

[El sem hiszi, mennyivel tömte ki "az állam" a fideszes hazugságyárat](#)



Közel dupláját tapsolták el a 2016 első félévében költött összegnek.

A minisztériumok, állami intézmények, önkormányzatok és állami cégek által hirdetésre költött összeg fele mindössze tíz médiumnál landolt. Ha megnézzük a tízes listát, az is nyilvánvaló lesz, hogy a közpénz javát a már jól ismert, Fidesz-közeli médiabirodalom nyelte be.

[Itt hirdet a Fidesz állami pénzből - Top10 Infogram](#)

A legtöbbet még úgy is Andy Vajna TV2-je kasszírozta - hasonlóan a tavlyi év hasonló időszakához -, hogy

a főcsatornán elköltött 5,9 (illetve a teljes csoporthoz érkező 7,9) milliárd sokkal kevesebb, mint a 2016-ban nekik juttatott 7,27 milliárd.

Emlékezetes ugyanakkor, hogy a csatorna 2016-ban még így is minden korábbinál nagyobb, 7,2 milliárd forintos veszteséget produkált, amit csak az MKB segítségével tudott kiheverni a kaszinókirály.

Az MKB Bank húzta ki a gödörből Andy Vajna tévét

A HVG információi szerint akkor sem kerül messze a kormány kézi vezérlésétől az egyik legnagyobb kereskedelmi csatorna, ha Andy Vajna leszerepelne tévétulajdonosként. A 2016-os évet 7 milliárdos hiánnyal záró csatornát most az MKB segítette ki egy olyan hitelkonstrukcióval, ami garantálja a csatorna lojalitását.

Mindenki kedvenc kormánybiztosának azonban van mivel vigasztalódnia, a Rádió 1 ugyanis a semmiből robbant be a tíz legkedveltebb állami hirdetési felület közé:

a csatornánál listaáron 923 millió forintot tapsoltak el különböző központi reklámokra, aminek 40 százaléka Rogán Antal minisztériumától, közel 100 millió pedig a lóversenyekkel foglalkozó állami cégektől érkezett.

A Vajna-rádióhoz hasonlóan Ómolnár Miklós szennylapját, a Ripostot is az első 10-be katapultálták az állami hirdetések:

náluk cirka 650 millió forint közpénz talált gazdára.

De Habony Árpád hasonlóan színvonalas hazugságyárát, a heti megjelenésű Lokál Extrát is majdnem 1 milliárdos hirdetési összeggel toltta meg "az állam".

De a napi Lokállal együtt csaknem másfél milliárdot hirdettek el a miniszterelnöki tanácsadó orgánumaiban.

Az idei első féléves lista kapcsán érdemes külön megemlékezni a négy legkeresettebb (két rádió és két tévé) csatornájával összesen mintegy 4,2 milliárdot behúzó közmédiáról, és a 2,09 milliárdot bezsebelő, újabban Matolcsy György fia, [Matolcsy Ádám felügyelete alatt tollasodó](#) Origo-Adnetworkról is.

Mától Matolcsy fiának utasítására hazudik önnek az Origo

A céget júniusban vásárolta fel a a NER-nagydíjas nevű Magyar Stratégiai Zrt, amelynek egyetlen tulajdonosa a jegybankelnök fia. A 2011-ben, eredetileg ingatlankezelés céljából létrehozott cég tavaly még nehézségekkel küzdött, egy évvel ezelőtt a NAV is végrehajtást kért ellene. Ám 2017-ben már elvonultak a bajjós felhők, és terjeszkedésre is futotta.

Az élmezőnyből egyedül a JCDecaux plakátcég lóg ki, mint nem egyértelműen kormányközeli médium: ők jórészt a kék, nemzeti konzultációs hirdetéseknek köszönhetően listaáron 4 milliárd forintnál is több állami bevételt szerzett a kérdéses időszakban.

A társaság az Orbán-Simicska szakítás óta az egyetlen választási lehetőség a kormányzat számára a köztéri kampányok esetén, mivel rajtuk kívül csak a közellenségévé vált egykori Fidesz-pénztárnok cégeinél lenne mód elég nagy mennyiségben így hirdetni.

Ha valaki hiányolja a top10-ből Orbán Viktor főstrómanját, Mészáros Lőrincet és médiabirodalmát, az ne aggódjon, a kis gömböc idén is nagy falatot kapott, de a Mediaworkshöz talicskázott állami pénzek számos kisebb médium között oszlottak el, így azok közül önmagában egyik sem ostromolta a csúcst.

Mészárosékhoz listaáron több, mint háromszor annyi állami reklámpénz ömlött, mint tavaly ilyenkor:

az összesen 2,7 milliárdos költéssel kiadói szinten csak a TV2 csoport, a közmédia és a JCDecaux előzi meg őket.

Hoppá! Vona Gábor mégsem küldte a testőrért a Ripost szerkesztőségébe

A helyreigazítást közölt csütörtökön Habony Árpád ingyenesen osztogatott propagandalapja, a Lokál. Ebben beismerik, hogy megint ordas nagyot hazudtak - most épp arról, hogy Vona Gábor a testőrért küldte a Ripost szerkesztőségébe. Az igazság ezzel szemben az, hogy Habony Árpád "bulvárlapját" azért látogatta meg az N1TV két munkatársa, hogy megkérdezzék őket, mi a fenéért hazudoznak róluk.

Bevezető szöveg tartalom oldalon:

2017 januárja és júniusa között az egy évvel korábbinál másfélszer többet, listaáron 36,4 milliárd forintot pazarolt el a Fidesz állami hirdetésekre, [írja](#) a G7 a Kantar Média adatai alapján.

Forrás URL:

https://alfahir.hu/2017/10/19/mediapiac_allami_hirdetesek_hirdetes_fidesz_tv2_radio_1_ripost_lokal_origo_jcdecaux