képesek gyűjteni (big data), mégsem igazán tudják ezeket elemezni és felhasználni a további üzleti stratégiáikban. A kereskedelmi és közszolgálati földfelszíni műsorszolgáltatók szintén nagy mennyiségű adatot gyűjtenek a szolgáltatásaik használatáról, de még mindig nem képesek teljes mértékben felhasználni ezeket az adatokat, és vesztesre állnak a nagyobb külföldi szolgáltatókkal, például a *Netflix*szel szemben. Ezek az on-demand szolgáltatók sem hajlandók megosztani a fogyasztási adataikat, sem a nyilvánossággal, sem pedig a tudományos közösséggel.

Láthatjuk, hogy bár a médiahasználatról rendkívül sokrétű és átfogó adatok állnak rendelkezésre, az adatok hozzáférhetősége gyakran korlátozott, csak bizonyos szereplők juthatnak hozzá. Az adatok főként magán médiavállalatok, platformok és piackutató cégek tulajdonában vannak, és ritkán használják fel őket a közjó érdekében (pl. ismeretszerzésre, szakpolitikai tervezésre, a felhasználói jogok megerősítésére stb.). Van azonban néhány kivétel. Egyes országokban az állam és a piac közötti megállapodások biztosítják az adatok megosztását. Ott, ahol a kereskedelmi médiaadatok átláthatóbbak, az adatokból szerzett tudás a megfelelő médiapolitika alapjául szolgálhat, amely végül a médiaipar, a közönség és a demokrácia javára fordítható.

Az adatgyűjtés fontos forrásai a tudományos kutatóintézetek és egyetemek is. Céljuk, hogy megértsék a felhasználók egyedi „médiainverzumait”. A felhasználó-központú adatgyűjtés olyan szakpolitikákhoz adhat alapot, amelyek célja a felhasználói kompetenciák növelése, a demokratikus fejlődés megerősítése. Az ilyen típusú adatgyűjtés magas szintű kutatási etikát követel meg – a résztvevőket önkéntes alapon kell toboroznia, és felelősséget kell vállalnia a következményekért, amelyekkel a következtetések levonása vagy végrehajtása járhat. Az ilyen típusú adatgyűjtésnek elég sokszínűnek is kell lennie ahhoz, hogy kifinomult elemzést tegyen lehetővé. Ezek a feltételek azonban sok erőforrást igényelnek, így nem meglepő, hogy ezen a területen az akadémiai adatgyűjtés igen ritka, a hosszútávon végzett monitorozás pedig még ritkább.

### **Hivatkozások és további olvasmányok:**

- Bird, S. E. (2011). Are we all producers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>
- ESOMAR – ethics and guidelines for commercial audience research: <https://esomar.org/codes-and-guidelines>
- Fisher, E., & Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: Media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.
- Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29(1), 145–159.



## Hogyan kapcsolódik össze mindez?

A médiával kapcsolatos kompetenciák (és azok kutatása) a deliberatív kommunikáció kockázatai és lehetőségei felől

*Alnis Stakle & Anda Rožukalne*

Hogyan tud a mai ember eligazodni az összetett média környezetben? Miként tudjuk jobban kihasználni a napjaink változatos médiáját? Észrevesszük a kommunikációs környezet különböző szereplőinek befolyásolási kísérleteit?

A kommunikációs környezet változó folyamatai, illetve az, hogy a társadalom és az egyének megértsék ezeket, a médiával kapcsolatos kompetenciákat a politikai döntéshozók, az oktatási és a kommunikációs szakemberek figyelmének középpontjába terelte. A médiaműveltséget és a médiaoktatást a dezinformáció, a politikai polarizáció és a manipuláció elleni megoldásként is tekintik, kiemelve a kritikus gondolkodás fontosságát más kompetenciák mellett.

A médiával kapcsolatos kompetenciák (*media related competencies*) egy átfogó koncepció, amely történelmileg az audiovizuális média (azaz a rádió és a televízió) fejlődéséhez kapcsolódik, és amely mára kibővült az olvasás, az online és a digitális írástudás területével. A médiával kapcsolatos kompetenciákról, mint olyan készségek összességéről, amelyek a média közönségét különféle eszközökkel látják el az információk elemzéséhez és megértéséhez, nagyon eltérő, sőt néha egymásnak ellentmondó elképzelések születtek. Ide tartozik többek között az analóg és digitális médiában megjelenő különböző üzenetekhez vagy narratívákhoz való hozzáférés képessége, az üzenetekbe ágyazott tartalom olvasásának, elemzésének és megfejtésének képessége, az üzenetek kommunikációs mintáinak és az azok létrehozásában részt vevő szereplők felismerése, az üzenetek kritikus értékelése, valamint saját üzenetek létrehozása kommunikációs, munkavégzési és szórakoztatási céllal.

## A civil társadalom megerősítése

A médiával kapcsolatos kompetenciák fogalma azonban nem csupán a fenti készségekhez kapcsolódik. Emellett a viselkedési minták megváltoztatásának lehetőségét is ígéri, mely által a személyes és kollektív biztonsági kockázatok leküzdhetőek lesznek. Így a médiával kapcsolatos kompetenciákat olyan, folyamatosan fejlődő készségek összességékként foghatjuk fel, amelyek támogatják a demokratizálódást, a társadalmi részvételt és a jogállamiságot. A koncepció egyszerre gyökerezik a közösség érdekvédelmének és a civil társadalom megerősítésének paradigmájában. Mindez kifejeződik abban az igényben is, hogy a média közönségének biztosítani kell a biztonságos nyilvános kommunikációs környezetet és a médiával kapcsolatos kompetenciák elsajátításának lehetőségét. Ennek vitás kérdései főként arra irányulnak, hogy egyensúlyt találjunk a médiahatásokhoz kapcsolódó morális pánikok és a demokratikus társadalmak olyan értékeinek rendszeres újradefiniálásának szükségessége között, mint amilyenek a véleménynyilvánítás szabadsága és a pluralizmus.



A médiával kapcsolatos kompetenciák jelenlegi keretrendszerét három, történetileg egymással összefüggő diskurzus alapozza meg. Az első, a médiával kapcsolatos kompetenciákat a protekcionizmus szemszögéből a médiahatások diskurzusán keresztül vizsgálja. A médiát erőteljes technológiákként jellemzi, amelyek nagyon rövid idő alatt képesek jelentősen átformálni az emberek életvitelét. A hangsúly az egyre növekvő



képernyőidőn van, kiemelve annak veszélyét, hogy a kontrollálatlan médiafogyasztás káros hatással lehet a hagyományos értékrendre és a társadalmi kapcsolatokra. A nagymértékű médiahasználatlaltal kapcsolatos fő veszélyek a dezinformáció terjesztéséhez, az erőszakhoz és a pornográfiához való hozzáféréshez, az alkohol-, dohány- és szerencsejáték-reklámok terjesztéséhez, a szerzői jogok megsértéséhez, a szexizmus és a rasszizmus erősödéséhez, a közegészségügyi kockázatokhoz és a kiberbűnözéshez kapcsolódnak.

A második, a médiával kapcsolatos kompetenciáknak a valóság reprezentációjával és megértésével kapcsolatos értelmezése, mely a szemiotikán, a kritikai kultúrakutatáson és a médiaökológia diskurzusán alapul. Ez a szemlélet a kompetenciákat olyan készségek összességéként fogja fel, amelyek erősítik a közönség azon képességét, hogy felismerje a kereskedelmi iparágak médiatartalmakra gyakorolt hatását, és megfejtse az ideológiailag telített, előítéletes nézeteket a családról, az életkorról, az osztályról és a fajról. Az újságírást olyan szakmai tevékenységnek tekinti, amely a valóságot konstruálja és leleplezi az előítéleteket; a közönségnek pedig meg kell értenie az újságírás etikáját és a médiatulajdonosok érdekeit.

A harmadik pedig a pedagógiai szempont, melyben a médiával kapcsolatos kompetenciákat olyan életkor-specifikus készségek összességének tekintik, amelyek szükségesek a mediatizált kommunikációban és a digitális kultúra egészében való biztonságos és céltudatos részvételhez. A folyamatosan fejlődő digitális kultúra megértésének és elsajátításának előmozdítása, a közönség ösztönzése, hogy önképzés és kölcsönös tanulási folyamatok révén folyamatosan új dolgokat tanuljon, a médiapedagógia alapvető céljai.

Mindegyik nézetben a médiával kapcsolatos kompetenciákat a média hatalmi struktúráiba és az uralkodó ideológiákba való behatolásaként értelmezik, ugyanakkor diszkurzív különbségtétel figyelhető meg az egyes megközelítésekben az intézményi és politikai hatalom változásának, a valóság reprezentációjának és konstrukciójának, valamint a személyes és társadalmi identitás megértésének kérdéseivel kapcsolatban.

### **Médiakompetencia és deliberatív kommunikáció**

A deliberatív kommunikációban a médiával kapcsolatos kompetenciák olyan meta-kompetenciává válnak, amely egyszerre biztosítja a keretet és a tartalmat a személyes és kollektív értékek, érvek, viták és normák egyeztetéséhez. A deliberatív kommunikáció átfogó célja egy olyan fenntartható kommunikációs környezet kialakítása, amely együttérző és megalapozott vitán alapul, és nem sérti az egyének és a különböző társadalmi csoportok közötti kölcsönös kapcsolatteremtés lehetőségeit, hogy a közösségi értékekben és közérdekű döntésekben egyetértésre jussanak.

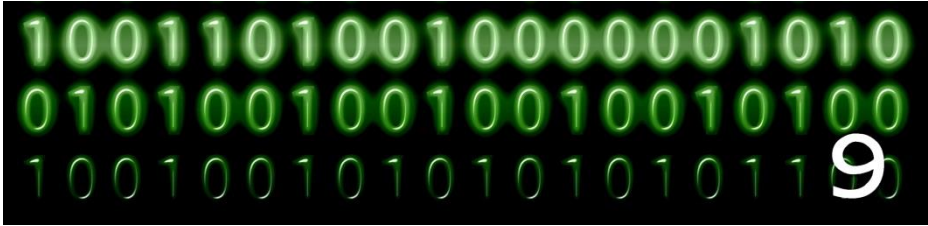
## A médiakompetencia monitorozása

A médiával kapcsolatos kompetenciákat az unióban számos különböző felmérés keretében monitorozzák. Ezekben a közönség digitális képességeinek mérése, a felhasználói adatvédelem, a megszerzett kompetenciák szintjének önbecslése, valamint a tanulási igény, a kritikus információfogyasztás és a félrevezető információk felismerésének kérdései dominálnak. Néhány példa a médiakompetenciákat mérő nemzetközi tanulmányokra: „EU Kids Online: Researching European children’s online opportunities, risks and safety”, „Mapping of media literacy practices and actions in EU-28” (*European Audiovisual Observatory*), „Media Literacy Index” (*Open Society Institute Sofia*).

Tagállami szinten azonban a médiával kapcsolatos kompetenciák kutatásának különböző megközelítései és hagyományai vannak, ami megnehezíti az adatok egymással való összehasonlítását. A deliberatív kommunikáció mutatóin alapuló, longitudinális és nemzetközi összehasonlító médiakompetencia-monitorozás lehetővé tenné a különböző társadalmi csoportok deliberatív kommunikációval és a médiával kapcsolatos kompetenciái közötti összefüggések megértését.

### Hivatkozások és további olvasmányok:

- Friesem, Y. (2023). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Routledge.
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, Rowman & Littlefield.
- Jones, S., Dawkins, S. & McDougall, J. (2023). *Understanding virtual reality: Challenging perspectives for media literacy and education*. Routledge.
- Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. SAGE.



## A fuzzy set kvalitatív összehasonlító elemzés (fsQCA) szerepe

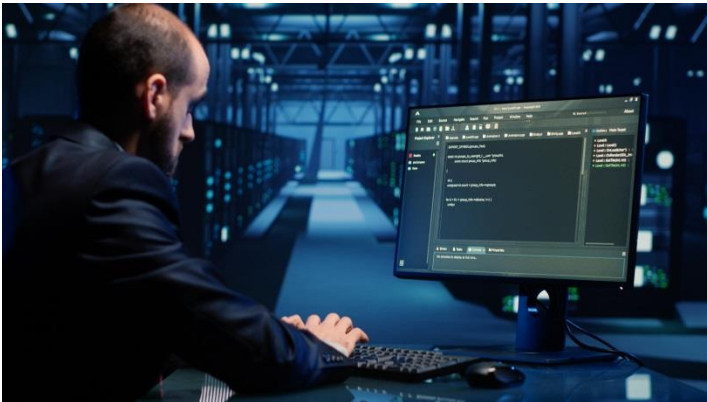
a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek feltárásában

*Dina Vozab, Zrinjka Peruško & Filip Trbojević*

Az összehasonlító kommunikációkutatás iránti növekvő érdeklődésnek köszönhetően számos olyan nemzetközi és európai szintű kutatási projekt és monitoringeszköz létezik, amelyek hasznosak lehetnek a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek felmérésében. A sajtószabadságot világszerte figyelemmel kísérő, régebb óta működő források mellett, mint például a *Freedom House* és a *Reporters Sans Frontières*, ma már számos más kutatási és monitoring projekt is elérhető. Európai szinten a legjelentősebb a *Media Pluralism Monitor*, amely az európai médiarendszerekben a pluralizmust és sokszínűséget érintő kockázatokat értékeli. A Thomas Hanitzsch által vezetett *Worlds of Journalism* kutatás 2007 óta elemzi az újságírás helyzetét, az *Oxfordi Egyetemen* működő *Reuters Institute for the Study of Journalism* pedig 2012 óta kutatja a digitális hírközöséget. Így ma már több olyan tanulmány és adat áll rendelkezésre, amelyek lehetővé teszik a kutatók számára, hogy innovatív összehasonlító kutatási kérdéseket tegyenek fel. A módszertan tekintetében viszont kisebb a változatosság, elsősorban a kvantitatív megközelítések dominálnak (Downey, 2020).

A *Mediadelcom* projektben a média- és kommunikációkutatásban igen újszerű módszertant alkalmazunk a deliberatív kommunikáció kockázatainak és lehetőségeinek felmérésére. Bár több szerző is szorgalmazza a fuzzy set kvalitatív összehasonlító elemzés (fsQCA) használatát az összehasonlító médiakutatásban (Downey, 2020; Downey & Stanyer, 2010), és egyre több tanulmány alkalmazza is a módszert (pl. Büchel et al., 2016; Humprecht & Büchel, 2013; Peruško et al., 2021), a még mindig túlnyomórészt kvantitatív megközelítésekre támaszkodó összehasonlító médiakutatásban egyelőre csekély mértékben van jelen (Downey, 2020).

Az fsQCA-nek számos előnye van a kvantitatív megközelítésekkel szemben. Az fsQCA-módszer az összehasonlító kutatásban összekapcsolja a kvalitatív és a kvantitatív logikát, így gazdag és összetett magyarázatot adhat arra vonatkozóan, hogy a különböző oksági feltételek hogyan magyaráznak bizonyos kimeneteleket. A módszertan lehetővé teszi mind a kis, közepes és nagyobb elemszámú esetek bevonását (Ragin, 2008), ami nagy rugalmasságot biztosít az összehasonlító kutatási designban. A módszer különbözik a korrelációs gondolkodástól is (amely lineáris és szimmetrikus), mivel elismeri, hogy a társadalmi jelenségek közötti kapcsolat gyakran aszimmetrikus és egyenrangú. Az aszimmetria azt jelenti, hogy a változók közötti kapcsolat egyik típusa nem zárja ki a többi lehetséges kapcsolatot. Ha például a fejlettség és a demokrácia között kapcsolatot állapítanak meg, ez nem zárja ki, hogy a fejletlen országok is lehetnek demokratikusak (Ragin, 2008: 15). Néha több oksági magyarázat vagy "ok-okozati receptúra" is létezik ugyanarra a kimenetelre. A médiarendszer-elemzésben éppen ez az egyenrangúság, amit a kockázatok és lehetőségek tendenciáira vonatkozó kérdések megoldása során keresünk – az országok különböző utakat követve képesek ugyanazt a célt elérni. Például egyes kontextusokban a deliberatív kommunikáció talán jól szabályozott médiával és erős elszámoltathatósági rendszerekkel érhető el, míg máshol fenntartható újságírással és tájékozott, médiaműveltséggel rendelkező közönséggel. A módszer az összehasonlító kutatás mikro-, mezo- vagy makroszintjén egyaránt jól működhet, és alkalmas többszintű jelenségek vagy gyakorlatok – például transznacionális folyamatok vagy a globalizált médiakultúrák – feltárására és megértésére, valamint időbeli változásokat is képes magyarázni (Downey, 2020).



Az elemzés egyik legfontosabb pontja a kalibrálás, amely az esetek halmazokba (*set*) rendelését jelenti 0 és 1 közötti értékek segítségével (Ragin, 2008). Ezek a halmazok lehetnek „élesek” (*crisp*), ekkor az esetek csak két kategóriába sorolhatók. Mivel a társadalmi jelenségek általában ennél összetettebbek, a „homályos” halmazok (*fuzzy set*) erre a nagyobb összetettségre és árnyaltságra reagálnak. A fuzzy szettek

használatával megjeleníthetjük, hogy bizonyos esetek (országok) például a médiaszabadsággal rendelkező országok halmazába tartoznak, de különböző szinteken – mint például Norvégia, amely 2022-ben az *RSF* sajtószabadság-indexe szerint az első helyen, és Olaszország, amely az 58. helyen áll.

A *Mediadelcom* projektben azt elemezzük, hogy négy terület – a jogi-etikai szabályozás, az újságírás, a médiahasználati szokások és médiakompetenciák – hatással vannak-e a deliberatív kommunikációra. E kísérletünkkel azt kívánjuk megvizsgálni, hogy milyen utak vezetnek a deliberatív kommunikáció megvalósulásához Európában általában, hogy árnyalt kontextuális magyarázatot adunk összetett ok-okozati összefüggésekre.

### Hivatkozások és további olvasmányok:

- Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., & Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Downey, J. (2020). Comparative communication research: Why we really need some more fuzzy thinking. *International Journal of Communication*, 14.
- Downey, J., & Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0267323110384256>
- Humprecht, E., & Büchel, F. (2013). More of the same or marketplace of opinions? A cross-national comparison of diversity in online news reporting. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 436–461. <https://doi.org/10.1177/1940161213497595>
- Oana, I.-E., Schneider, C. Q., & Thomann, E. (2021). *Qualitative comparative analysis using R: A beginner's guide* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009006781>
- Peruško, Z., Vozab, D., & Čuvalo, A. (2021). *Comparing post-socialist media systems: The case of Southeast Europe* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367226787>
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. University of Chicago Press.



# A meta-elemzés lehet menő!

## A Mediadelcom-módszer

*Martin Oller Alonso & Sergio Splendore*

Bemutatjuk a *Mediadelcom* által kifejlesztett meta-elemzési módszert, amely a deliberatív kommunikáció irodalmának feltérképezéséhez nyújt segítséget. De ez még nem minden! Az újszerű módszertan lehetővé teszi a média monitorozásával és a deliberatív kommunikáció tanulmányozásával kapcsolatos kockázatok és lehetőségek átfogó értékelését is, továbbá feltárja az *Európai Unióban* az elmúlt két évtizedben (2000-2020) a társadalmi kohézió előmozdítása érdekében végzett kutatási és szakmai erőfeszítéseket. A módszer a későbbiekben alkalmazható lesz a politikai döntéshozók, oktatók, médiakritikusok, intézmények, diákok és a médiaiparban dolgozó szakemberek jövőbeli projektjeiben is. Ez a módszertan megnyitja az utat a tudás és a bölcsesség előtt. Öveket bekapcsolni, emberek!

A *Mediadelcom* által tervezett diagnosztikai eszköz segítségével lehetővé tesszük a deliberatív kommunikáció kockázatairól és lehetőségeiről szóló európai kutatások vizualizálását, valamint a médiamonitorozás helyzetének országokénti értékelését és európai szintű összehasonlítását. Mindezt igen újszerű módon: A hagyományos nyugat-európai országok helyett ez a megközelítés a gyakran figyelmen kívül hagyott kelet-európai országokra irányítja a figyelmet. Négy kulcsfontosságú terület meta-elemzését végezzük el, amelyek a deliberatív kommunikációs paradigmát alakítják, ezek a (1) jogi és etikai szabályozás, az (2) újságírói hírgyártás, (3) az újságírók és a közönség médiával kapcsolatos kompetenciái, és a (4) médiahasználati mintázatok.

A *Mediadelcom* konzorcium felrázza a kutatóközösséget innovatív megközelítésével! Célunk, hogy az *Európai Unióban*, és főként a nem nyugati régióban a média és az intézmények átalakulásának egészét vizsgáló mélyelemzéssel értékeljük a kutatások és az adatok elégségességét. Egy olyan korszakban, amikor úgy érezzük, hogy a világ összeomlik, az európai álmot szélsőséges ideológiák ostromolják, az oktatás, a kutatás és a kommunikáció a mi titkos fegyvereinkké válnak. A COVID-19, a globális feszültségek,

a gazdasági zűrzavar, valamint a változó hatalmi dinamikák megingatják az *EU* stabilitását, ezért itt az ideje, hogy bele vessük magunkat ebbe az izgalmas kihívásba.

Készen állsz a titkos receptre, amellyel az adatokat bölcsességgé alakíthatjuk? Az, hogy milyen monitorozási képességekre teszünk szert, az érintett szakemberek számától és képzettségétől, a munkaerőpiac vonzerejétől, az állami/politikai intézmények kompetenciumkésztségétől és a kutatóintézetek befolyásától függ. De hogy pontosan ki végzi a monitorozást vagy a kutatást, az egy döntő kérdés. Transznacionális szervezetek, összehasonlító/nemzetközi kutatási projektek, országos civil szervezetek, tudományos kutatóközösségek, szakmai szövetségek vagy állami szervek?

A kutatási és monitorozási képességek javításához biztosítani kell az adatok hozzáférhetőségét nyílt digitális formátumban és strukturált, áttekinthető formában. A digitális dzsungelben, az adatok és információk kaotikus viharában hamis tanítók próbálnak becsapni bennünket. Mi a céljuk? Ez egy jó kérdés. Óvakodjatok a kibertér homályától, és maradjatok szemfülesek, kedves hallgatók!

Cselekedni kell az adatok hitelességének növelése érdekében, és el kell érni, hogy azok hozzájáruljanak a demokrácia fejlődéséhez. A deliberatív kommunikáció területén az *EU*-ban végzett kutatások hozzáférhetőségének elemzése azt mutatja, hogy nem csak az adatok meglétének kérdése az egyetlen probléma; a különböző szereplők által gyűjtött adatok gyakran nem hozzáférhetők. Például valahol az egyetemek és közintézmények is ritkán bocsátják rendelkezésre az adatokat, a nemzetközi szervezetektől származó adatok pedig nehezen kezelhetők, és nem állnak rendelkezésre rendszerezett, táblázatos formában. A nagy összehasonlító kutatási projektek nem évente jelennek meg, a médiaszektortól és szakmai szervezetektől származó adatok pedig a rendelkezésre álló változókat tekintve hiányosak. A szereplők közötti együttműködés hiánya gazdasági és politikai tényezők által befolyásolt médiakörnyezetet eredményez, ami gátolja a pluralizmust és a független újságírás fejlődését. Ez a helyzet a médiapolitikában is visszaköszön, amely nem kielégítő és nem hatékony, és amely lehetővé teszi a domináns szereplők számára, hogy ők határozzák meg a szabályokat és befolyásolják az európai demokráciákat.

A *Mediadelcom* nem áll meg a már meglévő tudás összegyűjtésénél, hanem kritikai elemzést kíván készíteni arról, hogyan kell azt a médiakormányzában felhasználni. Meta-elemzési módszerünk két kritikus kérdést tesz fel: hogyan kutatják és használják az adatokat és a tudást a különböző európai országokban, és kinek lenne hasznos a tudásalapú médiakormányzás?



**Csatlakozz hozzánk ezen az úton – szabadítsuk fel az adatok erejét, és alakítsuk bölcsességgé őket egy jobb jövő érdekében!**

**Az olasz országcsapat és a  
Mediadelcom konzorcium**





## Feladatok hallgatóknak

### 1. feladat. Esettanulmány - a véleménynyilvánítás szabadságára és az információszabadságra vonatkozó jogi környezet elemzése

**1. lépés:** Válassz egy, a véleménynyilvánítás szabadságával vagy az információszabadsággal kapcsolatos jogi esetet, például egy SLAPP-ügyet vagy egy olyan esetet, amelyben közérdekű bejelentők elvesztették az állásukat.

**2. lépés:** Végezz elemzést az ágens megközelítéssel. Határozd meg az ügyben érintett különböző szereplőket, mint például egyéneket, szervezeteket vagy kormányzati szervezetet, és határozd meg a napirendjüket. Kik voltak érintettek? Hogyan került napvilágra ez az ügy? Milyen diskurzusokat folytattak a különböző szereplők?

**3. lépés:** Keress hasonló eseteket 10 és 20 évvel ezelőttről, és elemezd a kiválasztott esettel való hasonlóságokat és különbségeket.

**4. lépés:** Mutasd be az eredményeidet egy dolgozatban vagy egy prezentációban.

### 2. feladat. Egy újságírással kapcsolatos téma monitorozási potenciáljának felmérése

**1. lépés:** Válassz egy olyan témát, amely az elmúlt 5-10 évben az újságírást érintő valamilyen kockázathoz kapcsolódik, pl. újságírók munkakörülményei, újságírók elleni fenyegetések (fizikai, mentális, érzelmi vagy gazdasági).

**2. lépés:** Kutasd fel és azonosítsd azokat a szereplőket (pl. tudományos intézmények, nonprofit és szakmai szervezetek vagy kormányzati szervek), amelyek a kiválasztott témával kapcsolatban információkat és ismereteket gyűjtenek. Kap-e ez a téma kellő figyelmet, és elemzik-e szisztematikusan valamely éves vagy periodikus jelentésben? Van-e számottevő mennyiségű tudományos kutatás és publikáció a témában? Mennyire szerepel a napi hírekben, és mennyire vitatják meg szakmai kiadványokban és fórumokon?

**3. lépés:** Értékelj a téma jelentőségét a saját országodban. Vizsgáld meg, hogy van-e a témáról diskurzus, vagy pedig kevés információ és ismeret áll rendelkezésre. Határozd meg az ismeretbeli hiányosságokat és/vagy írd le, hogyan tárgyalják a téma különböző aspektusait, és milyen megközelítéseket alkalmaznak a problémák megoldására.

**4. lépés:** Mutasd be az eredményeidet egy dolgozatban vagy egy prezentációban.

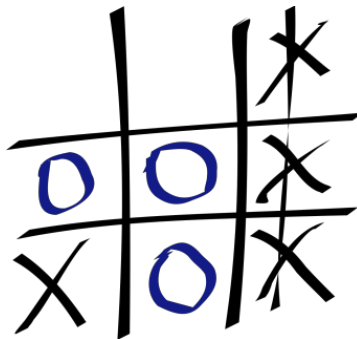
### 3. feladat. Egy médiafogyasztással vagy médiaműveltséggel kapcsolatos témában az érdekelt felek kapcsolatépítési gyakorlatainak feltérképezése

**1. lépés:** Azonosítsd a különböző érdekelt feleket (pl. tudományos kutatók, szakemberek, nonprofit szervezetek, állami szervek, politikai döntéshozók), akik a Téged érdeklő kérdéssel foglalkoznak.

**2. lépés:** Elemezd az együttműködés és a kapcsolatépítés gyakorlatait e szereplők között. Milyen gyakran és milyen mértékben működnek együtt (pl. közös projektek, szakpolitikai tájékoztatások vagy médiaesemények terén)? Milyen tényezők segíthetik vagy akadályozhatják a köztük lévő kooperációt? Milyen hatása van az együttműködésüknek?

**3. lépés:** Határozd meg az érdekelt felek együttműködésének potenciális lehetőségeit az általad kiválasztott témában.

**4. lépés:** Mutasd be az eredményeidet egy dolgozatban vagy egy prezentációban.





## Hogyan tovább?

Reméljük, sikerült átadnunk, hogy miért is fontos a *Mediadelcom* konzorcium által végzett kutatómunka. Nemcsak azonosítjuk a deliberatív kommunikáció kockázatait és lehetőségeit a projektországokban, hanem tanulmányozzuk is az egyes országok média-környezetét, valamint össze is hasonlítjuk azokat. Ezenkívül kifejlesztünk egy diagnosztikai eszközt is az európai médiafejlődési forgatókönyvek felrajzolásához. Az eredmények ezáltal fontosak az európai politikai döntéshozók számára is, mivel minőségi tudást biztosítanak számukra a médiakormányzás javításához, amely létfontosságú az európai társadalmak koherenciájának és stabilitásának előmozdítása szempontjából.

Ez az e-könyv áttekintést nyújt a projekt eddigi eredményeiről, de még ennél is több felfedeznivaló vár ránk. Minden ország elkészítette saját országjelentéseit, amelyek információkkal szolgálnak a médiakörnyezetükről, és bemutatják az adott ország által tapasztalt kihívásokat. A jelentéseket a *Tartui Egyetem* adattárában lehet megtekinteni.<sup>4</sup>

Készül egy országok közötti összehasonlító könyv is, amelyből megtudhatjuk, hogy az érintett országok hogyan állnak egymáshoz képest a négy kulcsfontosságú terület monitorozásában. Mely országoknak vannak jobb gyakorlatai bizonyos területeken?

Arra viszont felhívjuk a figyelmet, hogy nem szabad kizárólag az országok közti összehasonlításokra hagyatkozni, ha egy ország médiakörnyezetének általános állapotáról vagy monitorozási képességeiről van szó. Az adatgyűjtés országonként változó, egyes esetekben igen jelentős eltéréseket mutat, és az egy országban végbemenő apró változások, például az egyik területen bekövetkező kisebb visszaesés, nem feltétlenül tűnnek fel az összehasonlításban, mégis kockázatot jelenthetnek és aggodalomra adhatnak okot. Az egyes országjelentések tehát önmagukban is fontos információkkal szolgálnak.

Ahogy Daniel Hallin professzor az országtanulmányokkal kapcsolatban megjegyezte: *"Ezek a tanulmányok arra törekednek, hogy megpróbálják nagy vonalakban felvázolni a médiával kapcsolatos összes olyan tényezőt, amely befolyásolja a deliberatív*

<sup>4</sup> <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>

*demokráciára való képességünket. Úgy gondolom, hogy mindegyik mögött bizonyos, nagyon fontos értékek feltételezése áll: az újságírás autonómiája, az átláthatóság, a pluralizmus. Ez egy átfogó vizsgálat arról, hogy a médiainstémények és a média gyakorlatai hogyan befolyásolják az átláthatóság, az autonómia és a nyitottság értékeit.”<sup>5</sup>*

**Izgatottan várjuk, hogy hamarosan megoszthassuk további eredményeinket!**



---

<sup>5</sup> Mediadelcom podcast #29. Forrás: <https://www.mediadelcom.eu/podcast/>

## A szerzők



**Peter Berglez** a svédországi Örebro Egyetem professzora kommunikáció- és médiatudományi szakterületen. Elsődleges kutatási területei az újságírástudomány, a környezeti kommunikáció és a kooperatív/kollaboratív kommunikáció.



**Tobias Eberwein** az Osztrák Tudományos Akadémia és a Klagenfurti Egyetem Összehasonlító Média- és Kommunikációkutató Intézetének igazgatóhelyettese és kutatócsoport-vezetője. Kutatási területei a médiaetika és a média elszámoltathatósága, a médiastruktúrák és a médiakormányzás, az újságírás, a médiainnovációk és a média változása, valamint az összehasonlító kommunikáció- és médiakutatás.



**Halliki Harro-Loit** a Tartui Egyetem professzora, a Mediadelcom projekt koordinátora. Kutatási területei közé tartozik az újságírói diskurzus elemzése, az újságírói kultúrák összehasonlító elemzése, az újságírói és kommunikációs etika és jog, a médiapolitika, a diskurzuselemzés és a személyközi kommunikáció.



**Iveta Jansová** a brnói Masaryk Egyetem Médiatudományi és Újságírás Tanszékének adjunktusa és helyettes vezetője. Tudományos érdeklődése főként a közönség- és rajongó kutatás, valamint a marginalizált identitások médiareprezentációjának tanulmányozására irányul.



**Anna Kandyla** a Görög Európai és Külpolitikai Alapítvány (ELIAMEP) tudományos munkatársa. Kutatási területei a média és a politikai kommunikáció, valamint a politikai részvétel és a politikai intézmények tanulmányozása, különös tekintettel az Európai Unióra.



**Ragne Kóuts-Klemm** a Tartui Egyetem Társadalomtudományi Intézetének vezetője, docens. Szakterülete a média- és kommunikációelméletek, valamint a média elemzésének szociológiai módszerei. Érdeklődik továbbá az orosz kisebbség integrációja, a változó médiahasználati minták és a társadalmi változások, az újságírás átláthatósága és a kulturális média, valamint a közösségi média trendjei iránt.



**Marcus Kreutler** a Dortmundi Műszaki Egyetem Erich Brost Nemzetközi Újságíró Intézetének kutatója, valamint képzett újságíró. Fő kutatási területei a nemzetközi és transznacionális kommunikáció, a külföldi tudósítások és a média elszámoltathatósága.



**Epp Lauk**, PhD, a litvániai Kaunasban található Vytautas Magnus Egyetem újságírási professzora és az észtországi Tartu Egyetem vendégprofesszora. Érdeklődésének középpontjában a média demokratizálódása és átalakulása, valamint az újságírási változásokhoz és professzionalizálódásokhoz kapcsolódó kérdések széles köre áll.



**Martín Oller Alonso** jelenleg a Milánói Egyetemen végez posztgraduális tanulmányokat a politikai kommunikáció területén. Aktívan részt vesz a Mediadelcom (2021-2023) és a WJS (2008-tól jelenleg) kutatócsoportjaiban. Oller Alonso európai munkája mellett továbbra is tudományos tevékenységet folytat Latin-Amerikában, elsősorban az ecuadori és kubai újságírási-kutatásokban vesz részt.



**Mart Ots** a Jönköpingsi Nemzetközi Üzleti Iskola docense. Elsődleges érdeklődési területei a döntéshozatal és szervezés a marketingkommunikációban, a médiamárkák és a médiavállalatok marketingje, valamint a svéd és nemzetközi médiapolitika.



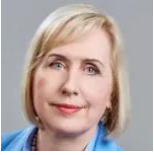
**Zrinjka Peruško** a Zágrábi Egyetem Politikatudományi Karának Média és Kommunikáció Tanszékén professzor a médiaszociológia területén. Peruško a médiarendszerek és -kultúrák, valamint a közönségdinamikák átalakulásának összehasonlító elemzésével foglalkozik.



**Evangelia Psychogiopoulou** a Peloponnészoszi Egyetem adjunktusa és a Görög Európai és Külpolitikai Alapítvány (ELIAMEP) vezető kutatója. Fő kutatási területei: az uniós jog és kormányzás, az alapvető jogok, az igazságügyi párbeszéd, a digitális média és a digitális technológia az EU-ban, a politikák integrációja az EU-ban és a kulturális javak uniós szabályozása.



**Lilia Raycheva** a Szófiaei Ohridi Szent Kelemen Egyetem média- és kommunikációs professzora, a nemzeti médiahatóság (CEM) korábbi tagja. Kutatási területei: a média ökoszisztéma fejlődése, képernyőnyelv, politikai kommunikáció, médiahasználat és médiaműveltség.



**Anda Rožukalne** a lettországi Rīga Stradiņš Egyetem Kommunikációs Karának professzora és vezető kutatója. Szakterületei közé tartozik az újságírói értékek fejlődése, a médiarendszerek, a média szabályozása és önszabályozása, valamint a média közönségének vizsgálata.



**Sergio Splendore** a Milánói Egyetem docense. Szakterületei az episztemológia és a média iránti bizalom. 2015 óta közreműködik a Worlds of Journalism Study kutatásban, 2018 óta pedig tagja a Nepocs hálózatnak (The Network of European Political Communication Scholars) Számos publikációja jelent meg vezető nemzetközi folyóiratokban.



**Alnis Stakle** a rigai Stradiņš Egyetem adjunktusa a kommunikációs tanulmányok területén, valamint a "Multimédia kommunikáció" és a "Fotográfia" alapképzési programok igazgatója. Jelenlegi kutatásai és oktatói tevékenysége a fotográfiára, a vizuális kommunikációra és a médiaműveltségre fókuszálnak.



**Filip Trbojević** a Zágrábi Egyetem doktori hallgatója a politikatudományok területén. Érdeklődési körébe tartoznak a médiarendszerek, a demokratikus átalakulások, valamint a kvantitatív és kvalitatív kutatási módszerek.



**Dina Vozab** a Zágrábi Egyetem Politikai Tudományok Karának Média és Kommunikáció Tanszékén adjunktus. Kutatómunkája a média és a demokrácia, a politikai kommunikáció, a (posztszocialista európai) médiarendszerek és a média közönsége témaköreire irányul.



**Lenka Waschková Čisářová** a csehországi brnói Masaryk Egyetem Médiatudományi és Újságírás Tanszékének adjunktusa és vezetője. Fő oktatási és kutatási témái az újságírói munka, a helyi média, a médiatulajdonlás és a médiapiacok átalakulása.