

# Tartalom

## Médiaajog

- Bayer Judit :  
[A közszolgálati televíziózás újragondolása a digitális korszakban](#)7-17 [79.91 kB - HTML]
- Cseh Gabriella :  
[A közszolgálati műsorszolgáltatás finanszírozása](#)19-26 [51.90 kB - HTML]
- Gálik Mihály :  
[A hozzáférés és a médiakoncentráció túlszabályozása a digitális átállás hazai folyamatában](#)27-33 [50.89 kB - HTML]
- Nyakas Levente :  
[A magyar médiaszabályozás lehetőségei az európai audiovizuális politika fényében](#)35-45 [77.99 kB - HTML]
- Polyák Gábor :  
[Konvergens piac, konvergens hatóság?](#)47-54 [61.30 kB - HTML]

## Digitália

- Bodoky Tamás :  
[Támad a civilmédia: minden ötödik Index-olvasó blogol](#)57-70 [72.62 kB - HTML]
- Katona Éva :  
["Térkép e táj". Google Earth: térképészeti fordulópont és a társadalmi látásmód változása](#)71-83 [83.43 kB - HTML]

## Kritika

- Sipos Balázs :  
[A távirótól a web 2.0-ig? Szekfü András Kommunikáció, nyilvánosság, esélyegyenlőség Magyarországon. A távirótól a web 2.0-ig című könyvéről \[könyvismertetés\]](#)87-91 [48.43 kB - HTML]
- Fodorné Tóth Krisztina :  
[A társadalmi kommunikáció mint látásmód - alapkönyv kezdőknek és középfeladókknak. Fehér Katalin: Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből \[könyvismertetés\]](#)93-96 [40.50 kB - HTML]
-



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Jog

[Bayer Judit:](#)

# A közszolgálati televíziózás újragondolása a digitális korszakban

A műsorszolgáltatás szabályozása jelentős átalakulási folyamat elején tart. Számos olyan tényező változott meg az utóbbi évtizedben, amely korábban az elektronikus médiumok szabályozásának alapját jelentette. A körülmények megváltozásával igény támadt a szabályozás alapjaiban történő újragondolására. Egyidejűleg elkezdődött egyfajta erjedés az európai duális műsorszolgáltatás színterén is: a kereskedelmi műsorszolgáltatók csaknem az összes európai ország (így Olaszország, Franciaország, Spanyolország, Portugália, az Egyesült Királyság, Belgium, Görögország, Írország, Ausztria, Dánia és Svédország) közszolgálati műsorszolgáltatója ellen eljárásokat indítottak az Európai Bizottság előtt. Az európai jogalkotás a szabályozás reformján dolgozik, amelynek során a közszolgálati kérdés alapvetően nem médiajogi, hanem versenyjogi szemszögből közelíti. E tanulmány a közszolgálati jövőjét vizsgálja egyrészt a digitális technológia térnyerése, másrészt az európai versenyjogi fejlemények fényében.

### Bevezetés

A közszolgálati kérdés a digitális átalakulás előtt is számos vitát váltott ki. Európában evidenciának számít a duális műsorszolgáltatás, sőt ezen belül a közszolgálati ágának van történelmi előnye. De ismerünk példát más médiarendszerekre is, hiszen az Egyesült Államokat a(z) európai értelemben vett) közszolgálati csatornák hiánya jellemzi. Jelen tanulmánynak nem célja, hogy a közszolgálati ágáról szóló vitákat a kezdetektől fogva felidézze. Kiindulópontként elfogadtam, hogy az eddig működő európai médiarendszer többé-kevésbé megfelelt az igényeknek és a jogi feltételeknek, és csak a digitális átállás és az információs forradalom okozta változások következtében megváltozott igények, társadalmi és piaci helyzet fényében elemzem a közszolgálat hagyományos és újszerű funkcióit. Ennek során megkísérlem mindkét – a támogatáspárti és a versenypárti – oldal érveit megjeleníteni és értelmezni. Az alább felvetett kérdések egy jövőbeni kutatás kiinduló pontjának tekinthetők. A szűkös terjedelem és a kérdés komplexitása azonban sajnos nem teszi lehetővé, hogy a tanulmány ehelyett válaszokat is kínáljon.

### Szűköség és pluralizmus

A digitális átalakulással megváltoznak azok a feltételek, amelyek hagyományosan a médiaszabályozás alkotmányos és gyakorlati alapjait jelentették. Az egyik – és valószínűleg a legjelentősebb – változás a frekvenciaszűköség vége, amely eddig az egyik leghatásosabb érv volt az állami beavatkozás szükségessége mellett. A szolgáltatások korszerűsödése miatt ugyanakkor már prognosztizálható egy újfajta szűköség kialakulása: éppen az alacsonyabb belépési küszöb miatt, illetve a bővített szolgáltatásoknak, köztük az interaktivitásnak köszönhetően a megsokszorozódott kapacitás is szűkösé válhat. Hiszen a médiafogyasztók mind bonyolultabb és jobb minőségű alkalmazásokat használnak, amelyekhez egyre nagyobb kapacításra van szükség. Tíz évvel ezelőtt még *floppy disc*-ek szolgáltak adathordozásra, amelyek kapacitása körülbelül 360 KB volt – ezen ma már egyetlen jobb fotó sem férne el! –, míg ma már ennek több mint tizenháromezerszerese, a DVD-k által elbírta 4,7 GB sem számít feleslegesen sok tárhelynek. A felszabaduló frekvenciákért már most dúl a harc, hiszen azokat a mobiltelefon-ipar és az egyéb drótnélküli kommunikációt igénylő ágazatok is kiválóan tudnák hasznosítani. Gondolhatunk arra a kétséges eredetű, de a fejlődés viharosságát kétségkívül jól jellemző mondásra is, amelyet 1981-ből Bill Gates-nek tulajdonítanak: „640 KB – mindenkinek elégnek kell lennie.”<sup>1</sup>

Esetünkben a szűköséget két irányból indokolt megközelíteni. Érthetjük rajta egyrészt azt a *fizikai kapacitás-szűköséget*, amely a szereplők piacra lépését befolyásolja; másrészt az *információs források szűköségét*, amely miatt az állam kénytelen volt beavatkozni a sokszínűség (pluralizmus) biztosítása érdekében. A pluralizmus kérdését ismét kettéválaszthatjuk az információforrások sokféle forrásból származása, illetve azok tényleges különbözősége értelmében. Az így részleteire bontott jelenségről pedig azt mondhatjuk, hogy a fizikai szűköség

átmenetileg megszűnt, azonban várhatóan rövid időn belül újra jelentkezhet. A pluralizmust illetően ugyancsak elmondható, hogy szinte megszámlálhatatlan információforrás áll rendelkezésre, így a nézők/fogyasztók több független forrásból képesek tájékozódni. Ugyanakkor az egyes médiumok tartalmilag nem különböznek egymástól olyan mértékben, ahogyan az ideális lenne. Például azért, mert azonos igényeket igyekeznek kielégíteni, vagy azért, mert költségoptimalizálási okok miatt ténylegesen ugyanazon forrásokból – rosszabb esetben egymástól – veszik a híreket. Így a közvetített tartalmak még akkor sem függetlenek ténylegesen egymástól, amikor semmilyen szervezeti, tulajdonosi összefonódás nem áll fenn. Másfelől viszont a technológia és a közönség interaktív részvételi lehetősége azt is lehetővé teszi, hogy azonnali reakciók érkezzenek a műsorokra vagy hírekre, mint az amerikai „Rathergate” esetben, amikor internetes blogokban cáfolták a hírcsatorna tévesnek bizonyult „leleplezését”.

## A közszolgálati televízió jövője

A kérdés tehát az, hogy szükség *van-e* egyáltalán közszolgálati ságra az új médiapiacra. Nem vizsgálom azt a kérdést, hogy szükség *volt-e* közszolgálati ságra az eddigi médiapiacra, hanem abból indulok ki, hogy a közszolgálati ságra eddigi működése jogszerű és szükségszerű volt, és csak azt vizsgálom, hogy az új médiapiac megváltozott feltételei között miként érvényesülnek a nézők szempontjából megszokott, jelenlegi funkciók. A kérdésfeltevést az indokolja, hogy a digitális technológia révén megváltoztak egyes lényeges feltételek, amelyek a műsorszolgáltatást szabályozásának alapjául szolgáltak: a pluralizmus megvalósítására számottevően jobb a technikai körülmények, mint a televíziózás kezdetekor.

A másik lényeges körülmény az, hogy a televízió mint médiumnak már nincs akkora súlya a tájékoztatásban, mivel az új média fokozatosan nagyobb befolyást szerez, mint a televízió. Ha pedig a televízió napja leáldozóban van, akkor egyrészt csökken az állami beavatkozás legitimitása, másrészt kérdés, hogy – ha a közszolgálati funkciót fenn szeretnénk tartani – nem inkább az új médiumokra kellene-e áthelyezni a közszolgálati funkció megvalósításának helyét.

Az is elképzelhető azonban, hogy – amennyiben a médium általános népszerűségvesztésének tendenciája fokozódik – a kereskedelmi szolgáltatók vonulnak ki fokozatosan a piacról. Ezután pedig, ha a televíziót mint műfajt meg akarjuk őrizni, akkor az állam kénytelen lenne azt finanszírozni, akárcsak a színházakat, amelyek nem képesek bevételeikből fenntartani magukat, viszont kulturális értéknek tekintjük működésüket, amelyet nem a piac törvényei irányítanak. A szabályozás és az arra adott piaci reakciók azonban jelenleg nem arra utalnak, hogy el kellene temetnünk a televíziót, legalábbis középtávon. Ezt jelzi például az európai országok által nemrégiben bevezetett, illetve megerősített műsortovábbítási (*must-carry*) kötelezettség. Az egyetemes szolgáltatásokról szóló irányelv korlátok között lehetővé teszi ennek fenntartását, de a szűkítések az alkalmazás elbátortalanítását célozzák. (Egyetemes szolgáltatásokról szóló irányelv, 2002: (43); 31. cikk). Ehhez képest azok az európai országok, amelyek addig nem éltek ezzel a lehetőséggel, ezután kiaknázták azt, amelyek pedig korábban is éltek vele, megerősítették (Valcke, 2005: 1).<sup>2</sup>

## A közszolgálati feladatkör egykor és ma

A közszolgálati ságra hagyományos hivatásának a BBC eredeti célkitűzését tartják: azt, hogy tájékoztassa, nevelje és szórakoztassa a közönséget; e célok fontosságát az említési sorrend szerint értékelték. A tájékoztatás az olyan közérdekű célokra vonatkozik, mint a politika, a demokratikus folyamatok és a helyi események. A duális médiarendszer kialakulása során megjelent az igény azon nézőcsoportok igényeinek kielégítésére is, amelyek nem tartoznak a kereskedelmi média célcsoportjai közé, akár alacsony létszámuk, akár csekély kereskedelmi potenciáljuk miatt, mint a kisebbségek, az idősek, bizonyos régiók lakói.

Csak hogy annak eldöntése, hogy mi a társadalom érdeke, nem egyszerű feladat. Ezt tükrözi a magyar médiatörvénynek a tájékoztatással kapcsolatos elvárása is: a közérdeklődésre számot tartó tényekről szükséges tájékoztatni.<sup>3</sup> A *köz érdeklődése* pedig mást jelent, mint a *köz érdeke*, hiszen az előbbi inkább a szórakoztatáshoz áll közelebb, míg az utóbbit a tájékoztatás tényleges céljának tekinthetnénk. A kereskedelmi média védelmezői szerint a közönség igényeit a nézettség adatai is hiánytalanul megmutatják. E szerint a nézőket nem kell nevelni, mert tudják, mire van szükségük, és a távirányítóval szavaznak (vö. Keane, 1990: 30). Az új technológiai lehetőség még nagyobb választékot kínál a nézőknek, akik biztosan megtalálják, amire igényük van, tehát a közszolgálati ságra feleslegessé válik – tartják e nézet képviselői. A szaporodó tematikus csatornák megkönnyítik bármely műsортípus folyamatos igénybevételét, és lehetővé teszik a nézői igények teljes spektrumának lefedését.

Csak hogy a kereskedelmi média kritikájának is kiterjedt a szakirodalma. A kritikai észrevételek közül a legjellemzőbb, hogy a kereskedelmi tömegkultúra a részvétel és a tájékozottság illúzióját nyújtja a közönségnek, miközben elkerüli az igazán fontos témákat. A célközönséget a reklámok célközönségeiként értelmezi, nem pedig a műsorok célközönségeiként, és az igényeket saját maga gerjeszti, nem pedig már meglévő igényeket elégíti ki (Jenei, 2005). A különféle csatornák csak látszólag kínálják a választás lehetőségét, mert gyakorlatilag ugyanazokat a programtípusokat sugározzák. Tény, hogy a kereskedelmi csatornák számának növekedésével a néző nem kap szélesebb kínálatot, mert az általános kínálatot nyújtó kereskedelmi csatornák az összetéveszthetőségig hasonló szappanoperákra és beszélgetős műsorokra épülnek, és ha nyújtanak egyáltalán hírműsort, az többnyire csak felszínes és bulvárjellegű. A műsor célja a hirdetési idő minél magasabb áron való értékesítése, amely folyamatban a tényleges ár a nézői figyelem (Curran & Seaton, 2003). A digitális médiapiacra ugyanakkor jelentős szerepet töltenek be a tematikus csatornák is. Ezek az általános kínálatú kereskedelmi csatornához képest „emberközelebb” műsorkínálatot nyújtanak, továbbá rétegigények kiszolgálására is alkalmasak. Vannak köztük hírcsatornák is, amelyeket a nézők gyakran tájékozási bázisnak tekintenek, habár ezek politikai függetlensége nem áll minden gyanú felett. Ebben néha a közszolgálati csatornák sem különbek – az ő esetükben azonban elvárható lenne, és szabályozási-felügyeleti eszközökkel közelebb hozható a pártatlanság megvalósítása, míg a

kereskedelmi hírcsatornától senki sem kéri számon a politikai függetlenséget (ettől még tarthatja azt szem előtt, jól felfogott gazdasági érdekből).

A tematikus csatornák széles kínálata különösen felveti azt a kérdést, hogy van-e szükség közszolgálati televíziózásra akkor, amikor a nézők egyes szűk rétegeinek igényei is kielégíthetőkké válnak? Hiszen az alacsony költségű globális terjesztés lehetősége mellett akár csekély számú közönség számára is megéri speciális témában csatornát indítani. Csakhogy a tematikus csatornák általában olyan magánérdekű kérdésekkel foglalkoznak a nap 24 órájában, mint az utazás, a főzés, a természet, tehát legtöbbször nem járul hozzá a társadalmi kérdések demokratikus diskurzusához. Amelyik igen, az jellegéből adódóan globális problémákra hívja fel a figyelmet, mint amilyen a természet védelme vagy a harmadik világ problémái. Lehet-e igény bármi másra ilyen színes kínálat mellett? Alább megkísérlem levezetni, hogy talán igen.

## **Az új média és a megváltozott fogyasztói szokások**

A változások a nézői szokásokat is átalakították. Azok, akik internetet használnak, kevesebb televíziót néznek, mint akik nem (Rankov, 2006). A fiatalok pedig több időt töltenek internetezéssel, mint tévénézéssel (Schwartz, 2004). Nincs kizárva, hogy ez a folyamat megfordulhat, amennyiben a televízió a digitális átállást követően újszerűbb, vonzóbb műsorokat is elérhetővé tesz, különös tekintettel az interaktivitásra. A digitális technológia lehetővé teszi az interaktív médiahasználatot, amely gyorsan népszerű lehet, és amelynek következményeként radikálisan nő a civil részvétel a nyilvános kommunikációban. Ezt jelzi a sok ezer weblog, fórum és egyéb olyan internetszajt, amelyen társadalmi kérdésekről folyik a diskurzus. Felmerül a kérdés, hogy betölti-e a demokratikus, interaktív médiahasználat a közszolgálati közösségteremtő funkcióját. Ezáltal már valóban teljesül-e a népi igény a politikai részvételt megalapozó demokratikus diskurzusra? Avagy ezek nem kevésbé magánjellegű kommunikációs formák, mint a tipikus tematikus csatornák, annak ellenére, hogy alulról szerveződnek? A civil részvétel egyik hiányossága, hogy nem reprezentatív, hiszen a népesség teljes létszámához képest viszonylag kevés számú aktív személy vesz részt a kommunikációban. Gyakran nem alakul ki tényleges dialógus, inkább számos monológ zajlik párhuzamosan (Bayer, 2005: 56). A beszélgetések fonala egy bizonyos téma köré szerveződik, legyen az magánügy vagy közérdek. Általában az azonos véleményt osztó vagy azonos érdekű személyek látogatják ezeket a fórumokat. Annak ellenére, hogy fizikailag aktív részvételnek tűnik a felhasználó közreműködése, a demokratikus részvétel még illuzórikusabb, mint a kereskedelmi média esetében. Mindössze néhány esetben: például egyetemi tanárok, kutatók vagy politikusok blogjai körül alakul ki ténylegesen újszerű, értékes információkat vagy érveket tartalmazó diskurzus. És hiába áll nyitva a részvétel vagy az odafigyelés bárki előtt, valójában csak egy szűk, érdekelt réteg vesz részt az adott kommunikációban. Tehát az új média pluralizmusa ahelyett, hogy közös nevezőre hozná a közönséget, valójában tovább szegmentálja azt (Sunstein, 2001: 89-103).<sup>4</sup>

A szegmentálódás fokozódása miatt csupán a társadalom bizonyos privilegizált csoportjaihoz tartozó személyek értesülnek egy érdekes vitáról, vagy azok, akik már eleve érdekeltek egy témában, és ők is vesznek részt benne (ha csak megfigyelőként is). De a közönség hátrányos helyzetben lévő tagjai nagyobb valószínűséggel fogyasztanak rosszabb minőségű tartalmakat.<sup>5</sup> A választás lehetősége kumuláltan érvényre juttatja, ezáltal elmélyíti a társadalmi különbségeket.

Míg a televízió közös referenciapontot teremtett az egész társadalom számára, az internet a lokális sajtó újfajta verzióját teremti meg: nem földrajzi, hanem társadalmi értelemben vett kis csoportokhoz szól. A szelekció lehetősége révén az örökölt vagy választott identitások fokozatosan erősödnek, egymástól való különbözőségük elmélyül. Így az internet által elérhető szolgáltatások sokasága és várhatóan a megsokszorozódott digitális televíziós kínálat a már meglévő társadalmi különbségeket erősíti. Ugyanakkor ez a szegmentálódás nem elkerülhetetlen: mára csaknem minden nyelvterületen van néhány olyan nagy portál, amelyet több millió felhasználó használ rendszeresen, vagy akár kezdőlapjául választ, legyen az hírportál vagy közösségi portál.<sup>6</sup>

## **Közszolgálat a digitális korszakban**

Az információs társadalom jelenségei előidéztek bizonyos változásokat, amelyek a médiapiac és -szabályozás számára kihívást jelenthetnek:

a) Az információ mindenhol, nagy mennyiségben könnyen elérhetővé vált. Értéket már nem maga az információ, hanem a feldolgozott, tömörített és hiteles információ jelent, amelyet gyorsan, könnyen és megbízhatóan lehet felhasználni - ez általában csupán fizetség ellenében érhető el, vagy a folyamatot a felhasználónak magának kell elvégeznie, azaz az információtengerből a releváns információt kiszűrnie, ellenőriznie és fogyaszthatóvá szerkesztenie. A közszolgálati média egyes fontos társadalmi kérdésekben nyújthat olyan minőségű információt, amely egyébként csak fizetség ellenében lenne elérhető.

b) Módosul az oktatás szerepe. A hagyományos műveltség egyenlő volt a jelentős mennyiségű, előre kiszűrt, feldolgozott és strukturált információ fejben tárolásával. Ez elveszíti gyakorlati jelentőségét, amikor az információ akár kézi készülékről is percek alatt elérhető, és szédítő sebességgel el is avul (ami még a tudományos igazságnak minősített tényekre is igaz lehet). Az információ szimpla birtoklása többé már nem jelent versenyelőnyt, helyette az információ kreatív, innovatív alkalmazása az a képesség, amely megalapozhatja a sikert. Ehhez szükség van az információ gyűjtésének és feldolgozásának képességére is - ezek fontossága ahhoz hasonlítható, amit az írástudás képviselt mintegy száz-kétszáz évvel ezelőtt. A közszolgálati médiának az információs írástudás fejlesztésében betöltött szerepét aligha lehet túlbecsülni.

c) A közszolgálati média szándéka szerint egy bizonyos kulturális standardot képvisel. Ez előfeltételezné, hogy létezik egy minimális kulturális konszenzus a közönség tagjai között, akár nemzeti, akár regionális vagy más

földrajzi alapon. A globalizálódás és az információs forradalom következtében az ilyen kulturális szövetek azonban felszakadozni látszanak, az egyetértés vesztét érvényességéből, vagy legalábbis fontosságából. A folyamat megakadályozása vagy elősegítése politikai-stratégiai döntés, amelynek eredményei alapjaiban érintik a közszolgálati média feladatának meghatározását.

d) A nemzeti szuverenitás egyik meghatározó eleme volt az a kanonizált közös tudás, amelyet az állam tartott fenn az oktatás és az információ kontrollján keresztül. Ez mára ugyancsak felbomlott, a fenti okokon kívül a tartalomipar megváltozása következtében. Napjainkban a tudásbázisokat és az értékrendszereket jelentős mértékben multinacionális tartalomszolgáltató vállalkozások állítják elő. A nemzeti tudásközösség újragondolása vagy megőrzésére való törekvés ugyancsak politikai-stratégiai döntés, amelyben a közszolgálati médiának szerepe lehet (Csepeli et al., 2007: 9).

## **Célcsoport és közös értékek: létezik-e még közösség?**

Mint láttuk, a speciális rétegigények kielégítésére a kereskedelmi média is alkalmas. Figyelembe véve a közszolgálati média társadalmi eltartottságát, nyilvánvaló, hogy csupán „közérdekből” működtethető, ami feltételez tehát egy közösséget, amelynek van közös érdeke.

A társadalmi kohézió elősegítése a közszolgálati média egyik hagyományos célja volt. A műsorszolgáltatás kezdeteikor a kereskedelmi tartalom csak helyi vagy regionális lehetett, és csak évtizedek múltán jelentek meg az első országos kereskedelmi adók. Napjainkra azonban a kereskedelmi tartalmat már elsősorban a nemzetközi piacra szánják, ami csökkenti a kulturális különbségeket az országok között. A kisebb államok, illetve a kis nyelvű államok számára gazdaságilag nem kifizetődő a saját tartalom gyártása, a kisebb várható nyereség miatt (Csepeli et al., 2007: 21). Igaz ugyan, hogy a globális piacra szánt műsoroknak is elkészítik a helyi verzióit, azaz helyi műsorvezetőkkel és helyi szereplőkkel gyártják le a licenc alapján a műsort. Vajon elegendő-e ez ahhoz, hogy az így népszerűvé váló műsort alkalmasnak tekintsük a helyi társadalmi kohézió megteremtésére – mondván, hogy mindenki ismeri a Big Brothert? Egyes szerzők szerint a közszolgálati standard általánosan a középosztálybeli értelmiség értékeit képviseli. A közönség szegmentálódása következtében ez a középosztálybeli kánon darabjaira hullott, és megszűnt az egyetlen érvényes mérce lenni (Csepeli et al., 2007: 16). A szerzők szerint a célközönség meghatározásánál nem a szocio-demográfiai tulajdonságok szerint kellene csoportosítani a közönséget, hanem az értékrendszer szerint. Feltételezik, hogy létezik egy jól körülhatárolható csoport, amelynek tagjai hajlandók a demokratikus felelősségvállalásra, és befogadók a nemzet vagy a helyi közösség számára fontos események iránt, elnevezvén ezt demokratikus habitusnak. Ez a habitus lehetne az a faktor, amely szerint a közszolgálati média definiálja a célközönségét, függetlenül attól, hogy milyen társadalmi osztályból származik.

Napjainkban az is jellemző, hogy az állampolgároknak választott identitásai vannak, amelyeket érdeklődés, vélemény, hobbi szerint alakítanak ki. Az információs forradalomnak köszönhetően ezek az identitások nem kötődnek földrajzi egységekhez, hanem átívelhetnek az országhatárokon is. Kétséges, hogy ezek az identitások teljesen átvehetik-e a helyét a hagyományos nemzeti identitásnak, legalábbis amíg a demokratikus igazgatás hagyományos állami keretek között történik (és nem egy globális szuperállamban, ahol a Föld összes lakosa szavazhatna egyetlen választáson).

Az ilyen másodlagos identitások információs igényeit a kereskedelmi média is képes kielégíteni úgy, hogy bár a társadalomnak csak egy szűk szegmense a célcsoport, a nemzetközi terjesztés miatt mégis kifizetődővé válik a szolgáltatás. Csak azok fogják megrendelni és kifizetni, akiket érdekel ez a speciális kínálat, de őket nagyobb területről gyűjtheti a szolgáltató, és kisebb költséggel éri el.

Összegezve tehát, az egyetlen funkció, amelyet a kereskedelmi média nem tölt be, a társadalmi kohézió, a közös nyelv megteremtése. Mindenféle tömeg- és rétegigény kielégítésére alkalmas, de közös kánont nem alkot, a nemzeti kultúra fenntartására nem alkalmas. Ezért, ha létezik közszolgálati média, annak ezt a feladatot mindenképpen vállalnia kell, ehhez pedig a társadalom egészét kell elérnie, beleértve azokat a tagokat is – de nem csupán azokat –, akiket az egyes kereskedelmi csatornák nem tartanak célközönségüknek, vagy más okból nem érnek el. Tekinthető stratégiai kérdésnek, hogy célszerű-e fenntartani és ápolni a földrajzi-nemzeti alapon szervezett állam lakosságának identitását, vagy éppen ellenkezőleg, elő kellene segíteni ezen „elavult” identitások lebontását, és választott identitások mentén szervezni a lakosságot. De ha elfogadjuk, hogy igen, akkor azt is tudnunk kell, hogy a kereskedelmi média ezt a funkciót nem tölti be, tehát az államnak kell róla gondoskodnia, közszolgálati média fenntartásával vagy másként.

## **Megbízhatóság és mérték**

Az információforrások száma megsokszorozódott, de megbízhatóságuk vagy a tartalom minősége kérdéses marad. Nincs olyan általános szabályrendszer, amely segítene a közönségnek különbséget tenni a különféle minőségű információtípusok között. Az Alkotmánybíróság 1/2007. (I. 18.) határozatában közli, hogy mára „[a] külső pluralizmus a rádió- és televízióprogramok teljes kínálatát figyelembe véve, a sokszereplős piac létrejöttével megvalósult”. De a pluralizmus abban az értelemben, amit a kiegyensúlyozottsággal azonosítunk, nem valósul meg, mert az egyes információkat nem a maguk értékén kezelik, hiszen nincs is olyan mérce, amely meghatározhatná az értéküket.

Egyelőre nem ismerjük az információpiac törvényszerűségeit az interneten. Habár a weboldalak kapcsolatainak, hálózatának elméletét mára több kutatás is vizsgálja (vö. Barabási, 2002), ezek még nem adnak választ közvetlenül az információ hitelessége megítélésének kérdésére. A kereskedelmi televíziók esetében legalább már ismert, hogy magatartásukat a nyereségszerzésre törekvés irányítja. Egyes nézetek szerint az új médiakörnyezetben a fogyasztó

fokozottabban támaszkodik bizalmi hálózatára, amelyen keresztül ellenőrzi az információ hitelességét, megbízható forrásból származását. Ettől függetlenül azonban megfigyelhető, hogy rendkívül magas az igény a „hitelesség szigeteire”, azaz olyan információforrásokra, amelyeket fenntartás nélkül elfogadhat a fogyasztó (Holznagel [2000] hivatkozva Csepeli et al., 2007: 21). Kivételes és közérdekű fontosságú események (például háborúk vagy nemzeti ünnepek) idején a közszolgálati televízió nézettsége megnövekszik, és ennek oka vélhetően a megbízhatóság iránti igény, amelyet a nézők ma is a közszolgálati médiával társítanak. Csakhogy a megbízhatóság nem feltétlenül kötődik a pusztán státushoz, például a posztszovjet társadalmak televízióit nem mindig tekinti a lakosság megbízható információforrásnak. A számonkérhetőség és a függetlenség komplex rendszere alapozhatja meg idővel a megbízhatóságot.

Mivel az internet befolyásos eszközzé válik az információnak tömegekhez való továbbításában, nem hagyható figyelmen kívül a közszolgálati média tárgyalása során. Az természetes, hogy ha van közszolgálati média az új média korában, annak jelen kell lennie az interneten. A kérdés mindenekelőtt akkor újszerű, ha úgy tesszük fel, hogy van-e szükség közszolgálati tartalomra az internet közegeiben, vagy sem. Egy úgynevezett „közszolgálati internetes tartalomszolgáltató” fenntarthatna egy minőségi mércét, és biztosíthatná a hiteles hírszolgáltatást. Lehetséges azonban, hogy ez ellentétes lenne az alapvetően alulról építkező internet természetével, és idővel ezt a helyet kivívhatná valamely társadalmi vagy gazdasági vállalkozás is. Továbbá lehetséges, hogy a tapasztalat és a tudomány kidolgozza az információpiac alakulásának törvényszerűségeit, amelyek mindenki számára útmutatást adhatnak az információ feldolgozására, így nem lesz szükség a „hitelesség szigeteinek” biztosítására. Végül, a Wikipédia példája azt mutatja, hogy nem teljességgel irracionális dolog az internetfelhasználók közös tudására hagyatkozni. Habár a Wikipédiát biztosan hitelesnek nem tekinthetjük, a nagy számok törvénye alapján – állítólag – nem kevésbé hiteles, mint az Encyclopedia Britannica.<sup>7</sup> Tehát a hitelesség legfeljebb másodlagosan jelenhet meg, mint a közszolgálati média legitimitását megalapozó közérdekű funkció.

## **Versenyjogi szempontok a közszolgálati média fenntartásával kapcsolatban: az európai szabályozási kezdemények**

A legtöbb európai országban a kereskedelmi csatornák csak az 1970-es évek táján tűntek fel (Jenei, 2005).<sup>8</sup> Szinte azonnal igen népszerűvé váltak, és nemrégiben új jogokat kezdtek követelni. Az Európai Bíróság, valamint a Bizottság elé számos kifogás érkezett a közszolgálati televíziók állami támogatása és emiatti (vélt vagy valós) versenyelőnyük miatt. Az a tény, hogy az európai intézmények érdemben kezdték tárgyalni az ügyet, megnyitotta az utat a további engedmények előtt, annak ellenére is, hogy az állami támogatást nem tartották a közösségi joggal ellentétesnek. Az európai intézmények feltételeket szabtak a közszolgálati médiumok állami támogatásával szemben. Természetesen a feltételek racionálisak, mint ahogy az is, hogy a közpénzek elköltése szűk határok között legyen csak lehetséges, de tény, hogy ezzel szűkítették a közszolgálati televíziók mozgásterét. A levegőben van a kérdés, hogy a kereskedelmi médiavállalkozások lobbitevékenysége vezethet-e további szűkítésekhez, elsősorban a fent tárgyalt változások fényében. Ugyanakkor viszont az a tény, hogy az állam kivonulhat a mediaszabályozásból, nem egyenlő azzal, hogy a közszolgálati feladatellátást is be kell szüntetnie. Európában jelenleg divatos a közszolgáltatások magánkézbe adása, és a jelen állás szerint ez sikeres stratégiának tekinthető (például az energiaiparban és a városi közlekedésben). Az Európai Bizottság közleménye szerint az államok eldönthetik, hogy ezeket a szolgáltatásokat ők maguk látják-e el, vagy más vállalkozásokra bízzák, függetlenül attól, hogy azok magán- vagy köztulajdonban vannak-e, illetve nyereségérdekeltek-e, avagy nonprofit alapon működnek (Bizottság, 2007).

Az 1990-es évek elején megérkeztek az első kifogások a közszolgálati műsorszolgáltatók támogatása ellen, amelyekkel azonban a Bizottság még hosszú ideig nem foglalkozott érdemben (van Eijk, 2005). A kifogások arra irányultak, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatóknak nyújtott állami támogatás ellentétes a Római Szerződés 87. cikkével. E cikk mindenfajta állami támogatásra vonatkozik, és jogellenesnek nyilvánítja azokat, kivéve, ha a 86. vagy a 87. cikkben foglalt kivételek valamelyikébe tartoznak. A 86. cikk az általános gazdasági érdekű szolgáltatást nyújtó vállalkozásokra is kiterjeszti a versenyjogi követelmények betartását, de csak addig a mértékig, amely nem akadályozza őket a rájuk rótt feladatok teljesítésében, és amennyiben nem akadályozzák a kereskedelem fejlődését olyan mértékben, amely már ellentétes a közösség érdekeivel. A 87. cikk (3)d szerint pedig a közös piac elveivel összeegyeztethető az az állami támogatás, amely a kulturális örökség megőrzésére irányul, amennyiben nem érinti a közösségi kereskedelmet és a versenyt olyan mértékben, ami már a közösségi érdekekkel ellentétes lenne. A Bizottság egyik határozata részletesen is taglalja az állami támogatás nyújtásának feltételeit (Bizottság, 2005).

A panaszbeadványok azt sérelmezték, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók állami támogatása többféleképpen is torzíthatja a versenyt.

1. Túlfinanszírozással, azaz ha a finanszírozás összege meghaladja azt, ami feltétlenül szükséges a közszolgálati feladat ellátásához. Ez ahhoz vezet, hogy a közszolgálati műsorszolgáltató többet tud kínálni népszerű programok, például egyes sportesemények vagy filmek közvetítési jogáért, illetőleg alacsonyán állapíthatja meg a reklámidő percdíját, ezzel lenyomva az árakat a piacon.
2. A piac lefoglalásával, mondván, hogy a közszolgálati média kiszorítja a kereskedelmi szolgáltatókat a versenyből, különösen azáltal, ha tematikus csatornákat vagy internetoldalakat indít.
3. Keresztfinszírozás révén: számos közszolgálati műsorszolgáltató kereskedelmi szolgáltatásokkal színesítette a kínálatát, annak érdekében is, hogy kiegészítse jövedelmét. Ezek magukban foglalhatják kábeles vagy műholdas csatornák indítását, valamint internetoldalak, könyvek, folyóiratok publikálását. A kifogás arra irányul, hogy az állami támogatás átszivárog a kereskedelmi tevékenységbe, és azt finanszírozza.

A kereskedelmi szolgáltatók mindenképp azt szerették volna elérni, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatókat korlátozzák a reklámok útján történő jövedelemszerzésben, illetve szűkítsék le úgy a közszolgálati feladatot, hogy kizárják a populáris programok – például filmek vagy sportműsorok – sugárzását. Ez utóbbi szűkítés feltehetően jelentős minőségromlást eredményezne a közszolgálati műsorkínálatban, és – azáltal, hogy kevésbé széles közönséget érne el – a hatékonyság csökkenését is eredményezné (azaz az állami pénzek felhasználásának kevésbé jó módja lenne). Eddig e kezdeményezések sikertelenek voltak.

## A közszolgálati tartalom meghatározása az európai szabályozásban

Az 1997-es Amszterdami Szerződéshez csatolt jegyzőkönyv volt az első uniós dokumentum, amely kifejezetten megemlítette a közszolgálati műsorszolgáltatást. Előzményének tekinthető a Maastrichti Szerződés, amelynek 151. cikkelye kimondta, hogy a közösség szívében viseli a tagállamok kultúrájának ápolását. Az Amszterdami Szerződés jegyzőkönyve azonban már azt is kinyilvánította, hogy a közszolgálati médiarendszer közvetlenül összefügg az egyes tagállamok társadalmának demokratikus, társadalmi és kulturális igényeivel, és a sokszínűség megőrzésének igényével, valamint elismerte annak sajátos nemzeti jellegét. A jegyzőkönyv tehát – reagálva a kialakuló jogi konfliktushelyzetre – úgy rendelkezett, hogy a közösségi jog mindaddig nem érinti a tagállamok azon jogát, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatást államilag támogassák, amíg a támogatást csak a tagállamok által megállapított, pontosan körülhatárolt és a szolgáltatóra kirótt közszolgálati feladat ellátására fordítják, és az nem befolyásolja a kereskedelmet és a versenyt olyan mértékben, amely már ellentétes a közösségi érdekekkel.

A Bizottság közleményben pontosította az Amszterdami Szerződésben foglalt feltételeket (Commission, 2001). Rögzítette, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók támogatása állami támogatásnak minősül, és hogy az állami támogatás ellenőrzése bizottsági hatáskörbe tartozik. Ugyanakkor kimondta, hogy a tagállamoknak jogukban áll szabadon meghatározni a közszolgálati feladatokat, és a Bizottság csak azt ellenőrzi, hogy a meghatározás nem alapvetően téves-e, vagy nem valósul-e meg túltámogatás. A közszolgálati feladatot (*remit*) a tagállamok tág körben definiálhatják, beleértve a sokoldalú műsorkínálatot, egyes, a hagyományos értelemben műsornak nem minősülő szolgáltatásokat is, például az online tájékoztatást, ha az ugyanúgy demokratikus, társadalmi és kulturális igényeket elégít ki. (Ugyanakkor bizottsági határozatok megkérdőjelezték a mobil-szolgáltatásokra, az e-kereskedelmi szolgáltatásokra, az elektronikus programkalauzra és az egyébként fizetős sportműsorok sugárzási jogára fordított állami támogatások jogszerűségét.) A Bizottság azonban elvárja, hogy a közszolgálati feladatot kifejezett, formális aktusban ruházza rá egy vagy több szolgáltatóra, és kívánatos (de nem kötelező), hogy egy független testület kísérelje figyelemmel a megbízott vállalkozások teljesítményét. Ezen kívül megerősítette az Amszterdami Jegyzőkönyvben foglalt arányossági kritériumot, azaz a támogatás nem terjedhet túl azon, ami a közszolgálati feladat teljesítéséhez szükséges. Arányosságon pedig az értendő, hogy az esetleges piactorzító hatást, amelyet a támogatás okoz, igazolja-e olyan közszolgálati teljesítmény, amelyet a tagállam formálisan előírt. Az arányosság vizsgálatát szolgálja, hogy amennyiben a közszolgálati műsorszolgáltató nem közszolgálati tevékenységet is végez, köteles az elszámolásokat kettéválasztani úgy, hogy megfeleljen az úgynevezett átláthatósági irányelvnek.

Az Európa Tanács ki is nyilvánította aggodalmát a közszolgálati műsorszolgáltatók pénzügyi helyzetének és státusának lehetséges megnyirbálása miatt, ami előrelátható következménye lehet a köteleességek mind pontosabb körülírásának (CoE ajánlás, 2004).

Egyes szerzők a liberalizálás, ezen belül a közszolgálati támogatások minimumra csökkentésének hívei. Például Herbert Ungerer szerint akkor, amikor az állam „egy vállalatot betámogat egy új piacra, azt kockáztatja, hogy egy másikat kitámogat onnan” (Ungerer, 2004). Ungerer állítása két okból is komolyabb vizsgálatot igényel. Először is: a megállapítás csak akkor lehet érvényes, amikor a közszolgálati műsorszolgáltató hirdetésekkel egészíti ki állami jövedelmét, egyéb esetben ugyanis nem jelenik meg a piacon a *fogyasztókért* folytatott küzdelemben. Tény, hogy a közönség figyelmének egy részét magára vonja, de nem bizonyított, hogy ezek a nézők több figyelmet fordítanak a kereskedelmi műsorokra, ha nem lennének a közszolgálatiak.

Ezzel visszakanyarodunk ahhoz az alapvető kérdéshez: helyettesíthető-e a kereskedelmi és a közszolgálati műsorszolgáltatás? Amennyiben igen, akkor az állami támogatás nem tartható fenn, hiszen az államnak nem szabad olyan kínálatot támogatnia, amelyet a piac magától is nyújt. E szemlélet szigorú érvényesítésének következménye az lenne, hogy a közszolgálati műsorszolgáltató semmilyen olyan műsort nem szolgáltathat, amely nem kimondottan a közszolgálati küldetésre fókuszál. Ez azonban nem biztos, hogy célravezető, mert ha a médium szinte kizárólagosan kisebbségi vagy hátrányos csoportokhoz szól, akkor a véleményformáló rétegek számára elveszítheti vonzerejét. Ekkor nem lenne képes teljesíteni a társadalmi kohéziót elősegítő szerepét. Ennek érdekében indokolt, hogy a közszolgálati média egyformán népszerű legyen minden társadalmi rétegben, mert csak így juttatja el ugyanazt az üzenetet egységesen a társadalom különböző szegmenseinek. Az üzenet hitelességének az is fontos eleme – különösen a fiatal nézők és a véleményformáló értelmiségiek körében –, hogy a média vonzó, korszerű legyen. Ezen említett vonások, amelyek növelik a közszolgálati média népszerűségét, emelhetik a misszió teljesítésének határfokát, ugyanakkor abba a gyanúba is keverik a műsorszolgáltatót, hogy konkurensé kíván lenni a kereskedelmi műsorszolgáltatónak. Ezzel kapcsolatban felmerülhet, hogy az állami támogatás fókuszálhat csak egyes programokra is, és nem a csatornákínálat egészére. Mivel a digitális televízió korszakában a csatornákínálat kérdése is másképpen merül fel, tekintettel a nemlineáris szolgáltatásokra, valamint az elektronikus programkalauzra, amely elősegíti a nézők választását, így nem működik az a régi BBC-elv sem, hogy vegyesen kell szórakoztató és nevelő műsorok sugározni azért, hogy az utóbbi eljusson a nézőkhöz. Mindazonáltal a vegyes (kereskedelmi és közszolgálati) műsorválaszték felveti az intézményi finanszírozás helyett a műsorfinanszírozás kérdését is. Nem elvetve az utóbbi ötlet létjogosultságát, mindez megelőzhető azzal, ha a közszolgálati média nem sugároz reklámokat. Így a nézőszám növelése valódi közérdeket szolgálhat. Alternatív esetben a támogatás mértékének meghatározását a műsorok minőségétől is függővé lehetne tenni, aminek egyik

elem a nézőszám lehet.

## Dereguláció és továbblépés

Napjaink digitális kommunikációs forradalmát hasonlítják a Gutenberg-korszak kezdetéhez is, és bizonyos hasonlóságokat a szabályozás területén is sejteni lehet. Gutenberg előtt a könyvek írása és olvasása egyaránt az egyház, illetve az udvar monopóliuma volt. A nyomda feltalálása után egy darabig a könyvnyomtatást az egyház szigorúan cenzúrázta. Csak miután a nyomtatás költségei drasztikusan csökkentek, és elterjedtek az újságok is, enyhült a szigor. Az elektronikus média feltűnése a szabályozás súlypontját áthelyezte az új típusú médiumokra. Ha az analógiát folytatni szeretnénk, abból az következne, hogy a közszolgálati funkció és az állami támogatások áthelyeződnek az új digitális média területére, például az internetre. Ennek jeleit tapasztaljuk akkor, amikor a BBC az interneten is megjelenik, vagy a német ARD azt tervezi, hogy az internetet teszi szolgáltatásának harmadik pillérévé. A dereguláció kedvezne a kereskedelmi műsorszolgáltatóknak, az utóbbi törekvéseket azonban hevesen támadják, annyira, hogy az ARD el is állt a tervétől (CoE ajánlás, 2004: 13).

A hasonlatnak gyenge pontja, hogy az internet sajátosságait tekintve jobban hasonlít a nyomtatott sajtóhoz, mint az elektronikushoz, ami a szabályozás megokolhatóságát jelentősen érinti, így a változás azonos módon biztosan nem ismétlődik meg újra.<sup>9</sup> A szűkösség megszűnése azonban olyan közös elemnek tekinthető, amely logikusan vezet a deregulációhoz.

A digitális átállás a közszolgálati műsorszolgáltatók számára is kihívást jelent. Újra kell gondolni és definiálni a közszolgálati funkció szerepét, a küldetését és a módszereket annak érdekében, hogy az információs társadalom megváltozott körülményeihez és a megváltozott fogyasztói szokásokhoz adaptálják őket. Ugyanakkor fokozódó nyomás várható a kereskedelmi szolgáltatók részéről, akik ugyanezekkel a nehézségekkel küzdenek meg, még azzal tetézve, hogy bizonytalanok a reklámbevételeik megmaradását illetően – hiszen a fejlettebb nézői választási lehetőségek lehetővé teszik a reklámelkerülést, ezáltal megfosztják a kereskedelmi szolgáltatókat fő bevételi forrásuktól, hacsak azok ki nem fejlesztenek új reklámozási technikákat.

Az új módszerek a közszolgálati média számára is új műsортípusokat jelentenek. A kisebb célközönség miatt célszerűnek tűnhet a lehívható műsортípusok előnyben részesítése, ez azonban csökkenti a hatékonyságot. A kisebb országok vagy kisebb nyelvterületek ezen a téren egyértelmű hátrányba kerülnek a nagyobb nemzetekkel szemben. A digitális átállás több csatorna sugárzását is lehetővé teszi, így az állami támogatás terheit enyhítheti, ha a közszolgálati műsorszolgáltató működtet egy vagy több kereskedelmi csatornát is, amelynek a bevételeit a közszolgálati csatorna működtetésére fordítja. Csakhogy éppen a keresztfinanszírozás támaszt számos versenyjogi aggodalmat – ezeket esetleg az átlátható elszámolás következetes számonkérése orvosolhatja.

## Konklúzió

Mivel a közszolgálat olyan személyek számára is tartalmat kíván nyújtani, akiket a kereskedelmi média egyébként nem tekint célcsoportjának, az állami támogatás továbbra is elengedhetetlennek tűnik. Az állami támogatás nyújtásának azonban számtalan módja van, és ezeket amelyeket érdemes lehet újragondolni a digitális átállás kapcsán. Hogy (közvetett) állami tulajdonban álló intézmény látja-e el a közszolgálati feladatot, vagy magánintézmény? Az utóbbit több európai dokumentum is nevesíti mint egyenrangú lehetőséget, többek között a Bizottság közleménye (Commission, 2007), illetve az általános érdekű szolgáltatásokról szóló Fehér Könyv (Commission, 2004: 5). Hogy az intézmény egésze kapjon-e támogatást, vagy csak egyes feladatok megvalósítása? Szolgáltatathat-e az intézmény nem közszolgálati jellegű műsorokat is, és ezekre megilleti-e a támogatás? Ha a közszolgáltató az interneten is megjelenik, felhasználhat-e arra is állami támogatást? Indokolt-e külön online közszolgálati tartalom létesítése, akár más tartalommal és némileg módosított céllal, mint a televízióban (például egyértelműen csak oktató, tájékoztató céllal)? Szükséges-e ezek fenntartásához egyáltalán állami támogatás?

E kérdések megválaszolása részletes hatástanulmányokat igényel, de végső soron olyan politikai döntésekről van szó, amelyek egy közösség kultúrájának, fejlődésének irányát hosszú évtizedekre meghatározzák. Nem állítható, hogy egyetlen jó döntés volna, hiszen bármelyik megoldásnak vannak előnyei és hátrányai. A lényeg, hogy mindegyik más-más médiaszínert és kulturális szokásokat alakít ki abban a közösségben, amely az adott nyelven fogyasztja az érintett tartalmakat – kereskedelmi és közszolgálatit egyaránt. E kérdések tisztázása mind a kereskedelmi, mind a közszolgálati műsorszolgáltatóknak sürgető és kényszerítő érdeke. Ezt felismerve indított a Bizottság nyilvános konzultációs eljárást 2008 elején (márciusi zárással), amelynek során a piaci szereplők észrevételeit fogadták be egy későbbi szabályozás kidolgozásának előkészítése érdekében. Mindazonáltal a közszolgálati műsorszolgáltatás szabályozása tagállami hatáskörben van, és egyelőre úgy tűnik, ez így is marad.

Jelenleg olyan nagyszámú tartalomszolgáltató van jelen mind a műsorszolgáltatás, mind az internet területén, hogy feleslegesnek tűnhet a közszolgálati tartalom nyújtása, mert a pluralizmus enélkül is érvényesül. Elképzelhető, hogy – akárcsak a nyomtatott sajtó esetében – ez a burjánzás folyamatos marad, de az is, hogy néhány évtized múltán, fúziókat és csődöket követően csak néhány nagy szereplő marad a piacon. Ekkor újraéledhet az igény egy független, kiegyensúlyozott tartalomszolgáltatóra, amelyet nehéz a semmiből előteremteni. Csakhogy abban sem lehetünk biztosak, hogy a leírt forgatókönyv bekövetkezik, illetve hogy mennyi idő telik el addig. A kedvezőtlen fejlemények kezelésére ráadásul önmagában a versenyjog is elegendő eszköz lehet, és legalábbis kétséges, hogy érdemes-e csak emiatt fenntartani a közszolgálati tartalomszolgáltatást. Ugyanakkor az is lehet, hogy éppen a kereskedelmi műsorszolgáltatók menekülnek majd ki a szűkülő piacról, és ekkor csak a közszolgálati tarthatja fenn a televíziózás műfaját.

Mindazonáltal a következő néhány évben hozott szabályozási megoldások hosszú időre meghatározzák a

médialátkép alakulását. Ez indokolja a lehetőségek óvatos mérlegelését, és a tartózkodást a szélsőséges beavatkozástól akár a túlzott liberalizáció (mint amilyen a közszolgáltatóság állami támogatásának megszüntetése), akár a reguláció irányában. Másfelől viszont a rövidlátó döntésnél talán csak a hezitálás lehet rosszabb, amely lehetetlenné teszi a piaci szereplők számára akár a középtávú tervezést is.

## Felhasznált irodalom

- Bajomi-Lázár Péter (2000) *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában*. Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó.
- Bayer Judit (2008) A gyermekek védelmének egyes kérdései az internethasználat során. *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra*. IV. Nemzetközi Konferencia Kiadvány, Gyermekmentő Szolgálat.
- Bayer Judit (2005) *A háló szabadsága*. Budapest: Új Mandátum Kiadó & Zsigmond Király Főiskola.
- Curran, James & Seaton, Jean (2003) *Power Without Responsibility*. London & New York: Routledge.
- Csepeli György & Dessewffy Tibor & Hammer Ferenc & Kitzinger Dávid & Magyar Gábor & Monory Mész András & Rozgonyi Krisztina (2007) *Közszolgálat a digitális korban. Médiakutató*, nyár.
- European Broadcasting Union (2005) *Funding of Public Service Broadcasting and State Aid Rules*, [http://www.ebu.ch/CMSimages/en/module5\\_en\\_tcm6-36721.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/module5_en_tcm6-36721.pdf).
- Európai Bizottság (2007) *közleménye az általános érdekű szolgáltatásokról* Com(2007)724.
- Holznagel, Bernd (2000) The Mission of Public Service Broadcasters. *International Journal of Communications Law and Policy*, vol. 5, Summer.
- Horkheimer, Max & Adorno, Theodor (1990) *A felvilágosodás dialektikája. Filozófiai töredékek*. Gondolat Kiadó & Atlantisz Kiadó.
- Jenei, Ágnes (2005) Kereskedelmi televízió és demokrácia. *Médiakutató*, ősz.
- Keane, John (1990) *Média és demokrácia*. Helikon Kiadó.
- Rankov, Pavol (2006) Az internethasználók információszerzésének összefüggései – egy szlovákiai kutatás eredményei, *Tudományos és Műszaki Tájékoztató*, 53. évf. 1. szám. [http://tmt.omikk.bme.hu/show\\_news.html?id=4285&issue\\_id=468](http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=4285&issue_id=468).
- Schwartz, John (2004) Leisure Pursuits of Today's Young Man. *The New York Times*, March 29.
- Sunstein, Cass (2001) *Republic.com*. Princeton University Press.
- Ungerer, Herbert (2004) *EU media framework, competition law and Public Service Broadcasting - Some comments on the impact on the current UK debate*. Seminar on OFCOM's Public Service Broadcasting Review and the European Dimension European Media Forum London.
- Valcke, Peggy (2005) The Future of Must-Carry. From Must-Carry to a Concept of Universal Service in the Info-Communications Sector. *ICRI-IBBT*, K.U.Leuven.
- Van Eijk, Nico (2005) Public Service Broadcasting and State Aid. *Presentation at the Epra meeting*, Budapest: 20 October.

## Felhasznált jogforrások:

2002/22/EC Directive on Universal Services.

Bizottság 2000/52/EK irányelve (2000. július 26.) a tagállamok és a közvállalkozások közötti pénzügyi kapcsolatok átláthatóságáról szóló 80/723/EGK irányelv módosításáról.

Bizottság 2005/842/EK határozata (2005. november 28.) az általános gazdasági érdekű szolgáltatások működtetésével megbízott vállalkozásoknak közszolgáltatással járó ellentételezés formájában megítélt állami támogatásokra történő alkalmazásáról.

Case C-280/00, *Altmark Trans GmbH v Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH*.

Communication from the Commission (2001) *on the application of State aid rules to public service Broadcasting* (2001/C 320/04).

Communication from the Commission; *White Paper on services of general interest* (Commission 2004), COM(2004) 374 final.

Communication from the Commission (2007) *Services of general interest*, COM(2007) 725.

Council of Europe (2004) Recommendation 1641 (2004) on public service broadcasting.

Reno v. ACLU, 521 U.S. 844. (1997); 929 F. Supp. 824. at 842

# Lábjegyzetek

1

Megbízható bizonyíték nincs arra, hogy ez valóban elhangzott-e valaha.

2

A közszolgálati elméletéről lapunkban lásd még Rácz Zsuzsa „Egy fejezet a BBC történetéből” (2001. nyár), Cinzia Padovani és munkatársai „A közszolgálati média helyzete” (2001. tél), György Péter „Közszolgálat a globális technokultúra korában” (2005. tavasz) és Koltay András „A közszolgálati média fogalma” (2007. nyár) című írását – A szerk.

3

Rtv. 4.§ (1) A közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, vitatott kérdésekről a tájékoztatásnak sokoldalúnak, tényyszerűnek, időszerűnek, tárgyilagosnak és kiegyensúlyozottnak kell lennie.?  
Rtv. 23.§ (2) A közszolgálati műsorszolgáltató és a közműsor-szolgáltató rendszeresen, átfogóan, elfogulatlanul, hitelesen és pontosan tájékoztat a közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, a vételkörzetében élők életét jelentősen befolyásoló eseményekről, összefüggésekről, vitatott kérdésekről, az eseményekről alkotott jellemző véleményekről, az eltérő véleményeket is beleértve.  
Rtv. 23.§ (2) A közszolgálati műsorszolgáltató és a közműsor-szolgáltató rendszeresen, átfogóan, elfogulatlanul, hitelesen és pontosan tájékoztat a közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, a vételkörzetében élők életét jelentősen befolyásoló eseményekről, összefüggésekről, vitatott kérdésekről, az eseményekről alkotott jellemző véleményekről, az eltérő véleményeket is beleértve.

4

Természetesen valószínű, hogy egy híres amerikai tudós vagy közéleti személyiség blogja nagyobb látogatottságot vonz, mint például a Mindentudás Egyetemének adása, habár ennek az is magyarázata, hogy az előbbinek globális, utóbbinak csak nemzeti a hatóköre. Az internetes látogatottsági adatokat továbbá az egyidejűség hiánya és a folyamatos hozzáférhetőség miatt sem célszerű összehasonlítani a televízió nézettségével, mert egyazon személy többszöri látogatása is külön látogatásnak minősül. Az IP cím felismerése esetén is külön látogatásnak minősül, ahányszor más gépről jelentkezik be, például a munkahelyéről vagy otthonról.

5

Ehhez a réteghez tartozó gyermekek a környezet hatásai alatt (hiányzó szülői irányítás, barátok hatása) szívesebben ragadnak le az erőszakos játékoknál, a kétes chat-szobáknál, ahelyett, hogy az értékesebb tartalmak felé fordulnának. L. Bayer 2008.

6

Például az origo, az index vagy az iwiw.

7

Vizsgálatokkal támasztották alá ezt az állítást, az Encyclopedia Britannica azonban tagadja azok szakszerűségét, lásd még [news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4530930.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4530930.stm), [www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html](http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html).

8

Kivéve Nagy-Britanniát, ahol már 1955-ben (lásd Bajomi-Lázár, 2000).

9

A szűkösség hiánya és az alacsony belépési küszöb miatt vélte így az Amerikai Legfelsőbb Bíróság a Reno v. ACLU ügyben.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>  
Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)  
Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” podiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató  
Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

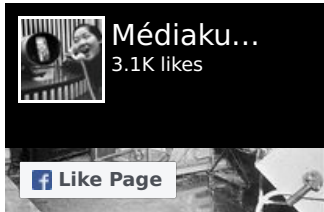
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000–2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Jog

[Cseh Gabriella:](#)

# A közszolgálati műsorszolgáltatás finanszírozása

**Ez az írás a közszolgálati médiumok finanszírozásáról szóló európai uniós dokumentumokat és egyes nyugat-európai országok finanszírozási gyakorlatát tekinti át, majd javaslatot tesz a magyarországi közmédiák támogatása érdekében az üzemen tartási díj új feltételek közötti visszaállítására.**

## 1. Bevezető

Európai uniós médiapolitikai és szabályozói evidencia, hogy az állam kötelessége elegendő pénzügyi forrást biztosítani a közszolgálati műsorszolgáltatóknak. Azok az európai államok, amelyek részt vettek az 1994-es prágai miniszteri konferencián, vállalták, hogy

„...fenntartanak, és ha szükséges, létrehoznak egy olyan megfelelő és biztonságos finanszírozási keretet, amely garantálja a közszolgálati média számára közszolgálati feladatainak ellátását”.<sup>1</sup>

Hasonló elveket fogalmaztak meg a médiapolitikusok az 1996-os Európa Parlamenti Határozatban, amely a közszolgálati televízió szerepét fogalmazta meg multimédia-környezetben, és ugyanezen elv köszön vissza a közelmúltból is, az Európa Tanács 2006-os nyilatkozatából, amely kifejezetten felhívja a tagállamokat, hogy

„...nyújtsanak jogi, politikai, pénzügyi, technikai és más eszközöket ahhoz, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók szerkesztői függetlenséget és intézményi autonómiát élvezhessenek annak érdekében, hogy a politikai és a gazdasági beavatkozás bármilyen kockázata elkerülhető legyen”.

A közszolgálati médiumok finanszírozása nem pusztán pénzügyi kérdés. A finanszírozás forrásai, módja és mértéke alapvetően határozza meg az érintett médiumok működését, a műsorok típusait és tartalmát. Azaz a finanszírozás forrásai, mértéke és kiszámíthatósága közvetlen hatású a közmédiák műsorpolitikájára. Minél nagyobb mértékben van rászorulva a közszolgálati média központi költségvetési forrásokra, annál nagyobb a lehetősége annak, hogy a mindenkori kormány részéről politikai nyomásnak lehet kitéve. A közszolgálati műsorszolgáltatók politikai, közéleti műsorai emiatt politikailag egyoldalúvá válhatnak, az adományozó aktuális kormányzat szája íze szerint alakulhatnak. Ezáltal sérül a pártatlanság, a sokoldalú tájékoztatás vagy akár egyes kisebbségek érdekképviselőit a szinte minden európai médiatörvényben meghatározott, a közmédiákra fokozott hangsúllyal vonatkozó követelménye.

A közmédiák finanszírozási rendszerének tehát meghatározó a szerepe abban, hogy azok milyen mértékben és színvonalon képesek megvalósítani közszolgálati „küldetésüket”.

## 2. A finanszírozás lehetséges forrásai, különös tekintettel az üzemen tartási díjra

### 2.1. A finanszírozás lehetséges forrásai

Ideális körülmények között a finanszírozás különböző forrásai együttesen megfelelő eszközök a közszolgálati misszió megvalósításához. Ideális esetben a közmédiának stabil, hosszú időre előre kiszámítható a jövedelemforrása, és nincs kizárólagosan egy vagy két bevételi forrásra rászorulva. Az is fontos, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók bevételi forrásainak alakulása elég dinamikus legyen ahhoz, hogy ezek a médiumok ne váljanak teljesen versenyképtelenné a piacon: hogy rákényszerüljenek a nyitottságra, a különböző fejlesztésekre, egyes, a közszolgálati tevékenységgel összeegyeztethető új közönségigények teljesítésére. Vagyis a forrásoknak kettős célt kell szolgálniuk: a közszolgálati stabilitás fenntarthatóságát és a közszolgálati tevékenység szakmai fejlődését. Közgazdasági szempontból a közszolgálati műsorszolgáltatás a közjavak (*merit goods*) kategóriájába tartozik, vagyis azon áruk és szolgáltatások közé, amelyek alapvető fontosságúak a társadalom számára, és amelyeket a kereskedelmi médiapiac nem szándékozik előállítani, illetve fenntartani. A közmédiák programjaihoz való hozzáférés társadalmi érdek, valamennyi állampolgár érdeke, ezért annak fenntartása a kollektív finanszírozás valamely formáját igényli.

A digitális audiovizuális médiakörnyezetben néhány tekintetben újra kell gondolni a közszolgáltatóság fogalmát és szerepét, és ennek megfelelően kell pozicionálni a közmédiát egy dinamikusan változó piaci környezetben. Mindehhez pedig meg kell találni a legadekvátabb finanszírozási szabályozási keretet és forrás(oka)t. Európában a közmédia finanszírozásának lehetséges forrásai a következők:

- a nézők fizette előfizetési díj;<sup>2</sup>
- a kereskedelmi műsorszolgáltatók által fizetett koncessziós díjak (ideértve a műsorszolgáltatásért és a frekvenciahasználatért nyújtott pénzbeli ellenszolgáltatást);
- a közfinanszírozás egyéb forrásai;
- televíziós reklámok;
- televíziós szponzoráció;
- jogdíjak, programeladások;
- előfizetési szolgáltatások.

#### **Közfinanszírozásból származó bevételek**

nézői/hallgatói előfizetési díjak  
koncessziós díjak  
állami költségvetési támogatás  
egyéb közpénzek

#### **Piaci bevételek**

reklámbevételek  
szponzori bevételek  
jogdíjak, programeladások  
egyéb üzleti tevékenység

Az európai uniós tagállamokban a közmédia finanszírozásának egyik alapvető forrása a készülék-üzembentartási díj. Tipikus megoldás, hogy az üzembentartási díjra épülő rendszerben minden egyes, műszakilag műsorszolgáltatási program vételére alkalmas televíziókészülék után havidíjat vagy éves díjat kell fizetni.

A készüléktulajdonosok díjfizetési kötelezettsége független attól, hogy valóban igényt tartanak-e a közszolgálati médiumok műsorszolgáltatására vagy sem („szolidaritási elv”). Ez a szolidaritási elv különbözteti meg az előfizetési díjat a kereskedelmi csatornák műsoraihoz való hozzáféréstől fizetett díjaktól.

A másik, nem elhanyagolható forrás – főként Közép- és Kelet-Európában, de néhány régi uniós tagállamban is – az állami költségvetésben megállapított éves juttatás vagy támogatás. Ez a finanszírozási rendszer azonban potenciális forrása lehet egy kvázi állami műsorszolgáltatás kialakulásának.

## **2.2. A készülék-üzembentartási díj melletti érvek**

- Csökkenti a mindenkori kormánytól való pénzügyi függőséget. Ezáltal elősegíti a közmédia függetlenségét a politikai akarattól, konkrétan azokról a politikai erőktől, amelyek az állami költségvetésből történő juttatás összegéről döntenek.
- Az üzembentartási díjra épülő finanszírozás biztonságos és kiszámítható. Alapja és mértéke meghatározott időtartamra előre megtervezhető, ez az időtartam például Nagy-Britanniában jelenleg tíz év. Alkalmazásával a közmédia bevétele jobban tervezhető, mintha az éves költségvetésben határoznának meg egy változó összegű támogatást. Ez pedig létfontosságú a közép- és főként a hosszú távú üzleti stratégiai tervezéshez, a lehetséges befektetésekhez.
- Közvetlen kapcsolatot teremt a műsorszolgáltató és a társadalom között, elősegítve ezzel a megrendelő-szolgáltató elven alapuló érdekeltség megalapozását.

## **2.3. Az üzembentartási díj ismételt, de facto bevezetésének magyarországi hátrányai**

- Magyarországon az üzembentartási díj mértékét eddig nem sikerült olyan összegben megállapítani, hogy képes legyen a közszolgálati műsorszolgáltatás kiadásaihoz jelentős mértékben hozzájárulni.
- Hazánkban a készülékhasználati díjat eddig nem lehetett olyan széles körben beszélni, hogy az – akár a hirdetési és egyéb bevételekkel együtt – kiszámíthatóan képes legyen fedezni a működési és fejlesztési költségeket. Ezért a díj nem bizonyult igazán alkalmasnak az intézményi függetlenség biztosítására.
- Azzal, ha a díj összegének alapját, illetve mértékének szorzóit évekre előre meghatározzák, csupán annyit érünk el, hogy ritkábban használható politikai fegyver marad a mindenkori kormány kezében.

## **2.4. Az üzembentartási díj alapjának és mértékének szempontjai**

Az új digitális infokommunikációs közegben az üzembentartási díj indokoltságát, alapját és mértékét újra kell gondolni, különösen a következő szempontokból:

- Kétséges, hogy a televízió-, illetve a rádiókészülék birtoklása továbbra is megfelelő alapja lehet a díjfizetés kötelezettségének. Ez alapján lehet arra hivatkozni, hogy a készülék birtoklása csak lehetőség, és nem jelenti automatikusan a közszolgálati csatornához való hozzáférés szándékát.
- A díjfizetési kötelezettség alapjának megállapításánál figyelembe kell venni, hogy ma már a televíziós műsorokhoz való hozzáférés nem kizárólag televíziókészülékhez kötött: számítógépen vagy mobiltelefonon is hozzájuthatnak a nézők a műsorokhoz.
- A digitális korszakban megjelenik a *simulcasting*, valamint új tartalomszolgáltatások is (például *pay-per-view*- és *on-demand*-szolgáltatások). E folyamat eredményeképpen átalakulnak a nézői/fogyasztási szokások: a néző maga határozza meg az általa „fogyasztani” kívánt audiovizuális tartalmakat, és ezért piaci alapon kalkulált díjat fizet. A modern közszolgálati műsorszolgáltatás – kiaknázva a rendelkezésre álló technikai lehetőségeket – a korábbinál korszerűbb és gazdagabb tartalomszolgáltatásokat tud majd nyújtani, amelyeknek nemcsak

többletköltségeik lesznek, hanem a fogyasztó színvonalasabb, modernebb és gazdagabb tartalomszolgáltatást is élvezhet. A szolgáltatott műsortartalom tényleges, percalapon számított költségeinek kell zsinórmértékül szolgálniuk az üzemben tartási díj mértékének meghatározása során, természetesen ide értve a közmédia teljes költségvetésének alapját és mértékét is.

- Meg kell találni a díj beszedésének leggazdaságosabb, leghatékonyabb módját. Az üzemben tartási díj mértékének és alapjának megállapításánál kalkulálni kell beszedésének költségével is, mint díjtételnövelő tényezővel. Azaz, fontos szempont az üzemben tartási díj hatékony, kiszámítható beszedésének biztosítása.
- A díj alapjának és mértékének meghatározásánál figyelembe kell venni szociálpolitikai szempontokat is, azaz megállapításánál tekintettel kell lenni a társadalom „általános” pénzügyi teherbíró képességére, illetve az egyes hátrányos szociális helyzetű társadalmi csoportokra.

## **2.5. Az EBU szabályozási ajánlása a közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozására vonatkozóan**

Az EBU (Európai Műsorszolgáltatási Unió), a közszolgálati műsorszolgáltatók egyik legbefolyásosabb európai lobbiszervezete 2007 februárjában közzétett, a közmédiumok finanszírozására is kiterő mintaszabályozása a következő finanszírozási megoldásokat javasolja a közszolgálati műsorszolgáltatóknak:

- a közmédiumok finanszírozásának legfőbb forrása a közszolgálati műsorszolgáltatási díj legyen (vagy előfizetési díj, Magyarországon jelenleg: üzemben tartási díj), kiegészítve egyéb olyan jövedelmekkel és forrásokkal, amelyekre a közmédia jogszabály szerint jogosult;
- a közszolgálati műsorszolgáltatási díjat háztartásonként vagy állampolgáronként javasolt kivetni (szavazati joggal rendelkezőkre és nagykorú, letelepedett külföldi állampolgárokra is, azaz mindazokra, akikre az érintett állam adóhatósága kiterjed);
- a rászorulókat, például, akik szociális támogatásokból élnek, élvezhetnek mentességet vagy fizetési kedvezményt, de az így kieső összeget az államnak kell állnia;
- a fizetést elbliccelők fizessenek büntetést;
- a díj mértékét – amelyet a közmédia igazgatóságának javaslatára állapítanak meg, figyelembe véve a közszolgálati kötelezettséget és a közmédia egyéb jövedelmeit (a szponzorálást, a reklámot) is – a parlament határozza meg;
- a díjat előzetesen legalább négyéves időtartamra javasolt megállapítani, minden évben egy automatikus inflációs indexálással;
- havi és éves díjfizetés is előírható;
- bármilyen készülék (nemcsak televízió) után fizetendő;
- háztartásonként történő kivetés esetén, ha a háztartás jövedelme nem éri el a nyugdíj-minimumot, akkor az összeg 50 százalékkal csökkenthető, de ezt a kiesést az államnak kompenzálnia kell; a kereskedelmi szálláshelyek tízsobánként, más egységek 20 alkalmazottanként kötelesek fizetni.

Az EBU fent idézett mintaszabályzatában hangsúlyozza, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatási díjra vonatkozóan a mintaszabályozásban tanácsolt megoldásokat a nemzeti sajátosságokhoz kell igazítani.

## **3. A közmédiumok finanszírozásának mechanizmusai és intézményi háttere**

### **3.1. Finanszírozási mechanizmus**

Az Európai Unió „régii” tagállamaiban a közmédia finanszírozásának mértékét előzetes konzultációs folyamat eredményeként határozzák meg. A folyamat leglényegesebb fázisai a következők:

- a közmédia megfogalmazza a törvényben rögzített feladatai ellátásához szükséges finanszírozási igényét,
- egy független testület az igények megalapozottságát és a finanszírozhatóság módját a közmédia javaslata alapján, a közmédiával való konzultáció alapján ellenőrzi,
- a javaslatot előterjesztik a parlamentnek, lehetőség szerint előre meghatározott, többéves időszakra,
- a finanszírozás módjáról és mértékéről a parlament vagy a kormány dönt.

A BBC esetében például a kormány állapítja meg az előfizetési díj mértékét. A díjmegállapítás jelenleg hét évre történik, mégpedig egy inflációs rátával kombinált formában, így biztosítva a befolyó jövedelem kiszámíthatóságát, tervezhetőségét. A BBC-nél a hosszabb távú időszakra történő díjmegállapítás és a számítási módszer bevezetése egyben azt is jelenti, hogy a kormánynak nincs beleszólása a díjak esetleges emelésének kérdésébe, a parlament hatáskörébe tartozik a rögzített indexálásnak megfelelő díjemelés éves elfogadása.

Az automatikus inflációs indexálás önmagában sokszor nem elegendő megoldás, hiszen a közmédiumok költségei gyorsabban növekednek, mint az infláció. Az indexálás megfelelőbb lehet, ha a magánszektorban a munkaerőt terhelő költségek növekedéséhez vagy például a nemzeti kiskereskedelmi árindexhez igazítják, kiegészítve egy meghatározott százalékkal (például 0,5 %), illetve tekintetbe veszik az inflációtól független iparági áremelkedéseket vagy az esetleges árcsökkenéseket is.

### **3.2. A német közszolgálati műsorszolgáltatási finanszírozási modell**

Az uniós tagállamok megoldásai közül érdemes röviden áttekinteni a német közmédia-finanszírozási megoldást, mivel az alapvetően az üzemben tartási díjra épül,<sup>3</sup> illetve megfelelő példaként szolgál arra, hogy miként lehet átláthatóan, a gazdaságossági és a hatékonysági szempontokat maximálisan figyelembe véve kialakítani az

üzemben tartási díj biztonságos meghatározásának mechanizmusát.

Németországban az üzemben tartási díjnak két, törvényi szinten deklarált funkciója van. Egyrészt a közszolgálati műsorszolgáltatás ellátásának biztosítását kell majdnem teljesen fedeznie, másrészt a közszolgálati műsorszolgáltatás fejlesztésére is jutnia kell belőle.

Az üzemben tartási díj megállapítása szövetségi szinten történik. 1975-ben, a tartományi kormányok miniszterelnökeinek határozata alapján létrehoztak egy független bizottságot, a *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs*-t (Pénzügyi Szükségleteket Megállapító Bizottság – a továbbiakban: KEF). A KEF-nek kulcsfontosságú szerepe van a díjak meghatározásában. A 16 független szakértőből álló szervezetbe minden tartomány egy-egy tagot delegál, mégpedig úgy, hogy valamennyi érintett szakterület képviselve legyen.

A közszolgálati műsorszolgáltatók a KEF-nek terjesztik elő költségvetési igényeiket. A KEF megvizsgálja az előterjesztéseket, tiszteletben tartva a műsorszolgáltatók program-összeállításra (*programming*) vonatkozó függetlenségét. Ezt követően javaslatot tesz a tartományi kormányok vezetőinek, a tartományi miniszterelnököknek a beszédendő díj mértékére. A díj mértékének megállapításakor a KEF lényegében azt vizsgálja, hogy a közmédia program-összeállításokról hozott döntései megfelelnek-e a jogszabályban meghatározott közszolgálati feladatoknak, és az ehhez előterjesztett finanszírozási szükségleteket a gazdaságosság és a költséghatékonyság szempontjai szerint alakították-e ki.

A KEF a vizsgálati eljárás folyamán megállapítja a közszolgálati műsorszolgáltató pénzügyi szükségleteit. Az általa javasolt üzemben tartási díj összegét veszik alapul a tartományi kormányok és a parlamentek döntéseik során, bár a KEF javaslatát nem feltétlenül kell elfogadniuk. A javasolt mértéktől való eltérést azonban a tartományok műsorbizottságaival és a műsorszolgáltatókkal, valamint a KEF bevonásával meg kell vitatniuk, és az eltéréseket meg kell indokolniuk.

A leírt mechanizmusból jól érzékelhető, hogy ez a díjmegállapítási rendszer sem teljesen mentes az állami beavatkozás lehetőségétől, mivel a díj szintjéről hozott végleges döntés a tartományi parlamentek kezében marad, amelyek a független szakértői bizottság döntéseitől eltérhetnek. Ebben a vonatkozásban a német alkotmánybíróság 1994-ben iránymutató határozatot hozott.<sup>4</sup> Ebben kifejtette, hogy a KEF által javasolt mértéknél csak akkor lehet alacsonyabb szinten megállapítani az üzemben tartási díjat, ha annak indoka a műsorszolgáltatás szabadságánál fontosabbnak vélt ok. Az ítélet azt is megállapítja, hogy csak akkor lehet eltérni a KEF javaslatától, ha nem sérül az információhoz való szabad hozzáférés joga.

A tartományi parlamentek az alkotmánybíróság ítéletét szem előtt tartva 1994 és 2005 között mindig elfogadták a KEF javasolt díjait. 2005-ben azonban a KEF által javasoltnál alacsonyabban elfogadott díjak miatt a közszolgálati műsorszolgáltatók ismét sikerrel fordultak alkotmánybírósághoz, vitatva a tartományi kormányoknak és a parlamenteknek a díjmegállapításban és a közszolgálati műsorszolgáltatást illetően játszott szerepét.

A KEF meghatározott időszakonként jelentést készít, amelyben a közszolgálati médiumok pénzügyi helyzete mellett saját vizsgálati tevékenységét is ismerteti. A műsorszolgáltatók pénzügyi helyzetének bemutatása során a KEF javaslatot tesz arra, hogy szükséges-e, és ha igen, milyen mértékben és időponttól az üzemben tartási díj mértékének változtatása. A különböző fejlesztési feladatok és lehetőségek függvényében a KEF egy intervallumot javasol a díj mértékének emelésére. A műsorszolgáltatók képviselőit a KEF szükség szerint meghívja a tanácskozásra, a jelentésben közzéteendő végső véleményének kialakítása előtt azonban mindenképpen lehetőséget ad számukra, hogy álláspontjukat kifejthessék. E célból a jelentés tervezetét megküldi a közszolgálati műsorszolgáltatóknak (ARD, ZDF stb.), és a tervezetre adott véleményüket belefoglalja a végleges jelentésbe.

A KEF 16 tagját öt évre kéri fel a tartományok miniszterelnökei, és a tagok maguk közül választanak elnököt és helyettest. A szakértőket úgy kell összeválogatni, hogy különböző szakterületekről érkezzenek:

- három könyvvizsgáló a vállalati tanácsadás területéről,
- két üzemgazdász vagy közigazdász, aki szakértő a személyügy, a racionalizálás és a befektetések területén,
- két szakértő médiajogi és a bírói ítélezési gyakorlattal,
- három médiatudományban és üzletben jártas szakértő,
- egy, a műsorszórás technikai szegmenseit ismerő szakértő,
- öt szakértő a tartományi számvevőszékektől.
- A KEF öt állandó, illetve szükség szerint megalakított speciális munkacsoportokban végzi feladatát.<sup>5</sup>

### 3.3. A jelenleg hatályos magyarországi szabályozási modell

Jelenleg a médiatörvényben rögzítetteknek és a kialakult gyakorlatnak megfelelően a magyar közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozása több forrásból történik. Ezek:

- üzemben tartási díj,
- a műsorterjesztési költségek állami átvállalása,
- a kereskedelmi szolgáltatóktól beszédett műsorszolgáltatási díjból való juttatás,
- *ad hoc* támogatások reorganizációra,
- reklámbevételek.

A finanszírozási források közül jelenleg az üzemben tartási díjból származik a közmédia bevételeinek döntő hányada. Ennél a pontnál érdemes megvizsgálni a díj jelenlegi szabályozását és státusát.

### 3.4. Az üzemben tartási díj beszedése elmaradásának problémája

A 2002-ben megalakult kormánykoalíció kampányígéretének megfelelően – vitatható módszerrel – *de facto* eltörölte az üzemben tartási díjat. A kormány a 1110/2002-es kormányhatározatban „átvállalta” a nézőktől a háztartásonként akkor havi 740 forintban megállapított összegű díjat. A médiatörvény módosítását mellőzve – amely kétharmados parlamenti jóváhagyást igényelt volna – az állam egyszerűen nem szedte be a díjat. Ennek következtében 2002 júliusától a Magyar Televízió Zrt. költségvetését – bevételi szükségletéhez képest jelentéktelen reklámbevételeitől eltekintve – az állam fedezte.

2007. április 1-jétől a műsorszolgáltatási díjat egy szűk érintetti körben (meghatározott közületektől) ismét az APEH szedi be fogyasztási adóként, és tíz százalék kezelési költség levonása mellett befizeti azt a Műsorszolgáltatási Alapba. A Kormány az APEH által beszedendő üzemben tartási díjat az alapnak megelőlegezi. A jelenlegi szabályozás szerint az üzemben tartási díj összegét a mindenkori költségvetési törvény határozza meg. Ez a 2006. évre vonatkozóan 967 forint. Ez az előirányzat csak akkor jelent többletforrást a közmédia számára, ha az APEH által beszedett díj lényegesen meghaladja a várt mértéket.

## 4. Szabályozási javaslatok

### 4.1. A közszolgáltatási műsorszolgáltatók lehetséges finanszírozási megoldásai

- A közmédia a jövőben is maradjon *vegyes finanszírozású*, azaz működésük pénzügyi alapja legyen az üzemben tartási díj, a kereskedelmi bevételek és az állami céltámogatások is: ide tartoznak a technológiai és szervezeti reformokhoz szükséges egyszeri támogatások.
- Ismét *de facto* vezessék be az üzemben tartási díjat, de ne csak a 2007. április 1-jei költségvetési törvényben megállapított szűk körben. Ez most, a digitális platformra való áttérés során még nagyobb hangsúlyt kap, különösen azért, mert a közszolgálati média sikeres digitális átállásához megfelelő pénzügyi források is szükségesek. Az európai tendenciák és a digitális környezetre ajánlott szabályozási megoldások abba az irányba mutatnak, hogy a biztonságos, objektív és jól kiszámítható finanszírozás egyik alapja a szolidaritási elv és a kollektív finanszírozás elvére épülő üzemben tartási díj vagy – másképpen nevezve – a közszolgálati műsorszolgáltatási díj lehet.
- Az üzemben tartási díj összegének meghatározására olyan mechanizmus kidolgozása szükséges, amely a közmédia biztos, *előre tervezett és kiszámítható bevételi forrása*, számolva a beszédés költségeivel is. Az üzemben tartási díj meghatározásának alapja a közmédia mindenkori tényleges bevételi szükségletein alapuljon, különös tekintettel a közszolgálati tartalmak előállításának percdíjára.
- Az üzemben tartási díjat *hosszabb időszakra* nézve határozzák meg, például hat évre, előre kalkulált inflációs és amortizációs rátával is számolva. A periódusnak parlamenti ciklusokon átívelőnek kell lennie, ezzel is elősegítve azt, hogy megállapítása ne egy meghatározott kormánytól függjön.
- Az üzemben tartási díj bevezetése nem zárja ki, hogy a közmédia *egyéb forrásokat* is igénybe vehessenek működésük finanszírozására, ilyen lehet például a gazdasági reklámtevékenység, a programértékesítés stb.
- Célszerű megoldás lenne, hogy az üzemben tartási díjat a jövőben (is) fogyasztási adóként az APEH szedje be. *Az adóként beszédés* harmonizál az uniós szabályozási trendekkel is. Magyarországon az adózás rendjéről szóló törvény értelmében a díj jelenleg is adónak számít, befizetésének elmulasztása esetén elvileg ugyanazok a következmények és szankciók alkalmazhatóak, mint más adónem esetében (késedelmi pótlék, bírság).
- Az üzemben tartási díjat természetes személyek esetében *állampolgáronként* célszerű kivetni.
- A természetes személyeken túl *kereskedelmi egységekre* és más, több alkalmazottat foglalkoztató szervezetekre nézve is kötelezővé kell tenni.
- A jövőben a díjfizetés meghatározása ne a televíziókészülék birtoklásán, hanem a közszolgálati műsorszolgáltatás szabad hozzáférhetőségén alapuljon. Ezért indokolt lenne *a díj elnevezésének megváltoztatása* is, például „közszolgálati tartalomszolgáltatási díjra”.

### 4.2. Független testület felállítása a finanszírozás jóváhagyására

- A jövőbeni finanszírozási mechanizmus stabilitása érdekében javasolt egy olyan finanszírozási bizottság felállítása, amely a közmédiaoktól és a kormánytól is független. A bizottság feladata lenne a közmédia által benyújtott pénzügyi tervek alapján a közszolgálati média konkrét támogatási szükségleteinek megállapítása, jóváhagyása, különös tekintettel az üzemben tartási díj éves mértékének meghatározására. A bizottság vizsgálata mindig a közmédia által összeállított programok alapján kiszámított és előterjesztett, műsorkategóriánként kialakított átlag-percdíjon alapuljon.
- Célszerű lenne, ha a bizottság nyújtana be a közmédia éves finanszírozási tervét a parlamentbe, különös tekintettel az üzemben tartási díj összegének mértékére. A parlament abban az esetben szavazna meg a bizottság által javasoltnál kevesebb pénzt, ha egyéb közérdeket fontosabbnak tartana a közmédia optimális pénzügyi működésénél, amelyért politikai felelősséget visel. A bizottság működése garancia lehet a finanszírozás átláthatóságára, az arról való nyilvános diskurzusra, amely megrendelői oldalról közvetlenül érinti a (civil) társadalmat, illetve orvosságot jelenthet arra, hogy ne a pénzügyminisztérium és kormány döntsön egymás között évente a közmédia finanszírozásának mértékéről.
- A bizottság előre meghatározott időtartamra választott könyvvizsgálókból, közgazdászokból, médiajogászokból, médiatechnológiai szakértőkből, a médiatudomány különböző területeinek szakértőiből álló grémium legyen.
- A bizottság tagjainak kinevezése lehet a miniszterelnök hatásköre, aki a tagokat az Állami Számvevőszék, a közszolgálati műsorszolgáltatók és egyéb szakmai civil szervezetek által összeállított listáról választhatja ki.

### 4.3. Önálló közmédia-finanszírozási törvény

A közszolgálati műsorszolgáltatás kiemelkedő társadalmi jelentőségéből fakadóan célszerűnek mutatkozik, hogy a *közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozását külön törvény* rögzítse, amelyben – egyebek mellett – meg kell határozni a finanszírozás lehetséges forrásait, a finanszírozást jóváhagyó bizottság eljárását és hatáskörét, az üzemben tartási díj mértékének kiszámítható, hosszú távú, több évre szóló számítási módjának kritériumait és az egyéb bevételi forrásokat.

## Lábjegyzetek

1

A legfontosabb vonatkozó európai dokumentumok a következők: az 1994-es Prágai Határozat; az Európa Tanács 1996-os R(60)10. számú ajánlása; az 1999. május 1-jén hatályba lépett Amszterdami Jegyzőkönyv a közszolgálati műsorszolgáltatásról; az 1999. január 25-ei európai tanácsi állásfoglalás a közszolgálati műsorszolgáltatásról; a Bizottság közleménye az általános érdekű szolgáltatásokról Európában (2001/C 17/04) (ennek bizottsági felülvizsgálata jelenleg, azaz 2008 közepén folyamatban van).

2

Ez az, amit a hatályos médiatörvény „üzemben tartási díjnak” nevez. A továbbiakban az egyszerűség kedvéért így nevezzük azt a díjat, amelyet a közszolgálati műsorszolgáltatáshoz való hozzáférésért cserébe kell fizetni.

3

A rádió- és tévédíjon kívül a közszolgálati médiumoknak lehetnek kereskedelmi és egyéb bevételeik is.

4

BvL 30/88, 1994. február 22., BVerfGE 90.

5

Az állandó munkacsoportok a következők: Eredmény és finanszírozás, Személyügy, személyi ráfordítások, Programköltségek, Tárgyi eszközök, befektetések, saját tőke, hitelek, Módszertani fejlesztések, gazdaságossági jelentések.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



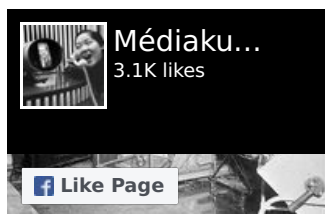
[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Jog

[Gálik Mihály:](#)

# A hozzáférés és a médiakoncentráció túlszabályozása a digitális átállás hazai folyamatában

A műsorterjesztési technológiák digitalizálódásának kiteljesedése az elmúlt tíz évben alapvető változásokat idézett elő az egyes országok mediaszínterén. A nemzetközi tapasztalatok szerint a technológiai környezet megváltozását a szabályozás enyhülése kísérte és kíséri, miközben súlypontja is megváltozik. Korábban a tartalomszabályozáson, illetve a médiakoncentráció külön, az általános versenyszabályozáson felüli szabályozásán volt a hangsúly, ami fokozatosan áttevődött a hozzáférés szabályozásra. Ezeket a trendeket a magyar szabályozás - úgy tűnik - nem követi, pedig a hozzánk hasonló méretű európai médiapiacokon határozottan érvényesülnek. Különösen konzervatívnak látszanak a médiakoncentráció külön ágazati szabályozásának megváltoztatására vonatkozó, az elmúlt két év során napvilágot látott, a kormányzati szervek megrendelésére készült fontosabb szakértői anyagokban, illetve az ezekre épülő Nemzeti Audiovizuális Médiastratégia (NAMS) jogalkotási koncepcióban megfogalmazott javaslatok, amelyekben véleményünk szerint már túlhaladt az idő. Az a tény önmagában, hogy a ma még érvényben lévő médiatörvény immár atavizmusnak tűnő médiakoncentráció-szabályozási rendelkezéseinél a nevezett javaslatok jobbak, még nem indokolja a bevezetésüket, s ezen a téren a magyar médiakutatásnak komoly adósságai és feladatai vannak.

### Bevezetés

Magyarország Európai Unióba való belépése egyebek mellett azt a kötelezettséget róta ránk, hogy végre kell hajtanunk a földfelszíni műsorszórásban az analóg technológiákról a digitálisra való átállást. A kényszerű technológiai váltás elodázhatatlanná tette egyrészt a kormányzat szerepének a meghatározását a folyamatban, másrészt az átállás átfogóbb kontextusba helyezését, hiszen több mint nyilvánvaló a technológiai szerkezet radikális megváltozásának hatása a mediaszínter egészére, különösen a kínálatra és a piaci szereplők viselkedésére.

A földfelszíni műsorszórás analóg-digitális átállása mindenütt a világon kormányzati vezérléssel zajlott és zajlik, ezt maguk a piaci erők nem tudták, nem tudják kikényszeríteni. Ennek az úgynevezett piaci kudarcnak az okait ismerjük, ezekben nagyjából közmegegyezés van, így szükségtelen rájuk kitérni, elég csak a kiterjedt magyar és nemzetközi szakirodalomra utalni (Hazay, 2005; Brown & Picard, 2005).

Nálunk először a kormány 1020/2005. (III.10.) határozata a földfelszíni digitális televíziós műsorszórásra való átállás elsődleges kormányzati feladatairól foglalkozott az átállás stratégiai célkitűzéseivel és menetrendjével, miközben már folytak Genfben a Nemzetközi Távközlési Unió (ITU) Regionális Távközlési Értekezletén a digitális műsorszórásra felhasználható frekvenciákról az egyeztetések. A nevezett fórum sikeres lezárásával (Kissné, 2006) a technológiai szabályozás nemzetközi környezete már adottságként volt kezelhető a résztvevő országok, így hazánk számára is, s ezen az alapon megindulhatott az átállás stratégiájának kidolgozása.

A digitális átállás stratégiája (A)DÁS című anyagot 2007 februárjában adta ki a megelőző mintegy féléves időszak szakmai konzultációi alapján a Miniszterelnöki Hivatal, s a nevezett dokumentum a televíziózás és a rádiózás digitális átállásának kormányzati feladatairól szóló 1014/2007. (III.13.) kormányhatározat (ez lépett a két évvel korábbi helyébe) hivatalos melléklete lett. Az új kormányhatározat egyebek mellett kimondta, hogy

- elő kell készíteni az átállásról rendelkező törvényt (határidő: 2007. április 11.);
- ki kell dolgozni a digitális átállás stratégiájának végrehajtását szolgáló egyéb jogszabályokat (határidő: folyamatos);
- a földfelszíni analóg televíziós műsorszórás leállításának határideje 2011. december 31.

A digitális átállásról rendelkező törvény nem kevés szakmai vitától övezve ugyan, de a sürgető kényszer hatására végül is, mondhatni, a tervezett időben megszületett, az Országgyűlés a 2007. június 18-ai ülésnapján elfogadta a *2007. évi LXXIV. törvényt a műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól (Dtv.)*. Eldőlt az a vita, hogy vajon szabad-e csak a műsorterjesztést külön szabályozni, függetlenül a rádiózás és televíziózás egészének szabályozásától, azaz szabad-e csak mintegy „hírközlésteleníteni”, de egyébként lényegében változatlanul hagyni a médiatörvényt: ugyan a kettőt valóban jobb lett volna együtt csinálni, de a politikai feltételek, a törvénykezés kétharmados támogatásának normatív követelménye, illetve e támogatás valószínűsíthető hiánya ennyit tettek lehetővé.

Az audiovizuális média egészének átalakítására egy stratégia kidolgozása szolgál majd alapul, amelyre támaszkodva meg lehet szerezni az új médiatörvény elfogadásához szükséges ötpárti támogatást – hangzott az átvitel, a műsorterjesztés a külön szabályozása elleni álláspontot leszerelni kívánó érvelés. A kormányzat kezdeményezésére 2007 nyarán elkészült a *Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS)* szakértői anyagának két kötete, majd az ehhez kapcsolódó szakmai vita lezárásaként a Miniszterelnöki Hivatal Audiovizuális Média Kormánybizottsága (AMK) 2007 decemberére elkészítette, majd egy hónapra rá nyilvánosságra hozta a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS) jogalkotási koncepciót.

A menetrendet ugyan kicsit megzavarta, hogy a *műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény* premierje nem sikerült, mivel a parlamenti pártok nem tudtak megállapodni abban, milyen feltételek mellett írják ki a digitális multiplex pályázatokat, így a törvényben [43. § (1)] tételesen megjelölt 2007. október 31-ei határidőt nem lehetett betartani. A Dtv. módosítása 2007 decemberében megtörtént (*2007. évi CLIV törvény*), a pályázatokat 2008. március 24-én sikerült kiírni, mi több, két-két jelentkező is akadt a televíziós multiplexek, illetve a rádiós multiplex üzemeltetésére (a kézirát lezárásakor a pályázatok elbírálása még nem fejeződött be). Akárhogy is van, valami kis sikert az analóg-digitális átállás előkészítésében fel tud az ország mutatni, így ennek tudatában talán már nem szentségtörés kicsit alaposabban megnézni, milyen változásokat hozott az új szabályozás, illetve irányoz elő a NAMS jogalkotási koncepció az audiovizuális szektorban az egyes műsorterjesztési platformokhoz való hozzáférés és a piaci koncentráció szabályozásában.

## **A terjesztési infrastruktúrákhoz való hozzáférés új szabályozása**

Ameddig a televízió- (és a rádió)műsorok terjesztésére kevés terjesztő hálózat állt rendelkezésre, ezek szükségessége indokolta, hogy bizonyos, a médiapolitika által kiemelten kezelt műsorok számára a szabályozás – a terjesztő saját belátásától, üzleti vagy egyéb érdekeitől függetlenül – megteremtse a terjesztő hálózatokba való bekerülés lehetőségét. Ezeket a kötelező műsortovábbítási (*must carry*) rendelkezéseket a közérdekre hivatkozva írták elő a szabályozó hatóságok szerte a világon, ám alkalmazásuk legitimációs alapját kikezdte az infokommunikációs technológiák forradalma nyomán előállt új helyzet, a terjesztési lehetőségek megsokszorozódása, mára előállt bősége.

Az OECD Tudományos, Technológiai és Ipari Főigazgatósága mellett működő, a távközlési és az információs szolgáltatásokra vonatkozó politikával foglalkozó munkacsoportja az egyik közelmúltban publikált anyagában megállapította, hogy az új terjesztési platformok lehetővé teszik a kötelező műsortovábbítási előírások számának ésszerű mértékre történő korlátozását, s elsősorban a közszolgálati és a közösségi csatornák részére kell ilyen státust fenntartani (OECD, 2007. 31. o.). Ezt a következtetést azonban a magyar törvényhozó szemmel láthatóan nem osztja, hisz a műsorterjesztés és a digitális átállásról szóló, már említett két törvényben az ellenkező utat választotta: nemhogy csökkentette volna az eddigi, a *rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényben (Rttv.)* szereplő kötelező műsortovábbítási előírásokat, hanem lényegében növelte azokat.

A műsorterjesztők az általuk a továbbított műsorok között kizárólag gazdasági és műszaki jellemzők szerint tehetnek különbséget [22. § (1)], illetve pozitív diszkriminációként kötelesek maguk is támogatni a nemzeti kultúra megőrzését [22. (2)]. Ugyanezen paragrafus (3) bekezdése előírja továbbá, hogy a műsorszolgáltató és a műsorterjesztő nem köthet más szereplőket kizáró, hátrányba hozó szerződést. A (4) bekezdés pedig az egyazon platformon megvalósuló műsorszolgáltatói *horizontális integráció* mértékét korlátozza:

„Az analóg földfelszíni műsorszórás kivételével, az azonos műsorszolgáltatóval vagy műsorterjesztővel irányítási viszonyban álló műsorszolgáltatók száma nem haladhatja meg az adott átviteli rendszeren terjesztett televízió-műsorszolgáltatók huszonöt százalékát, rádió-műsorszolgáltatók ötven százalékát.”

Összességében tehát a Dtv. 22. paragrafusa tartalmazza a hozzáférés szempontjából alapvető elvárásokat, amelyek vélhetően jól működő versenyzői környezetben maguktól is teljesülnének, de egy kevés szereplős médiapiacon a szabályozás mégis indokolt lehet. A (4) bekezdésben a televízió-műsorszolgáltatókra megállapított 25 százalékos határ például egy 8–12 csatornás multiplex esetén két-három csatornában maximálja a közös irányítás alatt álló műsorok számát, hat-kilenc csatornát hagyva más, független műsorszolgáltatóknak. Tekintve, hogy több, országos lefedettségű multiplex piacra lépése várható, a független műsorszolgáltatóknak fenntartott kapacitások elegendőek lehetnek ahhoz, hogy a médiapolitikai célkitűzések megvalósításához megteremtse a keretfeltételeket.

Az előbbieken túl a 24–26. paragrafusok műsortovábbítási kötelezettségeket írnak elő a műsorterjesztők számára abból a célból, hogy a fogyasztók valóban sokszínű médiakinálattal találkozhassanak, beleértve a nemzeti kultúra értékeit, a kisebbségekről szóló műsorokat, a vélemények sokszínűségét, a közügyekről való megfelelő tájékozódás lehetőségét. Ezek a rendelkezések kötelezik valamennyi műsorterjesztőt a közszolgálati műsorok, két hírműsor, valamint a kapacitások tíz-tíz százalékáig, de legfeljebb három műsorig a helyi és a körzeti műsorszolgáltatók műsorainak továbbítására, lényegében követve – a két hírműsorról kibővítve – az Rttv. hatályon kívül helyezett

korábbi *must carry* előírásait.

Emellett azonban a 2007. évi LXXIV. törvény IV. fejezete, amely a „Vélemények sokszínűségét szolgáló rendelkezések” címet viseli, bevezeti a médiapolitikai szempontból meghatározó műsorterjesztő (MMM) fogalmát, amelyet azután gyorsan módosít is a 2007. évi CIV. törvényben [2.§. (2)], amely szerint

„...médiapolitikai szempontból meghatározónak minősül a műsorterjesztő (a továbbiakban: meghatározó műsorterjesztő), ha

a) előfizetőinek száma meghaladja a százezer főt, vagy

b) ingyenesen hozzáférhető műsorterjesztés esetén vételkörzete a Magyar Köztársaság lakosságának több mint egyharmadára kiterjed és a műsorterjesztő vagy azzal irányítási viszonyban álló szolgáltató vagy vállalkozás a Magyar Köztársaság területén végzett műsorterjesztésből vagy az ahhoz kapcsolódó szolgáltatásból származó bevétele – az analóg műsorszórás kivételével – meghaladja az évi 1000 millió forintot.”

Az adott rendelkezés szerint meghatározó műsorterjesztőnek minősülő vállalkozások a legkonzervatívabb becslés szerint is a műsorterjesztési piacon az előfizetők négyötödét érik el, s a digitális műsorszórás multiplex üzemeltetője/üzemeltetői is e kategóriába fog(nak) tartozni. A meghatározó műsorterjesztőt 40 műsor erejéig terheli szerződéskötési kötelezettség, amennyiben a műsorszolgáltató a Dtv. 26. § (1) bekezdésében részletezett célokat szolgáló műsorokat kínál fel neki terjesztésre.

Nem vitatva azt a törvényhozói szándékot, amely a vélemények sokszínűségét kívánja elősegíteni a médiakínálatban, az alkalmazott eszközt aránytalannak, túlzónak, a *must carry* szabályozás benne megnyilvánuló szigorítását indokolatlannak tartjuk, s nem véletlen, hogy ilyen mértékű szabályozást más OECD- vagy EU-tagországban sem találunk (OECD, 2007; CEC, 2007). Hozzá kell tenni, hogy a magyar műsorterjesztői piac koncentrált ugyan, de ennek mértéke nemzetközi összehasonlításban semmiképpen nem tekinthető kirívónak, mondhatni belesimul az átlagba, tehát a műsorterjesztési piac szerkezete nem indokol egy szabályozási trendtől való eltérést.

Mellesleg a Dtv.-ben szigorú normatív követelményekkel – ésszerűség, átláthatóság, ellenőrizhetőség, az érintett műsorszolgáltatókkal kötött szerződések nyilvánosságra hozatala stb. – körülírt, a meghatározó műsorterjesztőket 40 televíziós műsorig terjedő szerződéskötési kötelezettség felvet még két, önmagában is ellentmondó kérdést:

- a meghatározó műsorterjesztő vállalkozások üzleti lehetőségeit túlzottan korlátozhatja a kötelezően továbbítandó csatornák magas száma;
- fennállhat az a veszély, hogy a Dtv. deklarált szándékaival ellentétben nem jut hely a belépni szándékozó új televíziós csatornáknak a sok nézővel rendelkező műsorterjesztőknél, mert a korábbi szereplők lefoglalják a kapacitásokat, hisz kötelező azokat továbbítani.

Természetesen ezek hipotetikus veszélyek, mivel még nem lehet róluk tapasztalat, ám ettől függetlenül talán nem árt rájuk irányítani a figyelmet.

A NAMS jogalkotási koncepció a Dtv. szabályozási megoldását adottságként kezeli: az anyagot jegyző Audiovizuális Média Kormánybiztosság (AMK) számára láthatóan egy gonddal kevesebb, s most már lehet a többi megoldandó kérdésre – ilyen a tartalomszabályozás, a közszolgáltatóság, a koncentrációsabályozás, az intézményi rendszer, a felügyelet, a finanszírozás stb. – összpontosítani. Persze időközben a NAMS jogalkotási koncepciójának nimbusza kicsit megkopott, a létrehozása felett bábáskodó kormánybiztos lemondott, s magát az egész anyagot hallgatás övezi, mondhatni már senki nem beszél róla. Ennek persze még a kritikusai sem tudnak igazán örülni, hisz megint itt állunk a semmire sem jó Rttv.-vel és a Dtv.-vel, amely a második kiadásában talán életet tud lehelni az olyannyira szorgalmazott digitális átállásba, s itt állunk azzal a szabályozási hungarikummal, hogy a terjesztési platformok bősége nálunk a hozzáférés-szabályozás szigorodásával jár.

## **A médiakoncentráció szabályozásával kapcsolatos felfogások az elektronikus médiaszolgáltatásokról szóló törvény szakértői tervezetében és a NAMS jogalkotási koncepcióban**

A kommunikáció- és médiatudományokban uralkodó közfelfogás szerint a médiakoncentráció mértéke és a médiakínálat sokszínűsége, változatossága a médiakoncentráció foka és a média pluralizmusa között érdemi összefüggés van, s a média magas koncentrációja – a legelvontabb kategóriát használva – csökkenti a *kommunikációs jólétet* a társadalomban. A kérdés az, hogy vajon a fogyasztói jólét érdekében való versenyszabályozói beavatkozás elégséges-e a kommunikációs jólét védelme szempontjából is, avagy nem, amely utóbbi esetben a médiára vonatkozó külön koncentrációsabályozásnak legitimációs alapja lehet.

A média koncentrációja és a médiakínálat sokszínűsége (a média pluralizmusa) közötti, a köznapi gondolkodásban is evidenciaként kezelt összefüggés sztochasztikus jellegű, jobbra csak áttételesen és tendenciaszerűen érvényesül, így a közvetlen, ok-okozati, függvényyszerű hatások kimutatása a legtöbb esetben megoldhatatlan feladat a kutatás (és a gyakorlati szabályozás) számára. Ezt tudomásul kell vennünk, s felesleges lenne a szigorú empirikus igazolhatóság kék madarát hajszolni e jelenség vizsgálatakor. Ettől még helytálló az a következtetés, hogy a médiaágazatok koncentrált tulajdoni szerkezete megnehezítheti vagy egyenesen megakadályozhatja bizonyos nézetek, vélemények nagyközönséghez való eljutását, a demokratikus közvélemény kialakulását, s éppen az teszi bonyolulttá a nemkívánatos hatások szabályozói korlátozását, hogy áttételeken keresztül érvényesül.

Amennyiben elfogadjuk az előbbieket, úgy abból két fő következtetés adódik:

- nem fogunk találni megkérdőjelezhetetlen technikákat, módszertanokat a médiakoncentráció külön ágazati szabályozására;
- a gyakorlati szabályozás az egyes országokban nagymértékben igazodik saját médiarendszerük sajátosságaihoz, még tágabban fogalmazva, az egyes országok demokratikus hagyományaihoz (ami persze magát a médiarendszert is befolyásolja, gondoljunk csak akár a brit és az olasz médiarendszer kirívó eltéréseire, miközben mindkét állam demokrácia, médiapiacainak nagysága egymással összevethető, és ráadásul mindkettő ugyanazon gazdasági, politikai és katonai szövetségek tagja).

A médiakoncentráció szabályozásának elméleti kérdéseit taglaló mértékadó szakirodalom szerint a médiakoncentráció vizsgálatánál meg kell különböztetni a gazdasági értelemben vett piacot és a médiatartalmak piacát. Ez utóbbira számos elnevezést találunk – az „eszmék piaca”, a „politikai és kulturális értelemben vett piac”, a „vélemények piaca”, a „publicisztikai piac”, hogy csak az irodalomban legelterjedtebb változatokat, szösszetételeket említsük –, de egyben közös a vélekedés: a médiakoncentráció külön szabályozásának e piachoz kell kapcsolódnia.

Az eszmék piacának a médiaelméletben van egy ideáltipikus állapota, amelyet kínálati oldalon a nyilvánosságot kapó médiatartalmak sokszínűsége, változatossága jellemez (*content diversity*). Általánosságban azt mondhatjuk, hogy a médiára vonatkozó állami szabályozás egyik eminens, ha nem éppen első számú célja kimeneti oldalon a sokszínű, változatos médiakínálat létrejöttének támogatása, olyan médiakínálaté, amely megfelel a demokráciák vélelmezett – ám pontosan soha meg nem határozható –, nyilvános kommunikációs szükségleteinek.

A médiakínálat sokszínűsége, mint támogatandó médiapolitikai cél, összefügg a médiakoncentráció külön ágazati szabályozásával, amely majd minden országban megtalálható még ma is. A terjesztési lehetőségek kezdeti szűkössége mindenütt felvetette azt, hogy az éppen a piacon lévő szereplők erős befolyást tudnak gyakorolni a demokratikus közvélemény alakulására, amit a közjó érdekében korlátozni kell. E korlátozás klasszikus, történelmileg először kialakult módszerei a rádiózásban és a televíziózásban olyan rendelkezésekben öltöttek testet, mint az egyes vállalkozások kezében lévő műsorszolgáltatási engedélyek számának korlátozása, valamint a média-kereszttulajdonlás korlátozása (ezek a módszerek az Rttv.-ben, a hatályos magyar médiatörvényben is megjelennek, ezért részletezésüktől e helyütt eltekintünk).

Az 1990-es évek második felétől kezdődően a sokcsatornás televíziózás általánossá válásával a közönségarány-alapú korlátozások léptek előre, részben vagy egészben felváltva a korábbiakat. A közelmúltban olyan, az államigazgatás megrendelésére készült magyar szakértői anyagok is, mint az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) megbízásából készített *Az elektronikus médiaszolgáltatásokról szóló törvény tervezete* című szakértői javaslat (TSZB, 2006), valamint a Miniszterelnöki Hivatal megbízásából a 2007. év nyarán született Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS) szakmai vitaanyag, illetve az annak alapján készült NAMS jogalkotási koncepció (AMK, 2007), lényegében a közönségarány-alapú korlátozás alkalmazására tesznek javaslatot, mivel ebben vélik megtalálni a fő médiapolitikai célok elérésének – a médiarendszer pluralizmusa és a tájékoztatási monopóliumok megakadályozása – alkotmányossági fő garanciáját.

Kénytelenek vagyunk megjegyezni, hogy ezen a téren is mintha kissé késne a magyar szabályozásért felelősséget viselők órája. Az *Európai Bizottság Titkárságának a tagországokban érvényesülő mediapluralizmust elemző munkaanyaga* (CEC, 2007) világosan mutatja, hogy a közönségarány-alapú korlátozás mára az Európai Unió tagországaiban visszaszorult, s olyan, a magyarhoz mérhető piacokon, mint a cseh, a portugál, a dán, a svéd, a görög, egyáltalán nem alkalmazzák, sőt ezeken a piacokon olyan liberalizáció ment végbe a médiakoncentráció szabályozásában az elmúlt években, amely nálunk szinte elképzelhetetlen. Úgy tűnik, hogy erről a hivatalos anyagok készítői nem tudnak vagy nem akarnak tudni, a mögöttük álló szakértői kör pedig – anyagaik tanúsága szerint – nem vesz róla tudomást.

Az ORTT által felkért *Törvény-előkészítő Szakértői Bizottság törvénytervezete* (TSZB 2006) a kiemelten kezelt médiapolitikai cél, a kínálati sokszínűség elérését szolgáló, a közönségarány-alapú közelítést javasolja a médiakoncentráció külön szabályozásában a műsorszolgáltatási jogosultságok számának korlátozása, tehát az Rttv.-ben megjelenő megoldás helyett. A médiapiaci vállalkozások terjeszkedésének legfőbb törvényi korlátjává a véleménybefolyásoló erő válik, amely összhangban van a médiapolitikai célkitűzéssel, a sokszínű médiapiac kialakulásának elősegítésével, a véleménymonopóliumok létrejöttének megakadályozásával. Fontos hangsúlyozni, hogy a gazdasági ösztönzők vezérelte piaci folyamatokat a tervezet mindaddig nem kívánja korlátozni, amíg a véleménybefolyásoló erő növekedése miatt az nem indokolt.

A törvénytervezet szerint jelentős véleménybefolyásoló erejűnek minősül az a műsorszolgáltató, amelynek éves átlagos közönségaránya meghaladja a 20 százalékot [72. § (2)]. Továbbá a szabályozó hatóság már 15 százalékos közönségarány fölött is jelentős véleménybefolyásoló erejűnek minősíthet egy szolgáltatót, ha annak a műsorszolgáltatási piachoz kapcsolódó más piacokon (például a reklámidő és a reklámfelület, valamint a műsorjogok értékesítése) jelentős pozíciója van [72. § (3) és (4)].

A meglehetősen szűkszavú indoklás szerint a 20 százalékos közönségarány lehetővé teszi a gazdasági értelemben életképes üzeméret elérését, miközben azért még ösztönzi az új piaci belépéseket. Ezt mintegy bementésre el kell hinnünk, hiszen semmiféle érdemi elemzést nem találunk az indoklásban arról, hogy a megállapított számszerű korlátok miért éppen 20, illetve 15 százalékosak.

A NAMS szakmai vitaanyag alapján az AMK által kiadott NAMS jogalkotási koncepció az előbbieket szellemében is kiemeli a műsorszolgáltatók köréből a *meghatározó véleménybefolyásolási képességgel* (MVK) rendelkező

műsorszolgáltatókat, amelyeket a televíziós és rádiós közönségarány legalább 20 százalékot elérő szereplői alkotnak.

A választott közönségarány-alapú szabályozás nyilvánvalóan a német szabályozás (Polyák, 2007) mintáját követi, még ha az indoklás szövege erre nem is hivatkozik, s a német szabályozás közvetlenül a rádiózásra nem is terjed ki. Csak hogy a magyar médiapiacnál több mint egy nagyságrenddel nagyobb német televíziós piacra vonatkozó megfelelő *benchmark* értékeket 30, illetve 25 százalékban állapítja meg az ottani törvény. Nincs az a laikus vagy szakértő, aki ne lenne kíváncsi egy ilyen különbség szakmai magyarázatára, de ezzel a TSZB adós marad. Az Audiovizuális Média Kormánybiztosság azonban – hasonlóan az ORTT Törvény-előkészítő Szakértői Bizottságához – másban is tútesz a német szabályozón, hisz amellett, hogy alacsonyabbra teszi a közönségarány határértékét (30 százalék helyett 20 százalékra) – akár szándékoltan, akár nem (bár a magunk részéről nem hiszünk ilyen véletlenekben) –, a rádiós műsorszolgáltatókra is kiterjeszti a meghatározó véleménybefolyásolási képesség kategóriáját. No, ezek után merje még valaki mondani, hogy a német szabályozás mechanikus másolásáról van szó!

Az Audiovizuális Média Kormánybiztosság NAMS jogalkotási koncepciója az előbbieken túl még a *jelentős véleménybefolyásolási képességű* (JVK) műsorszolgáltató kategóriáját is bevezeti, igaz, már csak a televíziós műsorszolgáltatókra, s itt tíz százalékban határozza meg az elért közönségarány határértékét. Ez a megoldás éppen annyira önkényes, mint az MVK-kategória bevezetése, amit ugyanúgy nem támasztott alá érdemi elemzés az előkészítő szakértői anyagokban.

A különböző kormányzati anyagok, illetve a kormányzat által megrendelt szakértői háttér tanulmányok előszeretettel hivatkoznak arra az alkotmányos követelményre, hogy a tájékoztatási monopóliumok kialakulását meg kell előzni, illetve akadályozni. Az Alkotmány 61. §. (4) bekezdésében ugyan csak annyi szerepel, hogy „...a tájékoztatási monopóliumok megakadályozásáról szóló törvény elfogadásához a jelenlévő országgyűlési képviselők kétharmadának szavazata szükséges”, de ebből valóban nem önkényes arra a következtetésre jutni, hogy alkotmányosan nem kívánatos az ilyenek létrejötte.

Ebben a kontextusban több mint feltűnő, hogy sem a NAMS szakértői anyagai, sem a NAMS jogalkotási koncepciója nem vesznek tudomást az Alkotmánybíróság 1/2007. (I. 18.) határozatáról, amelynek indoklása megfogalmaz egy, a médiakoncentráció szabályozása szempontjából figyelemre méltó állítást, miszerint mára „[a] külső pluralizmus a rádió- és televízióprogramok teljes kínálatát figyelembe véve, a sokszereplős piac létrejöttével megvalósult”.

Távol álljon tőlünk az az, egyébként igencsak populáris érvelés, hogy egy AB-határozatban foglalt megállapítást adu ásznak tekintsünk, ami mindent visz. Ezt a státust az AB határozatai sem mondhatják magukénak, ezeket sem tekinthetjük vitathatatlannak, így megengedjük, hogy bármilyen tudományos elemzés, szakértői anyag és/vagy kormányzati jogalkotási koncepció ne értsen egyet az 1/2007. (I. 18.) AB-határozat indoklásában szereplő, általunk előbb idézett megállapítással. Az azonban abszurd, hogy egy ilyen kardinális megállapítás még említést sem kap a médiakoncentráció szabályozása tárgyában, illetve, hogy az Audiovizuális Média Kormánybiztosság – a NAMS jogalkotási koncepciója szövegének tanúsága alapján – úgy tesz, mintha ez a megállapítás nem is létezne. Pedig az, hogy a külső pluralizmus jellemző-e a mai rádió és televízió ágazatra, avagy sem, egyáltalán nem közömbös a médiakoncentráció szabályozására javasolt eszköztárra nézve.

Az a vélelem, hogy a vállalkozások véleménybefolyásoló képessége a vállalkozáshoz tartozó rádiós vagy televíziós műsorszolgáltatások éves átlagban elért közönségarányával mérhető, több okból is önkényes és védhetetlen:

- nem csupán a rádióknak és a televízióknak jelentős a véleménybefolyásoló képessége;
- a mai magyar médiaszíntéren számos olyan egyéb vállalkozás található, amelynek tényleges véleménybefolyásoló képessége nem hagyható figyelmen kívül a vélemények piacának meghatározásakor;
- az egyes rádiós és televíziós vállalkozások által elért közönségarány és a vállalkozások véleménybefolyásoló képessége között kétségtelenül van sztochasztikus kapcsolat, de ez az egyetlen, amit okkal vélelmezni lehet: a sztochasztikus kapcsolat erősségéről általánosságban semmit nem tudunk megállapítani, arról csak a konkrét esetek vizsgálatakor lehet valami érdemlegeset (és persze egyúttal *ab ovo* vitathatót) mondani.

Ismereteink alapján meg merjük kockáztatni azt a kijelentést, hogy a televíziós közönségarányok nagysága elsősorban a szórakoztató tartalmak televíziós főműsoridőben való sugárzásához kötődik: a nagyközönség szórakoztatás iránti igényének és az ízlések legnagyobb közös osztójának figyelembe vétele „termeli” az egyes csatornák számára a magas nézettséget/hallgatottságot és közönségarányt. Ez persze nem forradalmian új megállapítás, hisz a szakirodalomban már többen kifejtették, hogy a közönségarány mutatója mindenek előtt a vállalkozások sikerességéhez kapcsolódik, azt méri.

## Egy bekezdés epilógusként

Végezetül hadd hangsúlyozzuk e helyütt is azt az álláspontunkat, hogy a hozzáférés-szabályozásnak és a külön, ágazatspecifikus médiakoncentráció-szabályozásnak nincs helytől és időtől független, „legjobb” megoldása. Ez sajnálatos abban az értelemben, hogy bárki bármit is javasoljon ma vagy a jövőben, mindig számolnia kell alapos ellenvetésekkel; de egyúttal örvendetes is abban az értelemben, hogy nem teleologikus a folyamat, hogy mód van a szabályozásban is a kreatív elgondolások felvetésére és tudományos tesztelésére. A vezetéstudományok szakzsargonját használva az optimum, amelyben reménykedhetünk, az, hogy rátalálunk a második legjobb megoldásokra, hiszen az első, a minden kétséget kizáró legjobb, nem létezik! Ez persze csak a kutatók, az akadémiai emberek álláspontja, de azért a döntéshozóknak is érdemes rajta elgondolkozniuk.

## Irodalom

Brown, Allan & Picard, Robert G., eds (2005) *Digital Terrestrial Television in Europe*. Mahwah, NJ – London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Hazay István, szerk. (2005) *A digitális televíziózás*. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet.

Kissné Akli Mária (2006) Új mérföldkő a digitális televíziózásban. Bepillantás az RRC06 digitális műsorszóró frekvenciatervező értekezlet rejtjelmeibe. *Infokommunikáció és Jog*, 14. sz. 133-139.

Polyák Gábor (2007) Médiaszabályozás Németországban. *AKTI füzetek*, 6. sz. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet.

AMK – Audiovizuális Média Kormánybiztosság (2007) *Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS)* – jogalkotási koncepció. 2007. december.

CEC – Commission of the European Communities (2007) Media pluralism in the member states of the European Union. *Commission Staff Working Document*, SEC(2007) 32.

MeH – Miniszterelnöki Hivatal (2007) *A Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS) szakmai vitaanyag*, 1-2., 2007. szeptember.

OECD – Working Party on Telecommunication and Information Policy Services (2007) *Policy considerations for audio-visual content distribution in a multiplatform environment*. DSTI/ICCP/TIPS(2006)3/FINAL.

TSZB – Törvény-előkészítő Szakértői Bizottság (2006) *Az elektronikus média-szolgáltatásokról szóló törvény tervezete*. 2006. október 27.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

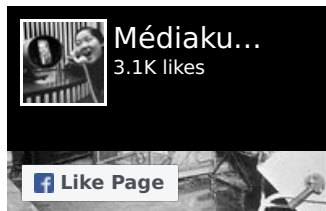
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Jog

[Nyakas Levente:](#)

# A magyar médiaszabályozás lehetőségei az európai audiovizuális politika fényében

**A hazai audiovizuális szabályozást Magyarország 2004-es uniós csatlakozását követően behatárolja a közösségi jog, annak ellenére, hogy a médiaszabályozás kérdése alapvetően tagállami hatáskör. A tanulmány a közösségi források elemzésén keresztül egyrészt bemutatja, hogy az említett ellentmondás mögött milyen elgondolások húzódnak meg (kulturális és gazdasági értelmezés), másrészt, hogy ezek az álláspontok miként jelennek meg a közösségi audiovizuális szabályozás egyes átalakuló területein, és miként befolyásolják, milyen döntések elé állítják a tagállami médiapolitikát és médiaszabályozást.**

## Az uniós audiovizuális szabályozás sajátossága

Amikor az Európai Unió audiovizuális politikáján keresztül kívánjuk szemlélni saját tagállami lehetőségeinket, akkor nem szabad megfeledkeznünk arról az alapvető feszültségről, amely magát az uniós audiovizuális politikát hatja át, és így kihat mind a közösségi, mind a tagállami audiovizuális szabályozás alakulására, befolyásolja az arról való gondolkodásmódot. Az említett feszültség forrását magában az európai médiamodellben kell keresnünk. A modell ugyanis egy állami monopóliumon alapuló műsorszolgáltatási rendszerből indult az 1920-as években (normatív vagy kulturális modell), majd a kereskedelmi szolgáltatások megjelenésével duálissá bővült az 1980-as évekre (Cuilenburg & McQuail, 2003), olyannyira, hogy a duális modell kereskedelmi ága az 1990-es évek végétől kezdte kétségbe vonni a közszolgálat létjogosultságát a megfelelő uniós fórumokon (Nyakas, 2006b). Noha a leírt folyamat tagállami szinten játszódott le, az ebből származó feszültség az európai audiovizuális politikában is megjelent, és a kezdetektől egészen máig jól nyomon követhető.

A technológiai változások (a műhold és a kábelplatform megjelenése) által kikényszerített közösségi szabályozás születésekor ugyanis az európai jogalkotók elsőként a műsorszolgáltatás kulturális modelljét próbálták megvalósítani közösségi szinten, ami az Európai Parlament műsorszolgáltatásról szóló állásfoglalásában manifesztálódott (Állásfoglalás). De a parlamenti Állásfoglalás elfogadását követő két év leforgása alatt az Európai Bizottság a Zöld Könyvben nyilvánvalóvá tette: egy gazdasági közösségben csakis a kereskedelmi modell értelmezhető (Zöld Könyv, 1984). A vázolt helyzet egyébként több szempontból is érdekes. Egyrészt a gazdasági értelmezés jegyében született Zöld Könyv, amely a Televízió Határok Nélkül irányelvet (TVWF irányelv) is előkészítette, szintén a műsorszolgáltatás kulturális értelmezéséből indult ki. Ez abból is kitűnik, hogy azt bizonygatja, az EGK-szerződés miként vonatkozik a kulturális tevékenységekre (termékekre, szolgáltatásokra) (Zöld Könyv, 1984: 6-7). A Zöld Könyv tehát azt rögzíti, hogy a műsorszolgáltatás kulturális szolgáltatás, amelynek azonban piaci értéke van, mivel ellenszolgáltatás kapcsolódik hozzá. Ezt a kettősséget emelték aztán át a TVWF-irányelvbe is, amelynek preambulumban az európai jogalkotók kijelentik: „...szükség van koordinációra a kulturális célú műsorokat készítő személyek és iparágak számára, megkönnyítendő ezáltal tevékenységeik megkezdését és folytatását”. A már elfogadott TVWF-irányelv némiképp paradox helyzetet teremtett azzal, hogy a közös szabályok megállapítása mellett – ami egyben az audiovizuális tevékenység kereskedelmi jellegének közösségi kodifikálása – az audiovizuális ágazatot, mint kulturális tevékenységet, a tagállamok hatáskörében hagyta.<sup>1</sup>

Az audiovizuális szolgáltatásoknak kettős megítéléséből származó éles feszültség – a közszolgálat közösségi jogi megítélése mellett, amelyről alább még szó lesz – a belső piaci szolgáltatásokról szóló irányelv (a továbbiakban: Szolgáltatási irányelv) megalkotásának folyamatában került a felszínre. A gazdasági szolgáltatások egységes feltételrendszerét rögzítő eredeti bizottsági javaslat hatálya alá vonta az audiovizuális szolgáltatásokat, ezzel eliminálva annak kulturális értelmezését és a tagállami kompetenciát is. A bizottsági előterjesztéssel egyet nem értve Gernot Shumann a német szabályozó hatóságok szervezete, az ALM nevében, 2005 márciusában ezt úgy fogalmazta meg, hogy:

„A szolgáltatásokról szóló irányelv révén a tagállamok már képtelenek lennének biztosítani, hogy a rádió és a televízió teljesítse a társadalom számára nyújtott demokratikus és kulturális feladatát.

Végeredményben az audiovizuális területet egyoldalúan a gazdasági tényezőknek vetnék alá.”<sup>2</sup>

Az irányelvről folytatott vitában az Európai Parlament Kulturális és Oktatási Bizottságának a Belső Piaci és a Fogyasztóvédelmi Bizottságnak készített véleménye (Vélemény) ugyanakkor egyértelműen az audiovizuális szolgáltatások külön kezelése mellett szállt síkra, mondván:

„A kulturális sokféleség és a média pluralizmusa az Unió által elfogadott európai modell alkotmányos elemeihez tartozik. Márpedig a kulturális és audiovizuális szolgáltatások integrációja az irányelv alkalmazási területébe megakadályozhatja a Közösség és a tagállamok kötelezettségvállalását, ezen sokféleségre való tekintettel. Ezek a szolgáltatások, hozzájárulva a közvélemény formálásához és a tagállamok kulturális identitásának alakításához, indokolják a nemzeti keretszabályok fenntartását.”

A Véleményben foglalt ellenállást siker koronázta, hiszen az elfogadott irányelv kizárta az audiovizuális szolgáltatásokat a hatálya alól (Szolgáltatási irányelv 2. cikk (2) g) pont).

Az említett példákban jól érzékelhető az az értelmezési keret, amelyben a közösségi jogalkotó ütközik a tagállamokkal. Úgy gondoljuk, az egyes, nagyobb szabályozási kérdésekben való döntésekor a jogalkotó egyben arról is számot ad, hogy mennyiben veszi figyelembe az audiovizuális szolgáltatások gazdasági jellege mellett a kulturális szempontokat, azaz a média társadalomformáló erejét. További kérdés az is, hogy a kulturális felfogás képviselhető-e közösségi szinten, vagy továbbra is csak tagállami (nemzeti) szinten. A következőkben megpróbáljuk nagyobb egységekben megragadni az uniós jogalkotás és a tagállami audiovizuális politika és szabályozás összefüggéseit, bemutatva azt, hogy miként jelenik meg az egyes érintkezési pontokon (Nyakas, 2006a) az audiovizuális szolgáltatások kulturális és kereskedelmi értelmezésének problémája.

## **A duális médiamodell fenntarthatóságának kérdése - közzolgálat a közösségi audiovizuális piacon**

Amint azt a bevezetőben is említettük, az audiovizuális szolgáltatások természetéről folytatott vita legplasztikusabban a közzolgálati szolgáltatások közösségi jogi megítélésével kapcsolatban domborodik ki. A közösségi jog és a tagállami közzolgálati rendszerek összeegyeztethetősége mögött valójában arról van szó, hogy a megerősödött kereskedelmi szolgáltatások féltik már meglévő médiapiaci pozícióikat, vagy éppen hogy bővíteni szeretnék azokat, és úgy gondolják, hogy ebben a közzolgálat - mint államilag támogatott vállalkozás - jelenléte jelentős akadály. Jól foglalja össze az audiovizuális szektoron belül a kereskedelmi szolgáltatók gondolkodásmódját az általuk készített 2004-es Fehér Könyv, amely úgy fogalmaz, hogy a tisztességtelen verseny magában a közzolgálati létben (értsd: a közpénzből finanszírozott műsorszolgáltatók viselkedésmódjában) manifesztálódik (Fehér Könyv, 2004: 3).

Az idézett Fehér Könyv, amely tulajdonképpen lobbidokumentum, azért érdekes, mert azt követően bocsátották ki, hogy megszületett az Amszterdami Jegyzőkönyv (1997), majd a Bizottság közleménye a közzolgálati műsorszolgáltatás állami támogatásának gyakorlatáról (Közzolgálati közlemény, 2001). Mindkét, utóbb említett dokumentum védelmet nyújt a közzolgálati rendszernek, és értelmezi azt a közösségi jog viszonyában, így a 2004-es Fehér Könyv valóságos hadüzenetnek tekinthető a jelenlegi, véleményünk szerint a közzolgálat számára igen kedvező *status quo* tekintetében. Azt jelzi, ami például a BBC alapító okiratának felülvizsgálatáról folytatott vitában is élesen kirajzolódott: hogy a piaci szereplők a lehető legszűkebb területre próbálják szorítani a közzolgálati tevékenységet (Nyakas, 2006c). Ezen törekvésük leginkább a közzolgálat online piacra való belépését, valamint az intézmény közfinanszírozását vette célba. A BBC alapító-okiratáról folytatott vita eredményeképpen az új, tíz évre szóló okirat szerint a BBC-nek (illetve az arra felhatalmazott szervezeteknek) igen komoly piaci hatáselemzést kell végezniük bármilyen új BBC-szolgáltatás megváltoztatásakor vagy új indításakor. Az úgynevezett közérték tesztben (Public Value Test) egyszerre jelenik meg az adott szolgáltatás közzolgálati missziójának és a piaci hatásának értékelése, és amennyiben az utóbbi azt mutatja, hogy adott szolgáltatás jelentős piaci érdekekbe ütközik, akkor nem indítható el. Látható tehát a BBC példáján is, hogy milyen nagymértékben ítélik meg a közzolgálati tevékenységet piaci alapon, és milyen nehezen tudja kihasználni a digitális technológiában rejlő lehetőségeket. Nemzetközi politikai szinten az Európa Tanács 2007-es ajánlásában egyébként elismeri, hogy a közzolgálat számára is biztosítani kell a digitális technológia kínálta előnyöket társadalmi kötelezettségeinek teljesítéséhez. Felmerül tehát a kérdés: mekkora az esélye a jelenlegi *status quo* megváltozásának, azaz annak, hogy az állam saját közzolgálati rendszerét viszonylag szabadon határozhatja meg, korlátozás nélkül? Ez nem jósolható meg pontosan. Mindenesetre jelzésértékű az a tény, hogy az Európai Bizottság a 2005-ben, az állami támogatásra vonatkozó Akciótervében bejelentett reform végrehajtásának egyik részfeladatáként 2008 januárjában meghirdette a Közzolgálati közlemény felülvizsgálatát, amely ennek az évnak a végén fejeződik be.

Mindez a magyar médiarendszer szempontjából döntő jelentőségű lesz. Feltehetően a közzolgálati intézmények részt vesznek az uniós norma felülvizsgálatában, hiszen elemi érdekük fűződik hozzá. Igencsak megfontolandó lenne, hogy ebben az állam is tevékeny szerepet vállaljon, már csak azért is, mivel jelenleg folyik az új audiovizuális törvény kidolgozása, amelynek az egész médiapiacot meghatározó eleme a közzolgálati tevékenység. Sőt véleményünk szerint először a közzolgálat kérdésében kellene konszenzust teremteni az uniós normák figyelembevételével, illetve a Brüsszelben képviselt nemzeti álláspontnak megfelelően, mivel csak ezt követően határozható be a magyarországi audiovizuális piac, illetve azok a normák, amelyeken belül a közzolgálat - a közösségi szabályoknak megfelelően -, valamint a piac mozoghat.

Hogy mennyire aktuális a közösségi jog és a közzolgálat viszonyának vizsgálata Magyarországon, azt a Magyar Rádió Rt. mr2 adója új műsorstruktúrájának (mr2 Petőfi - Nagyon zene!) bevezetése által keltett ügy mutatja (ORTT, 2008). Az eset gyakorlatilag a Közzolgálati közlemény első és legfontosabb elemét érinti: a közzolgálati

feladatok pontos meghatározásának tagállami kötelezettségét. Ez a probléma eddig azért nem jelentkezett Magyarországon, mert a kereskedelmi műsorszolgáltatók abszolút piacvezetők voltak, így gazdasági érdekeik nem sérültek. Egy műsorstruktúra-váltás azonban azonnal élénk reakciókat váltott ki az érintett piaci szereplőkből, valamint felkészületlenül érte őket az, hogy a közszolgálattal is versenyezniük kell, amit a Közszolgálati közlemény például meghatározott feltételek mellett engedélyez. Magyarországon a közszolgálati rádiózással kapcsolatban kialakult helyzet azért is érdekes, mert az országos kereskedelmi rádiók műsorszolgáltatási jogosultságukat aukciós eljárásban nyerték, szemben a kereskedelmi televíziókkal, amelyeknél a kiírás „szépségverseny” típusú eljárás volt. A kereskedelmi rádiók ennek ellenére jelentős díjcsökkentést kaptak, mivel rosszul árazták be a piacot, ami viszont a közszolgálati rádió finanszírozását tette tönkre. Így esetükben felvetődik a kérdés: mennyiben fogalmazhatók meg a jelenlegi helyzetben kifogások az MR műsorstruktúra-váltásával kapcsolatban? Védhető-e piaci pozíció ilyen esetben?

## A frekvenciakérdés - az átvitel és tartalom összefüggésének kérdései

A közösségi jog és tagállami médiaszabályozás összefüggésében mindenképpen vizsgálnunk kell a frekvenciagazdálkodás helyzetét, mivel a frekvenciaspektrum nagy szerepet játszik a tagállami médiaszabályozás megalapozásában. A problémát ezen a területen az okozza, hogy az Európai Bizottság 2005. évi Frekvenciaközleményében és Frekvenciajelentésében meghirdetett frekvenciagazdálkodás-politika teljesen át kívánja formálni a jelenlegi rendszert, aminek következménye a tagállami hatáskörök megnyirbálása. Az átvittel kapcsolatos szabályozás és az idea megváltoztatása egyúttal kihat a tagállami médiapolitikára is, hiszen az állam ezen a platformon, az engedélyezésen keresztül tudott követelményeket támasztani a szolgáltatott tartalmakkal szemben, mivel a platformhoz szorosan kapcsolódott a műsorszolgáltatás kulturális értelmezése. A 2004-ben még csak az úgynevezett Analysis-tanulmányban felvázolt, majd 2005 végén meghirdetett új frekvenciagazdálkodási politika lényege: hasonlóan a többi átviteli platformhoz, a frekvenciaspektrumon is valósuljon meg a technológia- és szolgáltatássemlegesség (liberalizáció),<sup>3</sup> valamint a frekvenciagazdálkodás kerüljön piaci alapokra (kereskedelem).<sup>4</sup> A változtatás mögötti indok az, hogy nem szükséges különbséget tenni egy hálózati, szolgáltatás és eszköz szinten egyaránt konvergens környezetben a platformok között. További érvként jelenik meg a meghirdetett politika mellett az is, hogy a frekvenciakészlet sokkal hatékonyabban használható ki, ha a piac szabja meg, hogy ténylegesen mire szeretné használni az adott átviteli kapacitást, ha már a digitalizálásnak köszönhetően nincs korlát a platformok felhasználási céljában. A hagyományos, állami „rendelkezés és felügyelet” (*command-and-control*) gazdálkodási modellel szemben megfogalmazott kritika az, hogy nehézkes és nem hatékony.

A röviden vázolt helyzetből látható tehát, hogy megint a tagállam áll szemben a közösséggel, valamint a kulturális szemlélet a kereskedelmivel. Az átvitel és a tartalom együttes kezelése ugyanis a kulturális audiovizuális modell része, amely az alkotmányos rendszerbe ágyazott. A hajdan kibontakozó kereskedelmi szolgáltatásoknak a frekvenciaplatform használatáért cserébe meghatározott szolgáltatásokat kellett nyújtaniuk a társadalomnak, ezek a kötelezettségek pedig a közszolgálati (normatív) mintán nyugodtak. A médiapolitika és a médiaszabályozás tehát hasonló társadalmi felelősséget várt el a duális rendszer mindkét szereplőjétől. A Frekvenciaközlemény ezt a problémát a következőképpen fogalmazza meg:

„Miközben figyelembe kell venni a közszolgálati műsorszolgáltatás speciális természetét, azt is látni kell, hogy a frekvenciákkal történő kereskedés és a frekvenciák rugalmasabb felhasználása a frekvencia felhasználói számára csupán lehetőség, nem pedig kötelezettség. Célszerűnek mutatkozhat továbbá újragondolni azt az alapelvet, hogy a műsor-szolgáltatás mint közérdek, feltétlenül földi frekvenciát igényel-e: a konvergencia és a többcélú platformok terjedésének köszönhetően a lefedettségre vonatkozó kötelezettségek egyre inkább biztosíthatók a vezeték nélküli földi átviteltől eltérő technológiákkal is. Ez nem áll ellentmondásban a közszolgálati műsorszolgáltatás terjesztése védelmének céljával, sem pedig minden más közpolitikai célkitűzés érvényességével.”<sup>5</sup>

Az idézetben megjelenik egyrészt a műsorszolgáltatás kulturális megközelítése (műsorszolgáltatás mint közérdek), másrészt a Bizottság alapvetően megkérdőjelezi az ebből a modelltől következő, a fent említett tartalom és terjesztési mód (infrastruktúra) közötti összefüggést, még ha el is ismeri a műsorszolgáltatás társadalmi jelentőségét. Az idézetből kitűnik, hogy a Bizottság tovább is lép és a megkérdőjelezésen túl óvatosan saját következtetését is megemlíti: azaz, hogy ma már a konvergencia miatt a műsorszolgáltatás nem függ a frekvenciától, ezért akár „áthelyezhető” más terjesztési platformra is (*sic!*).

Noha a bevezetni kívánt új gazdálkodáspolitikai indokoltsága igen logikusnak tűnik, annak hátterét megvizsgálva több alapvető kérdés is felmerül. Egyrészt fel kell ismerni azt az alapvető tény, hogy a rugalmas frekvenciagazdálkodás bevezetése a leginkább a mobilszolgáltatók érdeke, nagy részben az ő lobbitevékenységüknek köszönhető a kialakított bizottsági álláspont. Már 2005-ben, a Bizottság i2010 közleményében hangsúlyosan megjelenik célként az „innovációt elősegítő frekvenciapolitika”, amely valójában a frekvenciaszabályozásnak a műsor-szolgáltatói és mobilkommunikációs iparágak közötti fokozatos összehangolását jelenti. A Bizottság Digitális átállási közleménye igen határozottan mondta ki a mobilipar frekvenciaigényét, azaz hogy a műsorszolgáltatáson kívül más (értsd: vezeték nélküli és mobil egyéni) elektronikus kommunikációs szolgáltatásokat is be kell engedni az eddig műsorszórás célú frekvenciákra. A Bizottság 2007-ben - nyíltan felvállalva a mobiliparág érdekeinek képviselését - kibocsátotta stratégiai dokumentumát, az úgynevezett Mobil közleményt. A mobiliparág előnyben részesítése mellett mindhárom dokumentumból az is egyértelművé válik, hogy a hangsúly nem általában a frekvenciaspektrumhoz, hanem a műsorszórás célú frekvenciákhoz való hozzáférésen van. Ez fogalmazódik meg az úgynevezett frekvenciaosztalék vagy -maradék (*spectrum dividend*) kifejezésben, amelyen a dokumentumok a digitális földfelszíni átállás során keletkező többletkapacitást értik. A frekvenciaosztalék fogalmával kapcsolatban meg kell jegyezni: eleve azt az előfeltételezést foglalja magában, hogy az átállás során olyan többlet keletkezik, amelyre a földfelszíni műsorszórásnak nincs szüksége, nem tart igényt rá.

Csakhogyan ez nem így van.

Az egyik legfőbb konfliktus a frekvenciagazdálkodásról folytatott vitában éppen az, hogy a kulturális médiamodell egyik alapját jelentő frekvenciaszűkösség nem szűnt meg, sőt ugyanarra a kapacitásra (értsd: az optimális terjedési jellemzőkkel bíró műsorszórás célú frekvenciasávokra) sokkal több igény mutatkozik, amit a digitális átvitel nem ellensúlyoz. A kérdés tehát úgy is feltehető: kizárható-e a hagyományos televíziózás ebből a „maradékból” csupán azon az alapon, hogy másik piaci igény is van ugyanarra a kapacitásra? A mobilszolgáltatók átviteli kapacitáshoz jutásának másik furcsasága az, hogy nem a meghirdetett új frekvenciagazdálkodás-politikának megfelelő, nyílt versenyben kívánnak kapacitáshoz jutni, hanem a hagyományos, szépségverseny típusú eljárásban. Ezt úgy igyekeznek elérni, hogy be kívánnak lépni a műsor-szolgáltatási piacra (mobiltelevíziózás), ugyanakkor az így megszerzett kapacitást majd már technológia- és szolgáltatássemleges forrásként fogják használni, a közeljövőben megszülető liberalizáció és kereskedelem szabályainak megfelelően. A frekvenciagazdálkodásról folytatott vitában nem jelenik meg a mobil eszközökön nyújtott szolgáltatások eltérő természetének problémája. Ez a kérdésfeltevés egyébként is ütközik a platformsemlegesség gondolatával, hiszen abból indul ki, hogy a mobilisan, mobil eszközökre nyújtott tartalomszolgáltatásoknak más a hatásmechanizmusuk, mint a helyhez kötött, hagyományos televíziózásnak. Csakhogyan a kérdésfeltevést olyan új, negatív jelenségek motiválják, amelyek a kiskorúak mobilhasználatára vezethetők vissza, valamint azok a kutatások, amelyek a mobilszolgáltatások használata és azok hatása közötti összefüggéseket igyekeznek feltárni. Amennyiben kimutatható ilyen összefüggés, akkor ez a tényező is, csakúgy, mint az előbbiek, befolyásolhatja az átvitel és tartalomszolgáltatás közötti kapcsolatba való állami beavatkozás indokolhatóságát és mértékét.

A feltett kérdések tükrében úgy gondoljuk, hogy az Európai Parlament adott adekvát választ a frekvenciagazdálkodás dilemmáira akkor, amikor úgy fogalmazott, hogy visszautasítja a frekvenciagazdálkodás egyoldalú piaci modelljét, és kiemelte, hogy a frekvenciagazdálkodásnak nem szabad csak a piaci szempontok figyelembevételén alapulnia. Ezzel szemben a frekvenciát

„...oly módon kell kezelni, hogy az előmozdítsa a kulturális és nyelvi sokszínűséget, a szólásszabadságot, valamint a médiapluralizmust, illetve figyelembe vegye valamennyi tagállam műszaki, társadalmi, kulturális és politikai igényét” (Frekvencia-állásfoglalás 2007).

Az EP egy differenciált frekvenciagazdálkodási modell mellett foglal állást, amelyben „az audiovizuális politika, a kulturális és nyelvi sokszínűség ösztönzése, valamint a médiapluralizmus igazolhatják a szolgáltatássemlegességre vonatkozó elv alóli kivételeket”. Látható tehát, hogy az EP ebben a kérdésben a tagállamok alkotmányos berendezkedésére és az audiovizuális szolgáltatások kulturális jellegére alapítja álláspontját, emellett pedig a tagállamokra bízta a gazdálkodási formák meghatározását. Így Magyarországnak is lehetősége van eldönteni, hogy az egyes gazdálkodási formák közül melyiket vezeti be az egyes sávokban, és milyen megfontolásokat vesz ehhez figyelembe.

Ebben a tekintetben a magyar Digitális törvény (Dtv.) egyelőre azon az állásponton van, hogy a műsorszórás célú sávokat, az RRC-06-nak megfelelően, földfelszíni digitális műsorszórásra és kiegészítő szolgáltatásokra lehet használni. Emellett engedélyez ugyan elektronikus hírközlési szolgáltatást is, de az előbbiek élveznek prioritást (Dtv. 8. § (6) bekezdés). Mindezt úgy biztosítja, hogy maximalizálja az átviteli hálózaton a szabadon felhasználható kapacitás mértékét (Dtv. 8. § (7) bekezdés), és úgy tűnik, hogy a megállapított mértéktől (az adatátviteli kapacitás 15 százalékától) csak lefelé lehet eltérni. Emellett az NHH által kiírt multiplex-üzemeltetési pályázatok megnyitották az utat a mobiltelevíziózás felé. Mindez persze nem zárja ki annak a lehetőségét, hogy a későbbiekben egy törvénymódosítással megvalósuljon a műsorszórás célú frekvenciákon a fent kifejtett új frekvenciagazdálkodási modell. Ezt támasztja alá a Dtv. azon rendelkezése, amely szerint a törvény egyik célja, hogy létrejöhsen a műsorterjesztésre használt rádiófrekvenciákkal való hatékony gazdálkodást lehetővé tevő digitális átállás és a rugalmas frekvenciagazdálkodás (Dtv. 2. § b) pont). Úgy gondoljuk, hogy ebben az esetben nyilvános vitában kellene tisztázni a sávok megnyitása melletti pro és kontra érveket.

## **A szabályozás tárgyának és az intézményrendszernek a kérdése**

A közösségi és tagállami audiovizuális szabályozás viszonyát a legközvetlenebbül az ágazati irányelv határozza meg. A Határok Nélküli Televíziózásról szóló irányelvnek (TVWF-irányelv) a digitális környezethez való igazítása 2007 végén történt meg az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv elfogadásával (AMSZ irányelv). A módosítás egyik legszembetűnőbb jegye, hogy gazdasági, ágazati irányelvi jellege ellenére egyre több helyen jelenik meg az új irányelvben az audiovizuális szolgáltatások kulturális értelmezése! A módosítás preambulum-bekezdései (Pb) külön hangsúlyt fektetnek ennek megjelenítésére, így már a legeleji alapvetésként szövegi le az irányelv, hogy:

„Az audiovizuális médiaszolgáltatások ugyanúgy kulturális, mint gazdasági szolgáltatások. E szolgáltatások külön szabályozását indokolja, hogy növekszik jelentőségük a társadalom és a demokrácia számára – különösen azáltal, hogy biztosítják a tájékozódás szabadságát, a vélemények sokszínűségét és a médiapluralizmust –, valamint az oktatás és a kultúra számára” (Pb 3).

Sőt a kulturális felfogás gazdasági jellegű irányelvben való megjelenését is megindokolja a jogalkotó, mondván:

„A Szerződés 151. cikkének (4) bekezdése előírja, hogy a Közösségnek a Szerződés egyéb rendelkezései alá tartozó tevékenysége során, különösen kulturális sokszínűségének tiszteletben tartása és támogatása érdekében figyelembe kell vennie a kulturális szempontokat.”

A kettős értelmezés megjelenik a módosítás egyes rendelkezéseiben is, így azt mondhatjuk, hogy a szabályozási

keret átalakítása során két, egymással ellentétes folyamat játszódott le. Az egyik oldalról liberalizáció ment végbe, amely a hagyományos televíziós műsorszolgáltatás szabályozási terheinek csökkentését eredményezte (például a reklámozás feltételei, a termékelhelyezés legalizálása tekintetében), és ez egyértelműen az audiovizuális szolgáltatások elsődlegesen kereskedelmi jellegének megerősítését jelentette. A másik oldalról ugyanakkor a szabályozási teher is megjelenik, hiszen az irányelv tárgyi hatályát kiterjesztette az „internetes szolgáltatások” egy meghatározott részére, az úgynevezett egyéni igényen alapuló (*on-demand*) nem lineáris audiovizuális médiaszolgáltatásokra. Úgy gondoljuk, hogy az új irányelvnek a hatály kiterjesztése volt a legnagyobb fordulatot hozó eleme, így az alábbiakban – az intézményrendszeren kívül – erre kívánunk koncentrálni.

Az irányelv tárgyi hatályának kiterjesztése annak elismerése, hogy a műsorszolgáltatással rokonságot mutató audiovizuális lekérhető szolgáltatások is hasonló társadalmi jelentőségűek, mint a televíziózás. Ez az elgondolás egyrészt megmutatkozik a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatásokra és a televíziózásra vonatkozó szabályozási tárgykörök közösségében<sup>6</sup> (AMSZ irányelv IIA. fejezet), másrészt az audiovizuális médiaszolgáltatás definíciójában (AMSZ irányelv 1. cikk a) pont) is, méghozzá a „tájékoztatás, szórakoztatás vagy nevelés” mint nyilvános kommunikációs cél követelményben. E hármasságban ugyanis a kulturális felfogás alapját jelentő közszolgálati műsorszolgáltatás alapkötelezettségei köszönnek vissza. A Bizottság egyébként azzal érvelt a hatály kiterjesztése mellett, még az irányelvet előkészítő javaslatában, hogy a konvergencia mértéke az audiovizuális területen is elérte azt a pontot, amikor a különböző (új és régi) audiovizuális szolgáltatások igen nagy hasonlóságot mutatnak, így nem szabad diszkriminálni közöttük, hanem egységes piacra lépési feltételeket kell biztosítani számukra, hogy ezzel megteremtsék a belső piac egységét, és biztosítsák a szolgáltatások szabad áramlását. Azaz a Bizottság alapvetően gazdasági érvet hozott fel a szabályozás indokául egy olyan szolgáltatástípussal kapcsolatban, amely az állami szabályozási kerettől függetlenül, szabadon fejlődött ki.

Ami a tárgyi hatály megváltozásának tagállami konzekvenciáit illeti, véleményünk szerint – az előbb említett indokokra és hasonlóságokra tekintettel – érdemes az audiovizuális szolgáltatásokat egységesen kezelni, ahogy ezt az irányelv (és az azt megelőző közösségi jogi gondolkodás) is felismeri és teszi. A magyar jogalkotás szempontjából ez a készülő, audiovizuális ágazatot szabályozó törvény keretei közötti történő elhelyezést jelentené. Ami a jelenlegi szabályozást illeti, mindenképpen felül kell vizsgálni a Dtv., és azon belül is annak „kiegészítő digitális szolgáltatás” és „elektronikus műsorkalauz (EPG)” (Dtv. 5. § 23. és 9. pont) kategóriáit, ugyanis az AMSZ-irányelv elfogadásával egyértelművé vált, hogy egy kimondottan átvitelt szabályozó jogszabályban tartalomszabályozási normák vannak. A Dtv. e két fogalom meghatározására lényegében hasonló kísérletet tett, mint az AMSZ-irányelv, azaz megpróbálja valamiképpen elhelyezni a jelenleg ismert szolgáltatásokat, de mint médiajogi relevanciával nem rendelkezőket, azok viszont nem felelnek meg az AMSZ-irányelvben foglalt rendszernek. A kiegészítő digitális szolgáltatások közül az NVOD és a VOD szolgáltatások ugyanis audiovizuális médiaszolgáltatásnak minősülnek, azaz a médiaszabályozás hatálya alá tartoznak. Míg az NVOD-ról – egy európai bírósági Mediakabel-ítéletből – korábban tudható volt, hogy műsorszolgáltatásnak tekinthető (Nyakas, 2005), addig a VOD médiaszabályozás alá vonása nem volt ennyire egyértelmű még 2005-ben, noha ez a javaslat a Bizottság decemberi AMSZ-irányelv előterjesztésében már megjelent. 2006-ban viszont egyre nyilvánvalóbbá vált ez a tény, hiszen a parlament által megszavazott AMSZ-állásfoglalás is tartalmazta. Az EPG AMSZ-nek minősítése ugyanakkor meglepett minket, hiszen alapvetően a műsorszolgáltatáshoz közel álló tevékenységek kerültek a szabályozás hatálya alá, amelynek kiindulópontja a műsorszám (Irányelv 1. cikk b) pont). Maga az irányelv is szabadkozik ez ügyben, mondván: „Bár az audiovizuális médiaszolgáltatás elsődleges célja a műsorszámok szolgáltatása, az ilyen szolgáltatás fogalma az e műsorszámokat kísérő szövegalapú tartalomra is kiterjed.” Másik oldalról viszont egyértelmű üzenetet hordoz, amely kiindulópontot jelenthet az elhatárolási kérdésekben folyó szakmai vitákban. Ezek szerint az elhatárolásoknál fontos szempontként kell kezelni a szerkesztői felelősséget, amely az AMSZ meghatározásában hangsúlyosan jelenik meg, illetve azt az irányelv külön meg is határozza (Irányelv 1. cikk c) pont). Noha az utóbbi meghatározásban csak a műsorszolgáltatással és a lekérhető szolgáltatásokkal kapcsolatban beszél szerkesztői felelősségről, mindebből arra következtethetünk, hogy az alapszolgáltatásokhoz szorosan kapcsolódó, az azokhoz való hozzáférést, a kínálat összetételét befolyásoló szolgáltatások – mint az EPG is – a médiaszabályozás hatálya alá tartoznak. Mindez azért is elgondolkodtató, mert többször merült fel a műsorterjesztők által végzett programcsomagolási tevékenység médiaszabályozási relevanciája.

A tárgyi hatályhoz szorosan kapcsolódik az eljáró állam, azaz a joghatóság kérdése (2. cikk), amelyben továbbra is a legfontosabb elv a származási ország elve (Pb 27), ami viszont természetesen összekapcsolódik a letelepedés szabadságával (Pb 31), hiszen a szolgáltatások azon tagállamban telepednek meg, ahol a legkedvezőbbek számukra a vállalkozási feltételek. A letelepedés szabadsága esetében is hangsúlyosan jelen van azonban a bevezetőben említett, az államhoz kapcsolódó kulturális szabályozási modell, hiszen továbbra is a tagállamok joga, hogy az irányelvben foglaltaknál részletesebb vagy szigorúbb szabályokat állapítsanak meg (3. cikk (1) bekezdés), és az irányelv megpróbálja az ebből eredő jogkerülést is kizárni, de csak a televíziózás esetében (!). Ez a különbségtétel a lekérhető szolgáltatás és a lineáris televíziózás között annak elismerését jelenti, hogy az audiovizuális szolgáltatások közül továbbra is a televíziózás társadalomra gyakorolt hatását tartják a jogalkotók meghatározónak. Az irányelv kinosan ügyel arra, hogy a jogkerülés kizárására vonatkozó szabályok ne ütközzenek a származási ország elvébe, tehát a közösségi gazdasági érdeket próbálja összeegyeztetni a tagállami kulturális érdekekkel. Így a kizárásra vonatkozó indokok köre a fogyasztóvédelmi, a kiskorúak védelmére irányuló, valamint a kultúrpolitikai törekvés lehet csupán. Tagállami oldalról szemlélve ezen utóbbi területeken ugyanakkor igen tág teret enged a tagállami szabályozásnak. A jogkerülés megállapítására és bizonyítására vonatkozó eljárás – 3. cikk (2)–(5) bekezdés – egyébként igen komplikált, és nagy szerep hárul a tagállami médiaszabályozó hatóságokra, pontosabban azok együttműködési képességére, de végső esetben segítségül hívhatják a Bizottságot. Így érdekes helyzetbe kerülnek azok a médiavállalkozások, amelyeknek a tevékenysége jelenleg egyértelműen a Magyar Köztársaság területére irányul, ugyanakkor a pluralizmust védő koncentrációs szabályok miatt a határon túl telepedtek le.

Szintén a tárgyi hatály szempontjából fontos a médiaszolgáltatások szabad áramlásának (a vétel és a továbbítás szabadsága) elve, amelyet továbbra is biztosít az irányelv – 2a. cikk (1) bekezdés. Korlátozhatóságával kapcsolatban ugyanakkor – tekintettel a lekérhető szolgáltatások megjelenésére – újdonsággal is szolgál az AMSZ-irányelv. A korlátozás nem egységes, mivel különbséget tesz a jogszabály attól függően, hogy televíziós műsorszolgáltatásról vagy pedig lekérhető szolgáltatásról van-e szó – AMSZ-irányelv 2a. cikk (2)–(6) bekezdés. A televíziózás esetében nem változott a szabályozás, a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások esetében a véleménynyilvánítás (a szabad vétel és továbbítás) szabadságának korlátozását ugyanakkor szélesebb körben teszi lehetővé, mint ahogyan azt a televíziós műsorszolgáltatásnál szabályozzák. Így például korlátozható közrend érdekében, különösen bűncselekmények megelőzése, felderítése, büntetőeljárás lefolytatása miatt, amibe az AMSZ-irányelv beleérti a kiskorúak védelmét, a gyűlöletkeltés elleni küzdelmet és az egyének emberi méltóságának védelmét is. A mondott közpolitikai célon túl a korlátozás lehetséges még a közegészség, a közbiztonság (beleértve a nemzetbiztonságot és a honvédelmet is) és a fogyasztóvédelem (beleértve a befektető védelmét) céljából. A lekérhető szolgáltatások korlátozása indokainak nagy része az Európai Emberi Jogi Egyezmény 10. cikk (2) bekezdésében foglaltakkal egyezik meg, sőt az Európai Emberi Jogi Bíróság által kimunkált arányossági követelmény is megjelenik az AMSZ-irányelv szövegében.<sup>7</sup> Az állami beavatkozás esetkörének tágításán túl a korlátozásra vonatkozó eljárás is gyorsabb és egyszerűbb, mint a televíziós műsorszolgáltatások esetében. Ez azért állapítható meg, mivel, noha itt is le kell folytatni egy együttműködési eljárást a kifogásolt tartalmat közlő médiaszolgáltató fölött joghatósággal rendelkező tagállammal, illetve bejelentést kell tenni a Bizottságnak, a korlátozó tagállamnak „sürgős esetben” nem kell a joghatósággal rendelkező tagállamhoz fordulnia, hanem megteheti a szükséges és arányos lépéseket, és csak ezt követően köteles bejelenteni ezeket az eljárásra jogosult tagállamnak és a Bizottságnak. Az eltérő elbánás és így a véleménynyilvánítás szabadsága nagyobb korlátozhatóságának oka abban keresendő, hogy a műsorszolgáltatás az államok által igen jól kontrollált audiovizuális tevékenység, így kicsi az esélye annak, hogy az Európai Unión belül honos szolgáltató súlyos, azonnali cselekvést (korlátozást) kívánó jogsértést kövessen el. A lekérhető szolgáltatások esetében más a helyzet. Itt sokkal könnyebb a piacra való be- és az arról való kilépés, emellett az állam nem tudja úgy kontrollálni ezeket a vállalkozásokat, mint a műsorszolgáltatókat. Egy elhúzódó eljárás a nyilvánvaló és súlyos jogsértés esetében megkérdőjelezi annak orvosolhatóságát, illetőleg az ugyanazon a piacon szereplő műsorszolgáltatások kerülnének így hátrányosabb helyzetbe. Itt megint csak megnő a tagállami szabályozás és a szabályozó hatóságok, illetve azok együttműködésének a szerepe – leginkább a kulturális különbségekből eredő szabályozási eltérésekre kell gondolni. Például Németországban igen komolyan veszik a kiskorúak védelmét, és megvalósul a horizontális védelem, amelynek eredményeképpen több esetben indult eljárás, és szabtak ki büntetést internetes tartalomszolgáltatásokkal szemben.

A tárgyi hatály megváltozásával kapcsolatban arról is szólni kell, hogy tartalmaz-e az új irányelv bármiféle követelményt a szabályozási megoldások és az intézményrendszer tekintetében a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások kezelésével kapcsolatban. Ez azért merül fel, mert e kérdések eddig kifejezetten tagállami hatáskörbe tartoztak. Ezek most is ott maradtak, ugyanakkor helyenként megjelennek ajánlásszerű elemek az AMSZ-irányelvben.

A szolgáltatások engedélyezése/regisztrációja tekintetében az irányelv kifejezetten úgy rendelkezik, hogy:

„Az irányelv egyetlen rendelkezése sem kötelezi vagy ösztönzi a tagállamokat új engedélyezési vagy közigazgatási jogosítási rendszerek bevezetésére az audiovizuális médiaszolgáltatások bármely típusa tekintetében” (Pb 15).

Mindez úgy fordítható le, hogy az irányelv nem kötelezi a tagállamokat regisztrációs-engedélyezési eljárás létrehozására, ugyanakkor az irányelv rendelkezéseinek érvényesülését biztosítaniuk kell tekintetükben. Az irányelv vitája során ugyanis megfogalmazódtak bizonyos félelmek azzal kapcsolatban, hogy az irányelv alá kerülő lekérhető szolgáltatásoknak olyan mértékűek lesznek az adminisztratív terheik, amelyek negatívan hatnak majd a piacra lépésükre. Kétségtelenül furcsa helyzet áll így elő majd a tagállami szabályozói oldalon. Ha ugyanis a jövőben a kompetenciával rendelkező szabályozó hatósághoz érkezik panasz például a joghatósága alá tartozó, vélhetően lekérhető szolgáltatással kapcsolatban, akkor – amennyiben nincs automatikus regisztrációs kötelezettség az adott államban – először azt kell tisztázni, hogy milyen szolgáltatásról van szó. Azaz egy minősítésen kell átesnie a panaszolt szolgáltatásnak, és ha megállapítják, hogy az az AMSZ-irányelv hatálya alá tartozik, a hatóság csak ezt követően tud eljárni vele szemben. Így rendkívül hosszadalmassá válhat az eljárás, hiszen a tagállami bíróság előtt vitatható a hatóság minősítési döntése, amely akár előzetes döntéshozatali eljárás keretében az Európai Bíróságon is kiköthet. Jó példája ennek a már említett Mediakabel-ügy, ahol hasonló volt a kérdés, csak éppen a műsorszolgáltatás minősítés volt a tárgya. Pozitívuma viszont, hogy az előminősítésből kialakulhat egy olyan gyakorlat, amely növeli a jogbiztonságot.

Ami a szabályozási megoldásokat illeti, itt sem ír elő kötelezettséget a tagállamok számára, ugyanakkor a tagállamok kötelezettségeként írja elő a társ- és az önszabályozás ösztönzését (3. cikk (7) bekezdés). Megfogalmazásában („a jogrendszerük által lehetővé tett mértékben ösztönzik”) valójában inkább ajánlásnak minősíthető. Ezt az értelmezést erősíti meg az ezen szabályozási formákról szóló (36) bekezdés a preambulumban, amely kimondja, hogy „[e]z nem kötelezi a tagállamokat társ- és/vagy önszabályozási rendszerek kialakítására”. Nagy előrelépésnek tekinthető viszont, hogy ugyanitt iránymutató definíciót kapnak a tagállamok az ön- és a társszabályozás fogalmáról, amelyet az egységes értelmezés elősegítése miatt kifejezetten jelentősnek értékelünk, különösen, hogy azt az értelmezést fogadta el az irányelv, amelyet a Társszabályozásról szóló tanulmány javasolt. Ki kell emelnünk itt az irányelv rendelkezései közül azt a részt, amely véglegesen tisztázza azt a félreértést, ami az önszabályozás értelmezésével, illetve annak az állami szabályozáshoz való viszonyával kapcsolatban rendszeresen felmerül: „Bár az önszabályozás kiegészítő módszer lehet ezen irányelv egyes rendelkezéseinek végrehajtását illetően, nem helyettesítheti a nemzeti jogalkotó kötelezettségét.” Azaz az önszabályozás nem helyettesíti, nem

váltja ki az állami szabályozást, csak kiegészíti azt olyan területeken, amelyekre nem terjed(het) ki az állami szabályozás.

Ami az intézményrendszert illeti, jelentős újítás került az AMSZ-irányelvbe, ugyanis nemcsak megemlíti a médiaszabályozó hatóságokat mint az irányelv rendelkezéseinek betartásáért felelős szervezeteket, hanem követelményeket fogalmaz meg a nemzeti szabályozó hatóságokkal szemben. Technikailag érdekes módon valósítja ezt meg, hiszen a vonatkozó preambulum-bekezdések (65 és 66) és a ténylegesen erről rendelkező rész (23b. cikk) együttes olvasásából tisztázódnak ezek a követelmények. Mind a rendelkezés rész, mind a preambulum-bekezdések a tagállamok autonómiáját hangsúlyozzák ezen szervezetek létrehozásának vonatkozásában. A hangsúlyt az együttműködésre (Bizottság– tagállam, tagállam–tagállam) helyezi, ugyanakkor követelményként mindkét helyen megjelenik a „függetlenség” eszméje. Nyilvánvaló, hogy a függetlenséget különbözőképpen értelmezik az egyes tagállamokban, és ezt ismeri el az a kitétel is, amely szerint „...a tagállamok megválaszthatják a jogi hagyományaiknak és meglévő struktúráiknak megfelelő eszközöket”. A függetlenség ugyanakkor tartalommal is megtelik, hiszen az ügyek intézésében a pártatlanságot (részrehajlás-mentesség) és az átláthatóságot kéri számon. Látható tehát, hogy a függetlenség elsősorban a közösségi szinten koordinált kérdések racionális, szakmai (politikamentes) elintézésének garanciáját jelenti. Az ilyen típusú függetlenség jelenik meg a Keretirányelvben is a távközlési hatóságok esetében, természetesen sokkal részletesebben, csak hogy ott ennek a kérdésnek a szabályozása egyszerűbb, hiszen a felügyelt területen tisztán gazdasági szolgáltatások találhatók, nem értve ez alatt a pluralizmussal összefüggő tevékenységeket. Éppen ezért nagy a jelentősége, hogy a médiaszolgáltatások esetében közösségi követelményként jelenik meg a függetlenség, hiszen a felügyelt szolgáltatásoknak egyszerre vannak gazdasági és kulturális jellemzőik, ugyanakkor a közösségi kompetenciákban a gazdasági, és nem a kulturális elemek dominálnak. Ezek tükrében nehezen értelmezhető és furcsa a (65) preambulum-bekezdés mondata: „Konkrétabban, a tagállamok által megválasztott eszközöknek hozzá kellene járulniuk a médiapluralizmus előmozdításához.” Ez a mondat teljesen más megvilágításba helyezi a függetlenség problémáját, hiszen felmerül a kérdés: miként értelmezendő a médiapluralizmus közösségi szinten? Hogyan kérhető számon a tagállami szabályozó hatóságtól ez a követelmény? Mire gondolhat a jogalkotó egyáltalán: a kvótaszabályok megtartására vagy a politikai pluralizmusra, amely alapvetően tagállami szinten értelmezhető? A választ nem tudjuk.

## Következtetések

Az előzőekben kiemelt, a tagállami audiovizuális szabályozás szempontjából meghatározó területeken végigvonul az audiovizuális szolgáltatások kulturális és gazdasági természetének konfliktusa. A tárgyalt példákból ugyanakkor jól érzékelhető, hogy – noha a gazdasági értelmezés az utóbbi két évtizedben megerősödött, és úgy tűnt, egyeduralmuként válik – fordulat következett be a kulturális értelmezés javára. Ez a fordulat nagy részben köszönhető a közösségi jogot alakító tagállamoknak, ugyanakkor még kérdéses, hogy az új szabályozást miként ültetik át a tagállamok, és milyen lesz gyakorlata. Tagállami szempontból ugyanakkor megállapíthatjuk: a közösségi jogalkotó viszonylag tág teret nyújtott a tagállamoknak a fent jelzett főbb médiaszabályozási kérdések eldöntésére, azaz például abban, hogy Magyarország audiovizuális szabályozásának átalakítása során mennyiben kíván élni az audiovizuális szolgáltatások kulturális avagy gazdasági értelmezésével.

## Irodalom

Cuilenburg, Jan van & McQuail, Denis (2003) Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, No.18. 181–207.

Nyakas Levente (2004–2007) *Elemzés a médiaszabályozó hatóságok munkájáról, valamint a nemzetközi audiovizuális szabályozás irányairól*. [http://www.akti.hu/periodika/index\\_jog.html](http://www.akti.hu/periodika/index_jog.html)

Nyakas Levente (2005) A televíziós műsorszolgáltatás fogalmának értelmezése – az Európai Bíróság C-89/04 ítélete. *Infokommunikáció és jog*, 9. szám, 175–177.

Nyakas Levente (2006a) Az európai audiovizuális szabályozás és politika irányai a konvergencia tükrében. *Leviatán*, TOMUS IV., 104–138.

Nyakas Levente (2006b) A közszolgálati műsorszolgáltatás a közösségi jog kontextusában – avagy az audiovizuális szolgáltatások természetéről folytatott európai vita. *Collega*, X. évfolyam 2–3. szám, 227–230.

Nyakas Levente (2006c) *A BBC alapító okiratának felülvizsgálata*. Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet.

Gálik Mihály & Nyakas Levente & Nagy Krisztina & Timár János & Rozgonyi Krisztina & Tóth András (2007) Digitális átállás és alapjogok. *Fundamentum*, 11. évf. 2. sz.

## Hivatkozott jogforrások

242/2008. (I. 30.) számú ORTT-határozat

A műsorterjesztés és digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény (Digitális törvény vagy Dtv.)

A Tanács 1989. október 3-i 89/ 552/EGK irányelve a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról (TVWF-irányelv)

Az Európai Parlament és a Tanács 2007/65/EK Irányelve (2007. december 11.) a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 89/552/EGK tanácsi irányelv módosításáról (EGT-vonatkozású szöveg) (AMSZ-irányelv)

Az Európai Parlament és a Tanács 2006/123/EK irányelve (2006. december 12.) a belső piaci szolgáltatásokról (Szolgáltatásokról szóló irányelv)

Resolution on radio and television broadcasting in the European Community Official Journal C 08, 05/04/1982 P. 0110 (Állásfoglalás)

Communication from the Commission to the Council Television without Frontiers (1984) Green Paper on the establishment of the Common Market for broadcasting, especially by satellite and cable COM(84) 300 final Brussels (Zöld Könyv 1984)

Vélemény a Kulturális és Oktatási Bizottság részéről a Belső Piaci és Fogyasztóvédelmi Bizottság részére az Európai Parlament és a Tanács belső piaci szolgáltatásokról szóló irányelvi javaslatról (COM(2004)0002-C6-0069/2004-2004/0001(COD)) 22.4.2005, Fogalmazó: Marie-Hélène Descamps (Vélemény)

Safeguarding the Future of the European Audiovisual Market (2004) A White Paper on the Financing and Regulation of Publicly Funded Broadcasters March (Fehér Könyv)

Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts – Protocol annexed to the Treaty of the European Community - Protocol on the system of public broadcasting in the Member States Official Journal C 340 , 10/11/1997 p. 0109 (Amszterdami Jegyzőkönyv)

Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2001/C 320/04) (Közszolgálati Közlemény)

Recommendation Rec(2007)3 of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service media in the information society, adopted on 31 January 2007 (Ajánlás)

Állami támogatási cselekvési terv – Kevesebb és célzottabb állami támogatás: ütemterv az állami támogatás 2005-2009 közötti reformjához (Tárgyalási okirat) (előterjesztő: a Bizottság) SEC (2005) 795 COM(2005) 107 végleges, Brüsszel, 7.6.2005 (Akcióterv)

A Bizottság közleménye a piaci alapú európai uniós frekvenciagazdálkodásról COM(2005) 400 végleges Brüsszel, 14.9.2005 (Frekvenciaközlemény)

Communication from the Commission on a forward-looking radio spectrum policy for the European Union: second annual report COM(2005) 411 final Brussels, 6.9.2005 (Frekvenciajelentés)

Final report for the European Commission “Study on conditions and options in introducing secondary trading of radio spectrum in the European Community” by the consortium Analysis Consulting, DotEcon, Hogan & Hartson. (Analysis-tanulmány)

A Bizottság közleménye a Tanácsnak, az Európai Parlamentnek, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának „i2010: európai információs társadalom a növekedésért és a foglalkoztatásért” Brüsszel, 1.6.2005 COM(2005) 229 végleges (i2010 közlemény)

Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on accelerating the transition from analogue to digital broadcasting COM(2005) 204 final Brussels, 24.05.2005 (Digitális átállási közlemény)

A Bizottság Közleménye a mobiltelevíziók belső piacának megerősítése COM(2007) 409 végleges, Brüsszel, 18.7.2007 (Mobil közlemény)

Az Európai Parlament állásfoglalása az európai rádiófrekvencia-politika tárgyában (2006/2212(INI), 2007. február 14. P6\_TA-PROV(2007)0041, A6-0467/2006 (Frekvencia-állásfoglalás)

Judgement of the Court in Case C-89/04 Mediakabel BV v Commissariaat voor de Media (Mediakabel-ítélet)

Proposal for a directive of the European Parliament and of the Council amending Council directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Brussels, 13.12.2005 COM(2005) 646 final 2005/0260 (COD) (AMSZ-irányelv-előterjesztés)

Az Európai Parlament jogalkotási állásfoglalás-tervezete a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 89/552/EGK tanácsi irányelv módosításáról szóló európai parlamenti és tanácsi irányelvre irányuló javaslatról (COM(2005)0646 - C6-0443/2005 - 2005/0260(COD)) (AMSZ-állásfoglalás)

Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector, Study for the European Commission, Directorate Information Society and Media Unit A1 Audiovisual and Media Policies Tender DG EAC 03/04, Contract No.: 2004-

## Lábjegyzetek

1

A TVWF irányelv preambuluma: „...ez az irányelv [...] ezért nem befolyásolja a tagállamok és hatóságok felelősségét a szervezet tekintetében – beleértve az engedélyezés, a közigazgatási felhatalmazás vagy adózás rendszereit –, a műsorok finanszírozását és tartalmát; mivel a tagállamokban a kulturális fejlődés függetlensége és a Közösségben a kulturális sokszínűség változatlanul megmarad.”

2

Lásd [www.alm.de](http://www.alm.de).

3

Liberalizáció: a frekvenciahasználati jogokhoz társuló szolgáltatásokra és technológiákra vonatkozó korlátozások feloldása. *Analysis-tanulmány*, Summary of the report, Overview of our findings 2. pont.

4

Kereskedelem (*trading*): a frekvencia- (*spectrum*) használati jogok átruházása felek között egy másodlagos piacon. *Analysis-tanulmány*, Summary of the report, Overview of our findings 2. pont.

5

Az idézet a közlemény hivatalos magyar fordításának a szerző által az angol és spanyol verzió alapján korrigált változata. A hivatalos – hibás – magyar fordítás alapján ugyanis más következtetések levonására jutnánk.

6

A tényszerűség megköveteli, hogy megjegyezzük: a közös szabályozási tárgykörök mellett a szabályzás kétszintű, azaz a műsorszolgáltatásra és a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatásokra eltérő mértékű és jellegű szabályozás vonatkozik majd.

7

Természetesen a közrendi, a közegészségügyi vagy a közbiztonsági okokból való korlátozás az EKSz 46. cikkén alapuló korlátozás.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

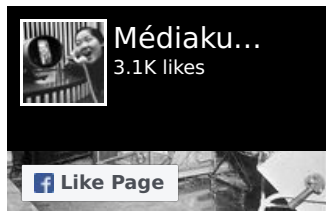
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Jog

[Polyák Gábor:](#)

## Konvergens piac, konvergens hatóság?

**A médiafelügyelet átalakításának egyik fő kérdése az, hogy indokolt-e fenntartani egy önálló, a hírközlési szabályozó hatóságtól elkülönült médiahatóságot, vagy a jövőben a szabályozási feladatokat hatékonyabban látja el egy „konvergens”, a média és a hírközlés piacának egységes felügyeletét megvalósító szervezet. A tanulmány a médiahatóság szabályozását érintő kérdések áttekintése után elsősorban az integrált hatóság kialakításának feltételeit és hatásait vizsgálja.**

### A médiahatóság kialakításának szabályozási kérdései

A NAMS-hoz kapcsolódó egyik konferencián a jogalkotási folyamatot belülről ismerő szakértő szerint számos szabályozási kérdés nyitott még, de a médiafelügyeletről a pártok már nagyjából megállapodtak. Az állítás időközben – sajnos talán a NAMS-sal együtt – érvényét veszítette, de jól mutatja a médiafelügyelet kialakításával kapcsolatos jogalkotói tévedést. A médiafelügyelet, a „szabályozó hatóság” felépítése és feladata csak a médiaszabályozás egésze alapján határozható meg. A szervezetrendszer nem lehet más, mint a szabályozási feladatok és eszközök leképeződése. Ha a szabályozás első lépése az új hatósági struktúra kialakítása, akkor a sorrend felborul: nem a hatósági szervezetrendszer alkalmazkodik a tényleges szabályozási feladatokhoz, hanem a szabályozási feladatokat kell a szervezetrendszer igényeihez igazítani. Ráadásul ez a megközelítés azt is mutatja, hogy a hatósági szervezetrendszert ismét a pártpolitikai óhajok és félelmek formálják. A jogalkotási folyamatban nagy összhang látszik (látszott) a pártok között abban, hogy az Országos Rádió és Televízió Testületet (ORTT) meg kell szüntetni. Mintha az ORTT-t nem (nagyrészt ugyanezeknek) a pártoknak az alkuja formálta volna, és mintha a működés vitathatatlan zavarai nem ezekre az alkukra lennének visszavezethetők. Ha ezt a tanulságot az érintettek nem vonják le, akkor az új szervezet kialakításánál sincs esély a pártpolitikától való távolodásra és a szakmaiság erősítésére.

A médiafelügyelet átalakításának egyik fő kérdése az, hogy indokolt-e fenntartani egy önálló, a hírközlési szabályozó hatóságtól elkülönült médiahatóságot, vagy a jövőben a szabályozási feladatokat hatékonyabban látná el egy integrált, a média és a hírközlés piacának egységes felügyeletét megvalósító szervezet. Az integrált hatóság kialakítása mellett a jogalkotónak arról is döntést kell hoznia, hogy a hagyományos, hatóság-ügyfél viszonyon alapuló megközelítés helyett, illetve mellett, teret enged-e egy új, a piaci szereplőknek nagyobb rálátást és együttműködési lehetőséget biztosító szabályozási kultúrának.

E szabályozási kultúrát a jogirodalom – megkülönböztetve a *regulation* típusú szabályozó hatósági működéstől – *governance*-ként határozza meg (lásd Kooiman, 2004; Kleinsteuner, 2007). E koncepció szerint a szabályozási problémák megoldása minden érintett kooperációját feltételezi. Míg a *regulation* típusú szabályozás a törvényi szintű szabályalkotást tette dinamikusabbá a szabályozó hatóság által gyakorolt, a változó piaci viszonyokra reagálni képes – nem feltétlenül normaalkotó<sup>1</sup> – szabályozási tevékenységgel, addig a *governance* típusú szabályozás a hatóság transzparens működését és az érintettekkel való folyamatos kapcsolattartást, konzultációt, végső soron az önszabályozási, társszabályozási megoldások támogatását jelenti. Ahogyan az integrált hatóságnak, úgy e szabályozási kultúrának is a legjobb európai példája az új angol szabályozó hatóság, az Office of Communications (Ofcom). E hatóság kötelessége, hogy rendszeresen vizsgálja az állami, hatósági szabályozás szükségességét. A szabályozási terhek felülvizsgálata során vizsgálnia kell, hogy az adott célkitűzést mennyiben képes előmozdítani vagy biztosítani a hatékony önszabályozás, és ez alapján mennyiben van szükség a hatósági szabályozás fenntartására.<sup>2</sup>

A hazai szabályozási javaslatok között az a megoldás nem merült fel, amely az olyan, több médiumot érintő szabályozási kérdéseket, mint a gyermekvédelem vagy a reklámszabályozás, az adott területet felügyelő médiumfüggetlen hatósághoz telepítené. Ez a horizontális megoldás lehetővé tenné az adott problémák átfogó kezelését, azt, hogy az azonos szabályozási feladatok és megoldások egy széttagolt jogszabályi és hatásköri háttér helyett egységes szabályozási és intézményi keretben jelenjenek meg. A gyermekvédelem a televízió, a mozi, az online média, sőt a számítógépes játékok esetében is hasonló felkészültséget, szaktudást igényel. Az egységes

szabályozási és intézményi keret nem jelent minden részletében azonos szabályozási megoldást; a részletszabályok szintjén az online média nyilvánvalóan más megközelítést igényel, mint a televíziózás. Sőt a horizontális megközelítés – ahogy ezt például a német gyermekvédelmi szabályozás mutatja (Polyák & Szóke, 2007) – megkönnyíti az érintettek bevonását a részletszabályok kidolgozásába, illetve a szabályozás érvényesítésébe.

Mivel a médiahatóság – akár piacra lépési, akár szankcióalkalmazási – döntéseivel a jövőben is jelentősen befolyásolja az egyes műsorszolgáltatók mozgásterét, és ezzel a mediaszabadság érvényesülését, továbbra is elengedhetetlen az egyoldalú befolyástól mentes működés, a függetlenség biztosítása. 2007-es döntésében az alkotmánybíróság úgy ítélte meg, hogy a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (Rttv., médiatörvény) megfelelően biztosítja az ORTT függetlenségét [46/2007. (VI. 27.) AB hat.]. Az alkotmánybíróság – dogmatikailag nyilvánvalóan helytálló, gyakorlatilag viszont egyáltalán nem meggyőző – érveléséből az következik, hogy a törvényi garanciák önmagukban, tényleges érvényesülésükre tekintet nélkül kielégítik a függetlenség követelményét, az informális befolyásolhatóság lehetősége pedig alkotmányjogilag nem értékelhető. Alkotmányos elvárások így sajnos nem kényszerítik a jogalkotót arra, hogy a jelenlegi szervezeti rendszertől eltérő, a politikától eltávolodó szervezeti megoldást keressen.

A tanulmány a továbbiakban az integrált hatóság kialakításának kérdéseit vizsgálja.

## Médiaszabályozás hírközlési jogi eszközökkel?

Az 1990-es évek második felétől az infokommunikációs szektor szabályozásának egyik vezérfonalává vált az a szabályozási elv, amely egyrészt az elektronikus jelek átvitele és az ehhez szükséges infrastruktúra, másrészt a továbbított tartalom szabályozásának szétválasztásán alapul. Ez ugyanakkor azt is jelenti, hogy a két szabályozási rendszert egymásra tekintettel kell kialakítani. A hírközlési jog az elmúlt években ennek következtében a médiarendszer kialakításának megkerülhetetlen tényezőjévé vált. A digitális médiarendszer szabályozásának számos kérdése éppen a szabályozás különválasztásának következtelenségeire vezethető vissza.

A közösségi hírközlési jog fontos alapelve, hogy az

„...nem terjed ki az elektronikus hírközlő hálózatokon elektronikus hírközlési szolgáltatások igénybevitelével nyújtott szolgáltatások tartalmára, így a műsorszolgáltatói tartalomra, pénzügyi szolgáltatásokra és egyes információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra”.<sup>3</sup>

A hírközlés-szabályozás tárgyának következetes lehatárolása ellenére azonban a szabályozás nem hagyja figyelmen kívül a tartalom és az infrastruktúra szabályozásának kölcsönhatásait:

„Az átvitel szabályozásának és a tartalom szabályozásának egymástól való elválasztása nem sérti az ezek között meglévő kapcsolatok figyelembevételét, különösen a médiapluralizmus, a kulturális sokszínűség és a fogyasztóvédelem biztosítása érdekében.”<sup>4</sup>

A közösségi jogalkotó elismeri tehát, hogy a két szabályozási terület átfedi egymást, ráadásul éppen ott, ahol az alkotmányos mediaszabályozási célkitűzések megvalósításában elsődleges. A tartalomnak az infrastruktúrán való megjelenése, azaz a tartalomszolgáltató hozzáférése az infrastruktúraszolgáltató rendelkezése alatt álló kapacitásokhoz, legalább annyira mediaszabályozási kérdés, mint amennyire hírközlési jogi.

A tartalomszolgáltatások továbbítására szolgáló kapacitások elosztása a médiarendszerrel kapcsolatos alkotmányossági szempontok és médiapolitikai célkitűzések érvényesülését döntően befolyásolja. A plurális médiarendszer kialakulása jelentősen függ az infrastruktúrához való hozzáférés lehetőségeitől. A hozzáférés biztosítására és annak feltételeire vonatkozó döntéseivel az infrastruktúra üzemeltetői – a műsorterjesztők vagy akár a digitális terjesztési hálózatok technikai és adminisztratív szolgáltatásainak üzemeltetői – meghatározó befolyást gyakorolnak a közönség által elérhető tartalomválasztékre. Függetlenül attól, hogy e döntések szabályozása formálisan hírközlési jogi vagy médiajogi – vagy éppen versenyjogi, illetve akár szerzői jogi – eszközökkel és intézményekkel valósul-e meg, az alkotmányos követelményeknek minden esetben érvényesülniük kell.

Azokat a szabályozási eszközöket, amelyek a terjesztési kapacitásokhoz való *hozzáférés* feltételeinek alakításával nélkülözhetetlenek a plurális médiarendszer megvalósításához, a közösségi hírközlési jog saját hatálya alá vonta. Ezek közé a szabályozási eszközök közé tartozik különösen a továbbítási kötelezettség (*must carry*), a műsorterjesztő és a műsorszolgáltató közötti kapcsolatot leíró szabályozása, a digitális műsorterjesztési infrastruktúra *middleware* elemeinek – a feltételes hozzáférési rendszerek és az alkalmazási program interfészek mellett ide értve a tisztán tartalomszolgáltatásnak minősülő elektronikus programkalauz is – szabályozása, valamint a digitális műsorszórás célú frekvenciák elosztása (Polyák, 2008). A közös szabályozási területek mellett persze a médiajog és a hírközlési jog továbbra is rendelkezik önálló szabályozási célokkal és szabályozási eszközökkel.

*A hírközlés-szabályozás és a mediaszabályozás kapcsolata*



## A konvergens hatósági modell előnyei és hátrányai

A médiajog és a hírközlési jog közötti határok bizonytalansága, a szabályozási területek átfedése a média és a hírközlés területén működő szabályozó hatóságok jogalkalmazói gyakorlatában is bizonytalanságokhoz vezet, és

végző soron a hatáskörök újraosztását teszi szükségessé. A hatáskörök újraosztásának egyik lehetséges megoldása azok összevonása, a különböző hatóságok közötti együttműködés erősítésével vagy a hatáskörök egyetlen szervezethez telepítésével. Az integrált vagy konvergens hatóság kialakításának szükségessége mellett és ellen számos szakmai és nem szakmai érv hozható fel.

Az integrált hatósági modell előnye lehet

- a média, a távközlés és az informatika határterületein felmerülő problémák hatékony kezelésének elvi képessége, illetve az e problémákkal kapcsolatban szükségszerűen felmerülő hatásköri ütközések elkerülése;
- a komplex problémák kezelésére képes szakmai háttér és tudásbázis kialakulásának lehetősége, illetve az ehhez szükséges (piaci) információk rendelkezésre állása;
- a médiaszabályozó hatóságra nehezedő politikai nyomás csökkenése;
- a költséghatékony működés.

Az integrációtól várható legfontosabb előny a két terület közötti átfedések tudatosítása és az átfedésekből eredő komplex problémák kezeléséhez szükséges tudás kialakítása. Minden olyan szervezeti vagy eljárási megoldás, amely ezt az előnyt érvényesíteni képes, a tagolt hatósági modellnél hatékonyabb működést biztosít.

A hatósági integráció hazai megvalósítása mellett fő érv az, hogy a műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvény (digitális átállási törvény, Dtv.), és azzal lényegében teljes összhangban a NAMS, a médiaszabályozás területéről a hírközlés-szabályozás területére, a médiahatóság hatásköréből a hírközlési hatósághoz telepíti a platformüzemeltető és a tartalomszolgáltató közötti kapcsolat szabályozását. A Dtv. és a NAMS különösen a tartalomértékesítéssel és -csomagolással, illetve a frekvenciahasználat pályáztatásával – a multiplex pályáztatással – kapcsolatban következetlen a médiajogi és a hírközlési jogi megoldások elhatárolásában, az alkotmányos médiaszabályozás szempontjainak érvényesítésében. Figyelmen kívül hagyja azt az ellentmondást, hogy a platformüzemeltető és a tartalomszolgáltató közötti kapcsolat nemcsak és nem elsősorban az elektronikus hírközlő hálózatokhoz való hozzáférésre vonatkozó hírközlési jogi kérdés, hanem egyúttal a közönség számára elérhetővé tett tartalomkínálatot, végző soron a tartalom sokszínűségét meghatározó médiajogi kérdés is.

Az integrált hatósági modell kialakítása számos kockázatot is rejt:

- ha az integráció nem szerves, csak formális, akkor a tényleges – hatásköri és szakmai – kompetenciák továbbra is élesen elkülönülnek az intézményen belül;
- valamely ágazati szemlélet túlsúlyba kerül a döntéshozatal során, és ez akadályozza más érintett ágazatok szempontrendszerének érvényesülését;
- hiányzik az a szakemberbázis, amely megfelelő szakmai színvonalon képes lenne működtetni az integrált hatóságot;
- a felügyelt területek jelentősége éppen a politikai nyomás növekedéséhez, a korábban politikailag kevésbé érzékeny területekre való kiterjedéséhez is vezethet.

A hatósági integrációval szemben megfogalmazható legfőbb érv nem szakmai jellegű: nagy a kockázata annak, hogy a médiahatóságra nehezedő politikai nyomás egy integrált hatóságban a hírközlési hatóság szakmai tevékenységét is negatívan befolyásolná. Ez megfelelően erős érv lehet az önálló szabályozó hatóságok fenntartása mellett, különösen a hírközlési hatóság szempontjából.

A hatósági integráció – amelynek a média-értéklánc mentén történő integráció csak az egyik formája, aminek alternatívája lehet a hálózatos iparágak szabályozását ellátó multiszektorális hatóság kialakítása – elsősorban hatásköri és csak másodsorban szervezeti kérdés. Az integrációnak ugyanis a legfontosabb kérdése az, hogy melyek azok a feladatok és hatáskörök, amelyek indokolják az integrációt/együttműködést, illetve melyek azok, amelyek a szervezeti felépítéstől függetlenül egyértelműen valamely ágazathoz sorolhatók.

A média és a hírközlés konvergenciája elsősorban a tartalomszolgáltatónak az infrastruktúrához való hozzáféréssel kapcsolatban teszi szükségessé a hatáskörök összehangolását. E hozzáférési kérdések kiterjednek

- a műsorterjesztő/platformüzemeltető és a tartalomszolgáltató közötti kapcsolatok – technológiaszemleges – rendezésére, ide értve a *must carry* szabályozást és a további műsorterjesztési kapacitásokhoz való hozzáférés feltételeinek szabályozását (18-as piac), valamint
- a digitális infrastruktúrához való hozzáférést befolyásoló olyan eszközök és szolgáltatások szabályozására, mint a feltételes hozzáférési rendszerek és az alkalmazási program interfészek.

A média és a hírközlés területét érinthetik továbbá a műsorterjesztési hálózatokkal és szolgáltatásokkal kapcsolatos infrastrukturális kérdések:

- a műsorszórás célú frekvenciákat érintő frekvenciagazdálkodási kérdések, ide értve a *digital dividend* kérdéskörét, azaz annak eldöntését, hogy a digitális műsorszórás eredményeként felszabaduló földfelszíni kapacitásokat milyen célra használják fel;
- a műsorterjesztési hálózatok létesítésének, a műsorterjesztési szolgáltatások nyújtásának adminisztratív feltételei, ide értve különösen a digitális földfelszíni műsorszórási lehetőségek (frekvenciák) elosztását, azaz a multiplex pályáztatást, valamint
- a műsorterjesztési szolgáltatások fogyasztói, fogyasztóvédelmi vonatkozásai.

E hatáskörök a nyilvánvaló infrastrukturális vonatkozások mellett az alkotmányos médiaszabályozási célok megvalósítását is jelentősen befolyásolják. Kimondhatjuk, hogy a hatásköri integráció már nem kérdés, az legkésőbb a 2002-es közösségi hírközlési szabályozással megvalósult.

A hatósági integráció szervezeti kérdésként nem egyetlen modell szerint mehet végbe. „Konvergens” hatóságon elsősorban azt a teljes, a szakmai apparátusra és a döntéshozatali szintre is kiterjedő integrációt értjük, amelynek alapján az angol szabályozó hatóság, az Ofcom létrejött. Más külföldi példák, illetve a hatályos hazai szabályozás azonban azt igazolják, hogy a szervezeti integráció más modellben is megvalósulhat. Az olasz és az osztrák megoldás döntéshozatali szinten továbbra is fenntartja az elkülönült hatóságokat, de azok mögött egységes szakmai apparátus látja el az előkészítő munkát. A Dtv. az integrációt nem szervezeti, hanem eljárási úton valósítja meg: az NHH médiapolitikai szempontból releváns döntéseibe az ORTT-t szakhatóságként vonja be. A szervezetenként integrált hatóság összességében a konvergencia következtében kialakuló szabályozási, felügyeleti feladatok ellátásának hatékony, de nem kizárólagos megoldása lehet – önmagában se nem szükséges, se nem elégséges feltétele a felmerülő problémák kezelésének. Az integrált hatóságtól várt előnyök nagy része az elkülönült ágazati hatóságok szabályozott együttműködésével is elérhető. Feltételezve azonban a konvergens hatóság „ideális” – azaz a fent felsorolt kockázatokat elkerülő, a várható előnyöket pedig kihasználó – kialakítását, a szakmai érvek egyre inkább e megoldás mellett szólnak.

A hatáskörök közötti átfedések, illetve az ebből eredő konfliktusok vizsgálata során nem hagyható figyelmen kívül a keretirányelvnek az a rendelkezése, amelyik a hírközlés-szabályozó hatóságokat felhatalmazza arra, hogy hatásköreiken belül hozzájáruljanak a kulturális és a nyelvi sokszínűség, valamint a médiapluralizmus előmozdítását célzó politikák végrehajtásának biztosításához [8. cikk (1)]. Elvileg tehát a hatásköri konfliktusok a hírközlés-szabályozó hatáskörök megfelelő értelmezésével is elkerülhetők. E rendelkezés a szabályozó hatóságnak nem hoz létre új, a médiát érintő hatáskört, hanem általános felhatalmazást tartalmaz a médiapolitikai, alkotmányos szempontrendszer érvényesítésére. Gyakorlati jelentősége nehezen ítélni lehet, mivel az általános felhatalmazást részletszabályok nem konkretizálják. A rendelkezés érvényesítésére elsősorban a műsorterjesztést érintő, a hírközlési szabályozó hatóság által lefolytatott piacelemzés és kötelezettségkiszabás során, illetve a műsorszórás frekvenciagazdálkodási kérdéseivel kapcsolatban kerülhet sor; érvényesítésének eszköze lehet a hatóságok közötti együttműködés. A felhatalmazás semmiképpen nem terjed addig, hogy a szabályozó hatóság a piacelemzésen alapuló, jelentős piaci erőhöz kötött hírközlés-szabályozási módszert teljes egészében mellőzze. Érintheti ugyanakkor a kötelezettségkiszabás beavatkozási küszöbét, valamint a kiszabható kötelezettségek tartalmának értelmezését (Polyák, 2008). A felhatalmazás – feltéve, hogy azzal a tagállami szabályozó hatóságok élnek, és az Európai Bizottság e gyakorlatukat nem akadályozza – elvileg széles körben biztosíthatja a médiapolitikai és hírközlés-politikai szempontok összehangolását.

## Konvergens hatóságok Európában

Az újabb európai médiatörvényekben egyre gyakoribb megoldás az integrált szabályozó hatóság kialakítása.<sup>5</sup> Ezzel együtt az európai országok többségében ma még az önálló média- és hírközlési hatósági modell a jellemző.

Az első európai konvergens szabályozó hatóság az 1997-ben létrehozott Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM), amely az elektronikus média és a távközlés mellett a sajtó- és kiadóágazat felügyeletét is ellátja (Kovács, 2007). Az AGCOM-on belül a hírközléssel és a médiával kapcsolatos hatáskörök gyakorlatilag továbbra is elkülönülnek, mivel az ágazati döntéseket két különböző bizottság: az infrastruktúráért és hálózatokért felelős, illetve a szolgáltatásokért és termékekért felelős bizottság hozza. A hatóság konvergens jellege alapvetően a mindkét bizottságot magában foglaló tanács működésében jelenik meg, amely a kommunikációs ágazat egésze szempontjából legjelentősebb döntéseket hozza. A tanács többek között garantálja a kommunikációs eszközökhöz és infrastruktúrához való hozzáférést biztosító előírások alkalmazását, megfelelő szabályozás megalkotásával is, szabályozza az engedélyek és koncessziók részletes feltételeit és a kapcsolódó díjakat, véleményezi a kommunikációs szektort érintő nemzeti és nemzetközi intézkedéseket, jogalkotási javaslatokat, illetve előmozdítja a kommunikációs és multimédia szolgáltatási szektor fejlődésével kapcsolatos kutatásokat. A tanács a versenyszerű kommunikációs szektort érintő döntéseivel kapcsolatban is véleményt nyilvánít. Feladata továbbá a rádiós és televíziós szektorban domináns helyzetben lévő szereplők azonosítása és velük szemben a megfelelő intézkedések megtétele.

A formális szervezeti összevonás nélküli, a konvergencia problémáinak kezeléséhez szükséges kompetencia biztosítására koncentráló intézményrendszer jó példája az osztrák szabályozás. A 2001-ben elfogadott szabályozás döntéshozói szinten nem vonta össze a hírközlés (Telekom Control Kommission) és a média (KommAustria) területén működő szabályozó hatóságokat, ugyanakkor létrehozott egy sajátos jogállású közös háttérintézményt, a Rundfunk und Telekom Regulierungs GmbH-t (RTR). Az osztrák törvényhozó a mediaszabályozás reformja keretében olyan integrált felügyeleti szervet akart létrehozni, amely három bizottságra tagolva foglalkozott volna a mediaszabályozás, az infrastruktúraszabályozás, valamint a versenyszabályozás kérdéseivel (Scheuer & Strothman, 2002). Az eredeti elképzeléseket a szükséges parlamenti többség hiányában az osztrák kormánynak nem sikerült megvalósítania. Az elfogadott megoldás szerint az osztrák rendszerben az RTR látja el mind a hírközlés, mind a média területén működő szabályozó hatóságok ügyviteli feladatait. Amellett, hogy az RTR önálló – hatósági, sőt jogalkotási – hatáskörökkel is rendelkezik, biztosítja a hírközlési és médiahatóság közötti kommunikációt, valamint az ágazatokat átfedő kérdések kezeléséhez szükséges közös tudást. Emellett támogatja a szabályozó hatóságok törvényi feladatainak ellátását, mind adminisztratív, mind az egyes hatósági eljárásokhoz kapcsolódó technikai, gazdasági, jogi ügyekben nyújtott szakmai segítséggel. A szakmai segítségnyújtás különösen szakvélemények előállítására, mérések elvégzésére, nemzetközi koordinációs eljárásokban való részvételre, nemzetközi konferenciák előkészítésére és kiértékelésére terjed ki. Külön nevesített tevékenységi terület a digitális átállás lebonyolításában a médiahatóságnak nyújtott támogatás (például az átállási koncepció kidolgozása, a multiplex pályázatok előkészítése és kiírása, az átállást koordináló testület – Digitale Plattform Austria – szervezeti feltételeinek biztosítása). Az RTR kezeli a digitális átállás támogatására (*Digitalisierungsfonds*) és a televíziós filmek támogatására létrehozott pénzalapokat. Az RTR feladata továbbá a nyilvánosság tájékoztatása a kapcsolódó kérdésekről. Az osztrák szabályozás előírja egy, a média és a hírközlési szektor ügyeivel foglalkozó

kompetenciacentrum létrehozását, amelynek kialakítása és vezetése szintén az RTR feladata, finanszírozása pedig az RTR forrásaiból történik. A kompetenciaközpont feladatáknak a törvény – például az alábbi felsorolt témakörökben, saját tevékenységként vagy megbízások útján – elemzések készítését, kutatások lebonyolítását írja elő. A központ feladata továbbá a nyilvánosság megfelelő információkkal való ellátása, valamint az érintett vállalkozások munkatársainak szóló képzési programok kialakításában való részvétel. A média és a távközlés ágazatait külön-külön érintő kutatások mellett nevesített feladatként jelenik meg az ágazatokon átnyúló elemzések, publikációk készítése és rendezvények szervezése, különösen a konvergencia kérdésével kapcsolatban.<sup>6</sup>

Az integrált hatósági modell legújabb és legkövetkezetesebb megvalósítása az angol Ofcom 2002-es létrehozása.<sup>7</sup> A szabályozást előkészítő *Communications White Paper* szerint az Ofcom létrehozása – és az alapjául szolgáló szabályozási szemlélet – hozzájárul ahhoz, hogy az Egyesült Királyság a világ legdinamikusabb és legversenyképesebb kommunikációs és médiapiacával rendelkezzen. Az Ofcom elősegíti a különböző típusú, jó minőségű szolgáltatásokhoz való általános hozzáférést, és biztosítja a fogyasztók megfelelő védelmét. Ellátja az elektronikus hírközlő hálózatokkal és szolgáltatásokkal kapcsolatos felügyeleti-szabályozói funkciókat, a frekvenciagazdálkodással, a médiatartalom szabályozásával és a közszolgálati műsorszolgáltatással kapcsolatos feladatokat, valamint – az Office of Fair Trading hatásköreivel konkurálva, illetve azzal együttműködve – a hírközlési és médiaágazatot érintő versenyfelügyeleti feladatokat (Polyák, 2004).

## A Dtv. szakhatósági modellje

Azzal együtt, hogy a Dtv. a műsorterjesztés és platformüzemeltetés kérdéseit teljes egészében hírközlési hatáskörbe utalta, számos, az alkotmányos médiaszabályozást érintő kérdést lényegében visszatelepített az ORTT-hez. Egyes piacfelügyeleti eljárásokba a törvény az ORTT-t szakhatóságként vonta be. A közigazgatási eljárási törvény szerint a megkereső hatóság saját döntésének meghozatalánál kötve van a szakhatóság állásfoglalásához; az állásfoglalás figyelmen kívül hagyása, illetve a megkeresés mellőzése esetén a szakhatóság felügyeleti eljárást kezdeményezhet [Ket. 44. § (2); 45. § (4)]. Az ORTT-nek tehát erős a hatásköre ahhoz, hogy a médiaszabályozási szempontokat az NHH eljárásának keretében érvényesítse. Ha a szakhatósági hatáskör minden olyan szabályozási és felügyeleti kérdésre kiterjed, amelynek alkotmányos vonatkozásai vannak, akkor e szabályozási megoldás hosszú távon is megfelelő megoldást jelent a hatásköri integrációra.

Szakhatósági eljárásnak van helye

- a kiegészítő digitális szolgáltatásokkal kapcsolatos piacfelügyeleti eljárásban, a médiatörvény műsortartalmi követelményeinek érvényesülésére vonatkozóan [Dtv. 10. § (2)],
- a műsorterjesztő által terjesztett műsorszolgáltatások előírásaira vonatkozó piacfelügyeleti eljárásban, részben a továbbközvetítési tilalom érvényesítése, részben a nem EGT-országokból származó műsorok médiatörvénnyel való összhangjának ellenőrzése végett [Dtv. 21. § (3)],
- a médiapolitikai szempontból meghatározó műsorterjesztőt terhelő sajátos továbbítási kötelezettségekkel kapcsolatban, a műsorterjesztő és a műsorszolgáltató közötti vita rendezésében, a műsorszolgáltatások vételkörzetének és tartalmi jellemzőinek megállapításával kapcsolatban [Dtv. 27. § (2)].

Ezekben az esetekben kifejezetten a médiatörvény alkalmazásáról, illetve valamely tartalomszolgáltatás tartalmi vonatkozásainak vizsgálatáról van szó. A hatáskörmegosztás mindhárom esetben indokolt.

Szintén médiajogi relevanciával rendelkező, de az ORTT közreműködése nélkül gyakorolható hírközlési hatósági hatáskör

- a műsorterjesztő és a műsorszolgáltató közötti szerződéses kapcsolat (Dtv. 22. §) felügyelete,
- a műsorterjesztési piacot – ide értve az általános *must carry* kötelezettségeket – érintő piacfelügyelet [Dtv. 6. § (6)],
- a digitális műsorterjesztés műszaki és adminisztratív szolgáltatásaira vonatkozó kötelezettségek felülvizsgálata [Dtv. 35. § (1)],
- a multiplex üzemeltetési pályázat lebonyolítása.

E szabályozási kérdések mindegyike jelentősen befolyásolja a digitális médiarendszer kialakítását, az alkotmányos médiaszabályozási célok teljesítését, ezért indokolt lenne a médiahatóság bevonása e feladatok ellátásába.

A NAMS jogalkotási koncepció rövid és középtávon ugyan egy új, önálló médiahatóság felállítását javasolja, de egyúttal felvázolja egy szervezetenként integrált szabályozóhatóság fokozatos létrehozásának menetrendjét. Ez a megoldás – amennyiben a szakmai szempontokat más megfontolások nem írják felül – alkalmas lehet arra, hogy a majdani „konvergens” hatóság kihasználja az integráció előnyeit, és elkerülje annak lehetséges hátrányait.

## Zárszó

Az ORTT története sajnos nem tekinthető sikertörténetnek. A médiarendszer kialakítását érintő legnagyobb horderejű döntések – az országos televíziók és rádiók pályáztatása, műsorszolgáltatási szerződések meghosszabbítása – mindegyike jogvitákat, de legalábbis súlyos szakmai kritikákat alapozott meg. A testület nem tudta érdemben, a médiapolitikai és alkotmányos szempontok előtérbe helyezésével befolyásolni annak a jogszabályi környezetnek a létrehozását, amely a digitális médiarendszer kialakítását alapozza meg. A működési zavarokat mutatja, hogy a NAMS-hoz az ORTT „irányából” öt különböző szakmai vélemény érkezett. Ugyanakkor az elmúlt évek alatt létrejött egy világszínvonalú monitoring-rendszer, a gyermekek védelmére vonatkozó előírásokat a hatóság következetesen, a bíróságok által is rendre megerősítve érvényesíti, az Alkalmazott

Kommunikációtudományi Intézet létrehozásával pedig a szakmai vitákat is előmozdítja.

Jelenleg senki nem tudja, meddig működhet még az ORTT. Ebben az időszakban a legfontosabb feladatot a piaci szereplőkkel, a közönséggel és a társhatóságokkal való kapcsolatok fejlesztése, illetve a szakmai apparátus szaktudásának megőrzése és megerősítése jelenti. Nagy a felelőssége abban, hogy a műsorszolgáltatóknak az országból való „elvándorlása” – a rugalmatlan, versenyképtelen médiatörvény ellenére – ne folytatódjon. A médiafelügyeleti feladatok ellátása a jövőben is nélkülözhetetlen, és az ORTT sokat tehet még azért, hogy az új hatóságnak e feladatok ellátásához megfelelő pozíciói legyenek.

## Irodalom

Kleinsteuber, Hans J. (2007) Rundfunkaufsicht zwischen Regulierung und Governance. Zur Rolle von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft. In: Donges, Patrick (Hg.): *Von der Medienpolitik zur Media Governance?* Köln: Herbert von Halem Verlag, 43–67.

Kooiman, Jan (2003) *Govering as Governance*. London: Sage Publications.

Kovács András Péter (2007) Médiaszabályozás Olaszországban. *AKTI Füzetek*, 13. sz.

Polyák Gábor & Szőke Gergely (2007) Médiaszabályozás Németországban. *AKTI Füzetek*, 6. sz.

Polyák Gábor (2004) *Médiaszabályozás az Egyesült Királyságban*. [http://www.akti.hu/tanulmany/index\\_kulfold.html](http://www.akti.hu/tanulmany/index_kulfold.html)

Polyák Gábor (2008) A műsorterjesztők és a tartalomszolgáltatók kapcsolatának hírközlési jogi szabályozása. *Infokommunikáció és Jog*, 3. és 4. sz.

Scheuer, Alexander & Strothman, Peter (2002) *Media Supervision on the Threshold of the 21st Century – Structure and Powers of Regulatory Authorities in the Era of Convergence*. [http://obs.coe.int/oea\\_publ/iris/iris\\_plus/iplus2\\_2002.pdf](http://obs.coe.int/oea_publ/iris/iris_plus/iplus2_2002.pdf)

## Lábjegyzetek

1

A „normaalkotó hatóság” koncepciójának hazai megvalósítására az alkotmány nem ad lehetőséget. Az alkotmánybíróság következetes gyakorlata szerint a jogokat és a kötelezettségeket érintő rendelkezések ki nem hirdetett, jogszabályi szint alatti normába nem foglalhatók, és a magyar jogrendszer nem ismer olyan jogszabályi szintet, amelynek kibocsátására valamely hatóság jogosult lenne. Minden olyan megoldás – törvényi felhatalmazás vagy hatósági gyakorlat –, amely alapján a jogalanyok jogainak és kötelezettségeinek szabályozása nem jogszabályi szintű normában, illetve a címzettek felé normaként érvényesülő aktusban, informális jogértelmezésben történik, a jogállamisággal ellentétes, ezért alkotmányversértő [2/2005. (II. 10.) AB hat.; 12/2005. (VI. 6.) AB hat.].

2

Communications Act 2003 6. § (3)

3

Keretirányelv (5) preambulum-bekezdés.

4

Keretirányelv (5) preambulum-bekezdés.

5

Az integrált szabályozó hatóság legrégebbi megvalósítása a Federal Communications Commission (FCC), az Egyesült Államok média- és távközlési hatósága. Az FCC a közigazgatási rendszerbe nem betagozódó, független szerv (*independent agency*). A hagyományos közigazgatási-hatósági feladat- és hatáskörök mellett az FCC szabályalkotó és kvázi-bíráskodó funkciókat is ellát, hatásköre a vezetékes vagy vezeték nélküli jelátvitel szabályozására, a távközlési szolgáltatók berendezéseinek és a szolgáltatások árának szabályozására, a rádiófrekvenciákkal kapcsolatos szabályozási és igazgatási feladatokra, valamint a kábel ágazat szabályozására terjed ki.

6

Az osztrák szabályozás további sajátossága, hogy a médiát érintő hírközlési hatásköröket – az eszközhasználatától a piacelemzésen, a frekvenciahasználati jogosultság átruházásának engedélyezésén, a piacfelügyeleten át a vitarendezésig – nem a hírközlési, hanem a médiaszabályozó hatóság (KommAustria) gyakorolja. Ez a hatásköri szabályozás azokra az esetekre vonatkozik, amikor az eljárást kezdeményező indítvány kommunikációs hálózatnak, ahhoz tartozó berendezésnek vagy hírközlési szolgáltatásnak műsorszolgáltatás vagy kiegészítő szolgáltatás terjesztésére történő igénybevételére vonatkozik, illetve akkor, ha a szabályozói intézkedés műsorszolgáltatás vagy kiegészítő szolgáltatás terjesztését érintő piacra vonatkozik. Ugyancsak a médiahatóság gyakorolja a médiát érintő frekvenciagazdálkodási hatásköröket.

7

Az angol távközlés- és médiafelügyelet korábban igen tagolt volt. A távközléssel kapcsolatos felügyeleti-hatósági feladatokat az Office of Telecommunications (OfTel) látta el. A kereskedelmi televíziók felügyelete az Independent Television Commission (ITC), a kereskedelmi rádiók felügyelete pedig a Radio Authority feladata volt. A tartalomszabályozásban fontos szerepe volt a Broadcasting Standards Commissionnek. A frekvenciagazdálkodást a Radiocommunications Agency végezte.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

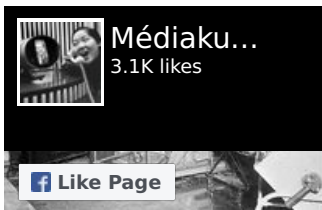
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Digitália

[Bodoky Tamás](#):

# Támad a civilmédiá: minden ötödik Index-olvasó blogol

**A professzionális újságírás a nyomtatott sajtó és az elektronikus média hagyományait követő online változata helyett mostanában sokan az amatőrök által kitalált blogban látják a valódi online újságírást. A blogtól várják az újságírás új média által katalizált reformját, amely felülről irányított információközlés helyett a tömegek párbeszédét hozhatja. A kezdetben magát a média főszereplőjének ellenében meghatározó, robbanásszerűen terjedő műfajt az intézményesült új média is felfedezte ugyanakkor, és beemelte kínálatába. Kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam: mennyit és miért olvasnak, illetve írnak blogokat az Index hírportál olvasói, és miként értékelik a blogok és a professzionális média viszonyát? Milyen egyéb közösségi, tehát a felhasználók, nem pedig professzionális tartalomgyárak által generált tartalmakat fogyasztanak és készítenek a neten?**

### Irodalmi áttekintés

Az online újságírás megjelenésétől és térhódításától sokan a hírújságírás elavultnak vélt tradícióinak újragondolását és reformját várták, új lehetőségnek tekintették „az egyre elidegenedettebb és bizalmatlanabb közönség visszahódítására” (Pavlik, 2001). Az online közeg kihívást támaszt az újságírás korábbi gyakorlatával szemben, az erre a kihívásra adott válaszok pedig olyan „új generációs újságírói konvenciókat teremtenek, amelyek a hagyományosabb médiaformákat is befolyásolják. Az új technológiák tehát ideális terepet biztosítanak az újságírás reformereinek új ötletek kipróbálására” (Fulton, 1996). Az újságírói konvenciók és normák újrafogalmazásának lehetősége különös izgalmat keltett szakmai berkekben, mert sokan konzervatívnak és rugalmatlannak tartják az újságírásnak a hagyományos médiaformákban kialakult gyakorlatát. Matheson (2004) szerint formalizált szabályok hiányában a normalitás kényszerítő ereje (Foucault, 1977) alakítja az újságírás gyakorlatát, ez azonban gyengül, amikor az újságírás új kontextusokhoz alkalmazkodik, tehát ilyenkor nyílik lehetőség megváltoztatni a *status quoté*.

Az új média által biztosított lehetőségek kiaknázásában, valóra váltásában azonban kezdetben lassúnak és inkompetensnek bizonyult a hivatásos újságírószakma. Boczkowski (2002) egész sor olyan kutatást felsorol, amely arra a következtetésre jutott, hogy az úgynevezett online újságírás gyakran a nyomtatott tartalom újraközlésére szorítkozik, „még mindig nem tudjuk, milyen lehetőségeket hordoz az internet, még mindig csak kérdezzük, hogy az újságírás – ahogy megismertük és szeretjük – adaptálódik-e az új médiumhoz, avagy sem”. John Katz (1997) szerint az amerikai lapok negligálták az interaktív korszak beköszöntét, és még szerzőik e-mail címét sem közlik. Más kutatók is arra a következtetésre jutottak, hogy az intézményesült internetes újságírás – szemben az informális online hírhálózatokkal – a nyomtatott sajtó és az elektronikus média hagyományait követi (Deuze, 2003), és hogy még azoknak az online újságíróknak a szövegei sem árulkodnak túl sok jó ötletéről, akik az új médiában a változtatás lehetőségét látják és ünneplik. Az intézményesült újságírás online megjelenésével szemben számos kutató az amatőrök által kitalált *weblogban* látja a valódi online újságírást, és ettől várja az újságírói normák és konvenciók oly nagyon áhított reformját (Matheson, 2004).

A *weblog* szót 2004-ben „az év szavának” nyilvánító tekintélyes Merriam-Webster angol értelmező szótár definíciója szerint a blog „olyan websajt, amely a szerző reflexióival, kommentárjával, és gyakran hivatkozásaival ellátott online naplót tartalmaz”.<sup>1</sup> A blog eleinte olyan naplót jelölt, amelyben a legfrissebb bejegyzés szerepel felül, és alatta kronológiai sorrendben a korábbiak, és amely a blogtárhelyet kínáló szolgáltatóknál speciális technológiai ismeretek nélkül is létrehozható. A blog szerzője a *blogger*. A blogokban a szöveg mellett gyakran találunk linkeket, képeket, mozgóképet vagy hangot, és időközben létrejött egy speciális formája, a mozgóképre szakosodott *videoblog* (vlog) is. A műfajon belüli differenciálódást jelzi az is, hogy a naplószerű blogok mellett megjelentek az elsősorban más online tartalmakra mutató linkeket tartalmazó, úgynevezett szűrő vagy tallózó blogok (Blood, 2000), illetve a kutatók megkülönböztetnek személyes, csoportos, sőt intézményi blogokat is.

## A blogok és a tömegmédiá

Az Egyesült Államokban már a 2004-es elnökválasztási kampányban fontos szerepet kaptak a politikai kampányokat szolgáló kampányblogok, és nagyjából ekkortájt megjelentek az online hirdetési piacról élő profitorientált blogok is. Az új műfaj gyorsan népszerűvé vált azokban az országokban is, amelyekben korlátozzák a sajtószabadságot, mint például Kína vagy Irán – mindkét országban letartóztattak már olyanokat, akik rendszerkritikus megjegyzéseket közöltek webnaplójukon. A blogokból építkező online nyilvánosságot blogoszférának keresztelték el a bloggerek, a Wikipedia online enciklopédia szócikke<sup>2</sup> szerint ez az összes blogot és azok kapcsolódási pontjait is magában foglalja, és azt is kifejezi, hogy a webnaplók nem önmagukban léteznek, hanem hálózati közösségbe, közösségekbe szerveződve működnek. A közösségi jelleget emeli ki az úgynevezett blogaggregátok megjelenése is, amelyek szerkesztett nyitóoldallal könnyítik meg a hozzájuk tartozó blogok közötti eligazodást.

A blogműfaj által támasztott kihívást az intézményesült média először a Monica Lewinsky-ügy kipattanásakor érezte meg: 1998-ban a Drudge Report ([www.drudgereport.com](http://www.drudgereport.com)) című, egy washingtoni politikai pletykaújságíró, Matt Drudge által fenntartott blog közölte először a gyakornoklány és Clinton elnök viszonyáról szóló hírt, miután a Newsweek című rangos hetilap visszautasította a sztori közlését. Később több politikus is hasonlóan járt a blogoszféra térhódításának köszönhetően. Mark Foley floridai republikánus képviselő, a gyermekvédelem egyik egyesült államokbeli élharcosa például tizenéves fiúkat zaklatott szexuálisan az interneten keresztül, de a kompromittáló e-maileket a média fősodra a hitelesség problémáján rágódva hetekig nem közölte. Viszont amikor ezek az információk felbukkantak egy, a szexuális ragadozók kipellengérezésére létrejött weblogon (3 A dél-koreai közéletben nagyon befolyásossá vált az OhMyNews, de a modellt nem sikerült exportálni: a nemzetközi verzió kudarcot vallott.

Fontos fejlemény az újságírói forráskutatás önkéntes tényfeltárókhoz való kihelyezése. A „nyílt forráskódú tudósításokat” közlő newassignment.net nevű weboldal éppen erre a célra jött létre: az oldalon szereplő újságírói feladatok, adatkérések megoldásában húszezer önkéntes segítkezik. És a módszer működik: a 2006-ban alapított, önmeghatározása szerint „az internet és az új információs technológiák forradalmi hatalmát” a polgárok és a demokrácia szolgálatába állító, a kormány átláthatóságát, elszámoltathatóságát, a korrupció csökkentését, valamint a demokratikus intézményekbe vetett közbizalom növelését célul tűző Sunlight Foundation ([sunlightfoundation.com](http://sunlightfoundation.com)) a newassignment.net önkéntesei segítségével derítette ki, kik azok az amerikai képviselőjelöltek, akik családtagjaiknak is juttattak a kampánybüdzséből. Az Egyesült Államokban ez szigorúan tilos, a kongresszusi korrupció egy formájának tartják. Ehhez mindössze nyilvános dokumentumkutatásra volt szükség, amit az interneten toborzott önkéntesek ezrei el is végeztek az újságírók számára.

## A blogoszféra demokratikus potenciálja

Ethan Zuckerman amerikai újmédia-kutató szerint nagyon egyenlőtlen a figyelem, amit az egyes országok a transznacionális tömegmédiától kapnak, ezért a bloggerek segítségével kell „a fősodró média vakfoltjain” élő helyzetéről tudósítani. Japánnak és Nigériának például nagyjából ugyanannyi a lakosa, a tömegmédiá mégis sokkal gyakrabban foglalkozik Japánnal: a [cnn.com](http://cnn.com) hírportálon például 30 japán vonatkozású hírre jut egy nigériai. Zuckerman szerint mindez nem magyarázható nyelvi okokkal, hiszen míg Japánban még az írásmód is idegen, Nigéria angol nyelvű ország (Zuckerman, 2008).

Zuckerman szerint a médiafigyelem mértéke az adott ország gazdasági helyzetének függvénye, „az alulreprezentált országokra legfeljebb az irányíthat némi pluszérdeklődést, ha megszállja őket az amerikai hadsereg”.<sup>4</sup> Erre példa a Dear Raed ([dear-raed.blogspot.com](http://dear-raed.blogspot.com)), a Salam Pax álnéven író iraki blogger elhíresült bagdadi naplója, amelyet az amerikai invázió idején több tízezer, köztük rengeteg újságíró is olvasott. Pedig ma már a legszegényebb országokban is tömegével írnak blogokat, Kenyában például több száz blogot reprezentáló blogaggregát ([kenyaunlimited.com](http://kenyaunlimited.com)) is működik, mégsem tudja áttörni a globális médiaérdeklődés felkeltéséhez vezető gátakat.

Zuckerman ezért 2004-ben rendhagyó blogaggregátot indított Global Voices néven, amely több mint 150 ország politikai-közéleti témájú webnaplójából válogat, fordít és disztributál tudósításokat, „hogy felerősítse a fősodró média partvonalán túl élő közösségek hangját”. A Global Voices napi 150 blogbejegyzést közöl, köztük szerkesztett regionális összefoglalókat is, felvállalva az újságírói kapuórszerepet. Sok nem angol nyelvű blogbejegyzést le is fordítanak, majd közzéteszik a Creative Commons ([creativecommons.org](http://creativecommons.org)) [utánközlést engedélyező licence alapján](#). [A dolog fordítva is működik, van olyan kínai blog, amely Global Voices-posztokat fordít le és ad közre kínaiul.](#)

[A Global Voices-nek jelenleg havi egymillió látogatója van, köztük sok újságíró és tudós, aki forrásértékűnek tartja a posztokat, és a Reuters hírügynökséggel kötött megállapodásnak köszönhetően anyagai egy része a nemzetközi hírkínálatba is bekerül. A Global Voices fotókat, videókat és hangzó anyagokat is közöl és terjeszt, a blogoszférából merített hírekből tallózó podcastokat számos helyi rádió is átveszi.](#)

[Nem demokratikus országokban komoly politikai tényezővé nőttek ki magukat a közéleti blogok. A velejéig korrump Kenyában egy Harvardon diplomázott, évi negyedmillió dolláros washingtoni állását emiatt feladó jogász szerkeszti a \[Mzalendo.com\]\(http://Mzalendo.com\)-ot, amely a törvényhozás munkáját próbálja nyilvánossá tenni, mert a helyi sajtó nem látja el ezt a szerepet. A parlamentből civil önkéntesek tudósítják a sajtót, a vitákba már néhány helyi politikus is bekapcsolódott. Egyiptomban szintén blogokon szerveződik az ellenzéki Kefayah mozgalom: amikor a Kefayah aktivistáit 2007-ben letartóztatták, akkora botrány lett belőle a neten, hogy a BBC és az Al Jazeera stábokat küldtek a helyszínre.](#)

Ugyanakkor – például Zuckerman szerint – a blogoszféra sem demokratikus és reprezentatív: ahol több a pénz és az áram, jóval több a blog is. A bloggerek a fejlődő országokban is a gazdagabb és műveltebb réteget képviselik, és az új média a világ legnagyobb részén még nem törte át a relevanciakorlátot úgy, mint például Afrikában a mobiltelefon. Ezen segíthet például a GeekCorps ([geekcorps.org](http://geekcorps.org)) nevű civil szervezet, amely *low-tech* megoldásokkal internetkapcsolatot épít ki a harmadik világbeli országok elmaradott vidékeire, és átadja az eszközök működtetéséhez szükséges szakértelmet is.

A technológiai és a gazdasági korlátok mellett mesterséges, bürokratikus korlátok is nehezítik az online nyilvánosság kialakulását. Az ok néha vallási: Szaúd-Arábiában például a pornót szűrik. Máskor politikai, mint például Kínában: a Global Voices kínai szerkesztőjét, Hao Wut 2006-ban letartóztatták Pekingben, mert egy amerikai tévétársaságnak forgatott. Hat hónapig tartották fogva vádak és ügyvéd nélkül; kiszabadítására a Global Voices online kampányt szervezett.

A blogok politikai, demokratikus potenciálját jelzi, hogy még olyan országok is tiltják a blogolást, amelyeknél központi tartalomszűrés nem is működik. Ilyen például Etiópia. Pakisztánban 2006 márciusában, a dán karikatúrabotrány után tiltották be a blogokat, Indiában nem sokkal később az iszlámmellenes erőszakra buzdító felhívások miatt. De a tiltás sehol nem volt hosszú életű, a bloggerek mindenütt gyorsan megtalálják a tilalom kijátszását lehetővé tévő technológiai kikapukat. Ilyen megoldásokat kínál például a Secure NGO in a Box ([security.ngoinabox.org](http://security.ngoinabox.org)) nevű webszajt, amelyről civil szervezetek ingyenesen tölthetnek le az elektronikus privát szférát védő alkalmazásokat.

Zuckerman szerint az összes blogger mindössze egy-két százaléka tevékenykedik rendszeresen a *citizen journalism*nek, vagyis civil újságírásnak nevezett területen, a többi blogger legfeljebb időnként vagy véletlenül követ el „újságírói gesztusokat” (*acts of journalism*). Újságírói gesztus volt, amikor egy thaiföldi tinilány elsősorban női cipőknek szentelt blogja nemzetközi hívatkozási alappá vált a 2006-os katonai puccs idején, mert Bangkok utcáin forrásértékű képeket készített és publikált. Az ilyesfajta tudósítások szerzői jó időben vannak jó helyen, a szakértői blogokon viszont olyan tudás nyilvánul meg, amihez nincs szükség szerencsére.<sup>5</sup>

## A blogoszféra becsatornázása

A kezdetben magát a fősodró, professzionális média ellenében meghatározó blog műfajt az ezredforduló után az intézményesült online média is felfedezte, és beemelte kínálatába a blogokat. A meghatározó hírportálok közül elsőként a BBC Online és a Guardian indított tematikus blogokat profi újságírókkal 2000 körül, a Cyberjournalist ([www.cyberjournalist.net](http://www.cyberjournalist.net)) pedig az Egyesült Államokban 2005-ben 87, 2008-ban pedig már 252 olyan hírblogot tartott nyilván, amelyet nagy hírportálok profi újságírói készítenek.<sup>6</sup>

A jelentős magyar hírportálok közül elsőként az [Index.hu](http://Index.hu) nyitott a blog műfaj felé: nagy érdeklődésre számot tartó események (például választások, háborúk, terrortámadások) idején – angolszász mintára: így csinálja a BBC és a CNN is – időszakos hírblogot („percről percre”) indít, amelyen blogszerűen, rövid hírek és tudósítások formájában, fordított időrendben egymás után sorjáznak a legfrissebb fejlemények, majd amikor az esemény lecsengett, a gyorsan frissülő hírfolyamból hagyományos, összefoglaló cikk készül. Az Index 2005-től egyre több újságíróblogot indított, és a hírszolgáltatás egy részét is blog formátumra állította át. Az első, profi újságírók által készített Index-blogok a nyelvészeti-helyesírási témájú Korrektorblog ([index.hu/kultur/korrektor](http://index.hu/kultur/korrektor)), a médiahírekre és médiakommentárra szakosodott Comment.com ([index.hu/kultur/media/cc](http://index.hu/kultur/media/cc)), az elsősorban fogyasztóvédelmi kérdésekkel foglalkozó, nagy sikerű Tékozló Homár ([homar.hu](http://homar.hu)) voltak.

Azóta az olvasói kommentárnak is teret adó blog formátumra állt át többek között a gazdasági, a tudományos-technológiai és a kultúrrovat rövidhír-szolgáltatása, és az Index újságírói számos tematikus blogot indítottak – ilyen például a könyvkritikára, irodalmi hírekre specializálódott Könyves blog ([konyves.blog.hu](http://konyves.blog.hu)), a mobiltelefonia legfrissebb híreit tálaló Cellanapló ([cellanaplo.blog.hu](http://cellanaplo.blog.hu)) vagy a tömegközlekedés híreire szakosodott Kötött pálya ([kotottpalya.blog.hu](http://kotottpalya.blog.hu)). 2008 márciusában összesen 37 újságíróblogot számoltunk össze az Indexen. Barta Judit (2007) szerint az Index

„...a nagy média és a kis média közti határvonalat teszi átjárhatóvá, miután bizonyos rovatokban megjelennek a blogok, és a civil újságírók cikkeit is becsatornázzák. Így nemcsak a mainstream, hanem a niche piaci igényeket is ki tudja elégíteni”.

A [blog.hu](http://blog.hu) magyar blogtárhely-szolgáltató 2006-os megvásárlásával, és a hírportál nyitóoldalára integrálásával ugyanis az Index az olvasóközönségének is lehetővé tette a blogolást, amit az tesz különösen vonzóvá, hogy a jól sikerült civil blogbejegyzések – szerkesztői közreműködéssel – a hírportál nagy látogatottságú nyitóoldalán is megjelenhetnek. Az eredetileg meghívásos alapon működő portálra ma már bárki szabadon regisztrálhat, a nagyjából harmincezer regisztrált felhasználóval rendelkező [blog.hu](http://blog.hu) 2008 márciusában több mint 6000 működő webnaplót tartott nyilván. A [blog.hu](http://blog.hu) nyitóoldala maga is szerkesztett portálként – blogaggregátként – funkcionál, a legnépszerűbb blogokhoz naponta akár ezer hozzászólás is érkezik. A [blog.hu](http://blog.hu)-t az Index 2007-ben az Inda névre keresztelt közösségi szolgáltatások hálózatába integrálta, amely a blogtárhelyen kívül e-mailt, fórumrendszert, fotó-, és videomegosztó oldalt és internetes telefont is kínál.

## Robbanásszerűen terjedő közösségi tartalom

A weblogok vagy röviden blogok 1998-ig csak néhány webszajton tűntek fel, azóta viszont robbanásszerűen terjednek: a Pew Internet and American Life Project kutatása szerint<sup>7</sup> 2006-ban az Egyesült Államokban 12 millióan – vagyis az amerikai internetezők nyolc százaléka – készítettek blogokat, amelyeket 57 millióan – vagyis az

amerikai internetezők 39 százaléka - olvastak. Magyarországon az NRC Netmonitor 2007-es kutatása szerint<sup>8</sup> az internetezők 12 százaléka vezet internetes naplót, 50 százalékuk látogatott már blogokat, és 11 százalékuk rendszeresen olvassa azokat.

A UniversalMcCann amerikai médiaügynökség 2006. szeptember és 2007. június után 2008 márciusában harmadszor végzett a 16 és 54 év közötti úgynevezett aktív felhasználókra - azaz a legalább két naponta internetezőkre - nézve reprezentatív globális internethasználati trendvizsgálatot.<sup>9</sup> Az eredmények szerint a blog népszerűsége töretlenül emelkedik; a 475 millió aktív internethasználó 72,8 százaléka számolt be róla, hogy rendszeresen olvas valamilyen blogot. Negyvenöt százalék, összesen 184 millió nyilatkozott úgy, hogy ő maga is indított már blogot, ami 14 százalékos emelkedést jelent 2007 júniusa óta.

A legmagasabb, 70 százalék feletti arányt Dél-Koreában (71,7 százalék), Tajvanon (70,9 százalék) és Kínában (70,3 százalék) mérték. A bloggerek száma szerinti listát Kína vezeti 42,5 millióval. Az Egyesült Államokban az aktív felhasználók 26,4 százaléka indított blogot, Nagy-Britanniában 25,3 százalékuk, Kanadában pedig 22,5 százalékuk. A fejlettebb országokban mért alacsonyabb értékek az elemzés szerint annak tudhatók be, hogy ezekben az országokban az internet nem annyira új keletű lehetőség, mint például Kínában, és a felhasználók ezért nem veszik át olyan sietséggel az új szokásokat.

Ha valaki gyors sikerekre (sok látogatóra) vágyik ezen a területen, akkor a kutatás alapján úgy tűnik, hogy elsősorban személyes blogot érdemes írni. A világ bloggereinek túlnyomó többsége - 63,5 százaléka - személyes, naplószerű blogot vezet. A mindennapi élet mellett ugyancsak népszerű téma a zene, az informatika, a film és a televízió, illetve az utazás. Az üzleti blogok ugyanitt csak 12 százalékot tudtak elérni, míg a celebritások webnaplói érdekes módon a mezőny végére kerültek 9,8 százalékkal. A műfaj népszerűségének emelkedése mellett a másik újdonság az, hogy a szélessávú internetezés terjedésének köszönhetően a blogokon egyre több a multimédiás tartalom; 60,6 százalék helyez el rendszeresen fotókat a blogján, 28,8 százalék tesz fel videókat, 24,3 százalék pedig zenét tölt fel.

A UniversalMcCann felmérésében 29 országból összesen 17 ezer internetező vett részt. A bloggerek aránya alapján összeállított lista végén három kelet-európai ország áll. Románia 21,3 százalékkal a 27. helyre került, Csehország 18,2 százalékkal a 28. helyezett, az utolsó pedig Magyarország 7,8 százalékkal.

A felvett adatok alapján az alábbi általános megállapításokat tették:

A közösségi internethasználat globális jelenség, gyakorlatilag mindenki használ ilyen típusú szolgáltatásokat, azok közül, akik online vannak.

Az ázsiai piacok az élen járnak a részvétel szempontjából, az összes többi régiónál nagyobb mennyiségű tartalmat hoznak létre.

Minden közösségi részvételre épülő alkalmazás nőtt a legelső adatfelvétel óta, a videók a legnagyobb mértékben, 31 százalékos penetrációról 83 százalékra.

Az összes résztvevő 57 százaléka csatlakozott valamilyen közösségi kapcsolathálókat építő oldalhoz (mint például az iWiW vagy a MyVIP).

A kitöltők 23 százaléka telepített már valamilyen saját honlapra integrálható alkalmazást (*widgetet*), a bloggerek 18 százaléka alkalmaz valami hasonlót a blogjában.

A blogok lassan már a fősodró médiával is konkurálnak az online felhasználók körében, a válaszadók 73 százaléka olvas valamilyen blogot.

A blogok között a legnépszerűbbek a személyes naplók, illetve a családhoz fűződő bejegyzések.

Kínában már most több blogger van, mint az USA-ban és az EU-ban együttvéve.

A kitöltők 34 százaléka írta már meg véleményét valamilyen termékről vagy márkáról a blogjában.

Az egyes országok adatsorait vizsgálva szembeötlő, hogy Magyarország a felhasználói részvételre építő online tevékenységek között meglehetősen szélsőséges értékeket produkált. Bár elsőre nem tűnik alacsony számnak, de összevetve a többi országgal, blogolvasásban például 50,5 százalékkal az utolsó helyen állunk az aktív internethasználókat tekintve. Minden második magyar válaszadó mondta azt, hogy olvasott már blogot, szemben például az első helyen álló Dél-Koreával, ahol ugyanez az arány 92 százalék.

A blogok írásában sem sokkal hízelgőbb a kép ránk nézve, ugyanis az aktív felhasználóknak mindössze 7,8 százaléka ír blogot Magyarországon, szemben Dél-Koreával, ahol ugyanez az arány 71,7 százalék. Az utolsó előtti helyen álló csehek is majdnem kétszer olyan aktívak ebből a szempontból, mint mi, ugyanis náluk a válaszadók majdnem ötöde vezet saját webnaplót. A blogot írók legnagyobb arányban (61 százalék) fényképeket töltenek fel a blogjukba, míg majdnem harmaduk videókat oszt meg.

A közösségi (kapcsolatháló) oldalak terén viszont - hasonlóan a tévézéshez - magasan verjük a mezőnyt, az aktív magyar internethasználók 80 százaléka hozott már létre ilyen oldalon profilt, csak a Fülöp-szigetek tudott megelőzni minket 83,1 százalékkal. A csehek itt is az utolsó helyek egyikén állnak, 35,5 százalékkal. Fotómegosztásban is a Fülöp-szigetek aktív internethasználói állnak az élen 86,4 százalékkal. A 29 országból a magyarok ezen a téren 31,8 százalékkal csak a franciákat (35,5 százalék) és Japánt (21 százalék) tudták megelőzni.

Videofeltöltés terén is az utolsó helyet sikerült megszereznünk, a magyar aktív internetezők 16,3 százaléka állította, hogy töltött már fel videót valamilyen megosztó oldalra, míg a braziloknál ugyanez az arány 68,3, a csehekénél 26,6, a lengyeleknél pedig 36 százalék. A neten megosztott videók megtekintése szempontjából viszont Magyarország a középmezőnyben végzett 86,5 százalékkal, de ebben a kérdésben sokkal kisebb volt a szórás az egyes országok között, vagyis az online videonézés majdnem mindenhol egyformán nagyon népszerű.

## Minden ötödik Index-olvasó blogol

Kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam: milyen arányban és mennyit olvasnak, kommentálnak, illetve írnak blogokat az Index olvasói. A személyes vagy a tematikus blogok érdeklik-e őket jobban? Hogyan értékelik a blogok és a professzionális médiatermékek viszonyát? Kíváncsi voltam arra is, hogy milyen egyéb, felhasználók által készített tartalmakat fogyasztanak, illetve készítenek a blogokon kívül. A bloggerek esetében kíváncsi voltam arra is, hogy milyen célból, témákról és gyakorisággal blogolnak. Ezért kvantitatív kutatást végeztem survey módszerrel az Index olvasóinak körében.

A kérdőívet 7689 Index-olvasó töltötte ki 2007. augusztus 27-én. A minta nem reprezentálja az ország szociodemográfiai megoszlását. Válaszadóim az átlagosnál jóval iskolázottabbak: 61 százalékuk felsőfokú, 36 százalékuk középfokú végzettségű; sokkal több közöttük a férfi (76 százalék), mint a nő; 85 százalékuk életkora 19-40 év közötti; 51 százalékuk főállású alkalmazott, 22 százalékuk tanuló vagy hallgató, 12 százalékuk szellemi szabadfoglalkozású, 11 százalékuk vállalkozó vagy tulajdonos. Többségük, 56 százalékuk budapesti lakos.

A kérdőívet kitöltő Index-olvasók a magyar átlagnál sokkal régebben és sokkal többet interneteznek: 82 százalékuk öt évnél régebben, 86 százalékuk otthon is internetezik; 83 százalékuknak van otthonában szélessávú internet-hozzáférés. A munkahelyén 60, oktatási intézményben tíz, könyvtárban és más nyilvános helyen négy százalékuk fér hozzá az internethez, 80 százalékuk naponta két óránál többet internetezik. Blogokat viszont a túlnyomó többségük kevesebb mint három éve olvas (lásd az 1. ábrát).

Amint arra már előző, az Index-olvasók hírfogyasztási szokásait vizsgáló felmérésemből is fény derült, a nagyon sokat internetező Index-olvasók körében a nyomtatott sajtó olvasása és a televízió nézés rovására tolódik el a médiafogyasztással töltött idő mérlege (Bodoky, 2007). Ez ebből a felmérésből is kiderült, válaszadóim jóval több időt töltenek hírportálok és blogok, mint nyomtatott lapok olvasásával (lásd a 2. ábrát). A válaszadók 68 százaléka szabadidejében (is), 45 százaléka munkaidőben (is) olvas blogokat, és 62 százalékuk használ RSS-olvasót.<sup>10</sup> A válaszadók 28 százaléka angol, két százaléka német, 0,5 százaléka pedig francia, spanyol és orosz nyelvű blogokat is olvas.

1. ábra: A többség hét évnél régebben internetezik, és három évnél kevesebb ideje olvas blogokat



2. ábra: A hírportálok és a blogok dominálják az írott sajtó időmérlegét



A válaszadók 79 százaléka olvas, 23 százaléka kommentál, 21 százaléka készít is blogokat. Közülük a bloggerek 53 százaléka, a nem blogolók 14 százaléka kommentál blogokat. A blogolvasók 27 százaléka készít, 29 százaléka kommentál blogokat. A más blogokhoz megjegyzéseket fűző hozzászólók felének saját blogja is van, a bloggerek 53 százaléka pedig kommentel is a rendszeresen olvasott blogokon, vagyis a blogírók és a hozzászólók tábora erős átfedést mutat (lásd a 3. ábrát).

3. ábra: A bloggerek és a hozzászólók tábora erős átfedést mutat



Érdekes eredmény, hogy a blogolvasók, a blogírók és a blogkommentálók aránya nem függ a nemtől, a lakóhelytől vagy az iskolai végzettségtől, a különbségek mértéke ezekből a szempontokból egyik kategóriában sem haladja meg az egy-két százalékot. Erősen függ viszont az életkortól: minél fiatalabb valaki, annál aktívabb a blogokon. A legnagyobb aktivitást a 18 év alattiak körében mértem, 87 százalékuk olvas, 35 százalékuk ír, és 28 százalékuk kommentál blogokat. Majdnem ilyen magas értékeket kaptam a 19-40 éves korosztályban, de még a 60 évesnél idősebbek több mint fele is olvas blogokat, sőt köztük is akad öt százalék, aki blogol.

A blogokon kifejtett aktivitás - nem meglepő módon - az internetezéssel töltött idővel egyenesen arányosnak bizonyult. A napi egy óránál kevesebbet internetezők 58 százaléka olvas, 11 százaléka ír és öt százalékuk kommentál blogokat, míg a napi hat óránál többet internetezők 88 százaléka olvas, 35 százaléka ír és 34 százalékuk kommentál blogokat (lásd a 4. ábrát).

4. ábra: Az életkorral fordítottn, az internetezéssel töltött idővel egyenesen arányos a blogokon kifejtett aktivitás



A válaszadók neme szempontjából szignifikáns különbséget mutat a személyes vagy tematikus bontás: a nők nagyobb része olvas csak személyes, a férfiak nagyobb része olvas csak tematikus blogokat. A mindkét félt, illetve az egyiket sem olvasók aránya nagyjából megegyezik (az alapadatoktól való csekély eltérést az magyarázza, hogy a blogot nem olvasók egy része nem adta meg a demográfiai adatait a kérdőív kitöltése során). Hasonlóképpen, a

téma szerinti bontásban a férfiak gyakrabban olvasnak politikai, közéleti, illetve szakmai, professzionális blogokat mint a nők, míg a nők személyes, magánélettel foglalkozó blogokat olvasnak gyakrabban a férfiaknál (lásd az 5. ábrát).

*5. ábra: A nők a személyes, a férfiak a tematikus blogokat kedvelik jobban*



A válaszadók 36 százaléka naponta többször, 14 százaléka naponta egyszer, 16 százaléka hetente többször, öt százaléka hetente egyszer, nyolc százaléka még ennél is ritkábban, 21 százaléka pedig egyáltalán nem olvas blogokat. A blogokat kommentálók száma ennél jóval alacsonyabb: naponta többször négy százaléuk, naponta egyszer két százaléuk, hetente többször nyolc százaléuk, hetente egyszer öt százaléuk, még ennél is ritkábban négy százaléuk kommentál blogokat, 77 százalék egyáltalán nem szól hozzá blogbejegyzésekhez (lásd a 6. ábrát).

*6. ábra: A blogolvasók többsége nem kommentál a blogokon*



A válaszadók 60 százaléka három vagy több blogot olvas rendszeresen. Új blogokra az Index-olvasók közel fele (48 százalék) bukkan már ismert blogokon. Ezt követik a hírportálok (36 százalék), majd a célzott keresés és a bloggyűjtő oldalak (lásd a 7. ábrát).

*7. ábra: A legtöbben már ismert blogokon találnak új blogokra*



A blogolvasást már nem a személyes ismerősök magánéletébe való bepillantás vágya motiválja a leginkább, mint a blogkorszak hajnalán: a válaszadók mindössze 21 százaléka olvas azért blogokat, mert személyes ismerősei készítik azokat. A legtöbben azért olvasnak blogokat, mert a blogok szórakoztatnak, szabadabb, élvezhetőbb a stílusuk, és markáns véleményeket fogalmaznak meg. A hírszolgáltatás gyorsasága, alaposága, mélysége, valamint a hozzászólás lehetősége csak ezután jönnek a sorban (lásd a 8. ábrát).

A blogokkal kapcsolatos attitűdállítások értékelése azt mutatja, hogy az Index-olvasók nem tekintik a professzionális sajtó vetélytársainak a blogokat; sokkal többen vélik úgy, hogy a blogok és a profi sajtó kiegészítik egymást. A legtöbben szórakozásnak, hobbinak, önkifejezésnek tartják a blogolást, és elutasítják azt a radikális bloggerek által gyakran hangoztatott nézetet, hogy a blogok fontosabbak, mint a profi sajtó. Ugyanakkor a minta jelentős része, 42 százaléka egyetért azzal, hogy civil újságírásról van szó, ami megváltoztatja a médiát, és többségük elutasítja azt a feltevést, hogy a releváns blogokat profi újságírók készítik (lásd a 9. ábrát).

*8. ábra: A legtöbben szórakozásból olvasnak blogokat*



*9. ábra: A többség úgy véli, a blogok és a profi sajtó kiegészítik egymást*



A csak a blogíróknak szóló kérdésekre adott válaszokból kiderült, hogy - a blogolvasókhöz hasonlóan - a férfiak a tematikus, a nők a személyes blogokat preferálják nagyobb arányban. Csak személyes blogot a nők 65, a férfiak 41 százaléka, míg csak tematikus blogot a nők kilenc, a férfiak 24 százaléka készít. A nemek közti különbségek a témaválasztásnál is tetten érhetők, a férfiak jóval nagyobb arányban írnak politikai és közéleti, illetve szakmai és professzionális blogokat. Arra a kérdésre válaszolva, hogy saját magának és a barátainak, vagy nagyobb közönségnek szánja-e a blogját, a bloggerek kisebb része, 38 százaléka válaszolt úgy, hogy nagyobb közönségre számít, 62 százalék csak a saját szórakoztatására készíti vagy a belső körnek szánja webnaplóját. A blogolók 20 százaléka legalább naponta, 72 százaléka legalább hetente frissíti a blogját (lásd a 10. ábrát).

*10. ábra: A bloggerek 20 százaléka legalább naponta frissíti a blogját*



Arra a kérdésre, hogy miért blogolnak - a Pew Internet által megkérdezett amerikai bloggerekhez hasonlóan -, a legtöbben (65 százalék) azt választották, hogy önkifejezésnek szánják. Majdnem ugyanennyien (64 százalék) a véleményüket szeretnék megosztani, ennél kevesebben, a bloggerek körülbelül fele pipálta be azt az opciót, hogy a tapasztalatait szeretné megosztani, vagy hogy szórakoztatni szeretné az embereket. Kapcsolattartás, kapcsolatépítés céljából 31 százaléuk blogol, pénzt hat százaléuk keres vagy szeretne keresni webnaplójával (lásd a 11. ábrát).

*11. ábra: A legtöbb blogger önkifejezésnek, véleménynyilvánításnak szánja a blogját*



Az attitűdállítások értékelésében a bloggerek az összes válaszadónál magasabb arányban értettek egyet azzal, hogy a blogolás civil újságírás, ami megváltoztatja a médiát, illetve, hogy a blogok fontosabbak mint a professzionális sajtó. Ugyanakkor az összes válaszadónál alacsonyabb arányban értettek egyet azzal az állítással,

hogy a releváns blogokat már régen profi újságírók írják. A blogolvasók és a blogírók között nincs jelentős eltérés a blogok és a professzionális sajtó viszonyának megítélésében: mindkét csoportnak nagyjából ötöde érzi úgy, hogy a blogosféra és a fősodró média vetélkedik a figyelmükért, háromötödük szerint viszont kiegészítik egymást.

A potenciális bloggerek tábora nagyobbban bizonyult a jelenleg is blogolóknál: a válaszadók hét százaléka régebben blogolt, de már abbahagyta, további 11 százaléka pedig még nem blogol, de tervezi. A kérdőívet kitöltők 61 százaléka viszont úgy nyilatkozott, hogy nem blogolt, nem blogol, és a jövőben sem tervez blogot indítani.

Kíváncsi voltam a felhasználók által előállított, úgynevezett közösségi tartalmak népszerűségi sorrendjére is. A válaszadók körében a blogok a legnépszerűbbek, a megkérdezettek 79 százaléka olvas rendszeresen blogokat. Ezt követik 70 százalékkal a videomegosztó oldalak (például a YouTube, az Indavideo), 63 százalékkal a *social networking* oldalak (például az iWiW, a Myspace), 62 százalékkal a közösségi enciklopédiák (például a Wikipedia), 55 százalékkal a fórumok (például az Index Fórumcsoport).

Fájlcserélő rendszert a válaszadók 40 százaléka használ, netrádiót, podcastot 26 százaléka hallgat. Felhasználói termékértékeléseket (például a Népipéleket) 24 százaléka olvas, nyílt forráskódú programokat 18 százaléka használ, fényképmegosztó oldalakat (például Flickr) 17 százaléka nézeget, közösségi könyvjelzőket (például [Del.icio.us](http://Del.icio.us)) hét százaléka használ (lásd a 12. ábrát).

Arra a kérdésre válaszolva, hogy milyen közösségi tartalmat készítenek, ez a sorrend jelentősen megváltozott: a legtöbben (44 százalék) fórumhozzászólásokat írnak, míg blogokat csak 21 százaléka készít. A videomegosztókat, a fájlcserező rendszereket, a felhasználók által szerkesztett enciklopédiákat jóval többen használják, mint ahányan készítik is: az Index-olvasók tíz százaléka tölt fel mozgóképet videomegosztókra, 26 százaléka oszt meg tartalmat a fájlcserező rendszereken, és csak hét százaléka ír szócikkeket a Wikipediára. A második legnépszerűbb webkettes aktivitás a social networking oldalakon zajló kommunikációban való aktív részvétel, termékértékeléseket viszont csak a válaszadók négy százaléka szokott írni az ezt lehetővé tévő weboldalakon (lásd a 13. ábrát).

Végezetül a közösségi tartalmak készítése szempontjából a felhasználókat három csoportba soroltam, és azt vizsgáltam, hogy a tartalomkészítési hajlandóság milyen egyéb változókkal mutat szignifikáns összefüggéseket. Az A csoportba azok kerültek, akik egyáltalán nem készítenek közösségi tartalmat (a válaszadók 35 százaléka); a B csoportba azok, akik egy- vagy kétféle közösségi tartalmat készítenek (a válaszadók 37 százaléka); a C csoportba pedig azok, akik három- vagy többféle közösségi tartalmat készítenek (a válaszadók 28 százaléka).

12. ábra: A blog a legnépszerűbb közösségi tartalom



13. ábra: A fórumhozzászólás a legnépszerűbb kontribúció



A legmeglepőbb összefüggés, amelyre ezzel a módszerrel bukkantam, az volt, hogy a legaktívabb közösségi tartalom-előállítók nem a legaktívabb, hanem éppen ellenkezőleg: a legkevésbé aktív blogolvasók. Az A csoportba sorolt (tehát közösségi tartalmat nem készítő) válaszadók 87 százaléka, a B csoportba sorolt (tehát egy- vagy kétféle közösségi tartalmat készítő) válaszadók 95 százaléka, viszont a C csoportba sorolt (tehát három- vagy többféle közösségi tartalmat készítő) válaszadók csupán 46 százaléka olvas blogokat. Ennek magyarázata az lehet, hogy a C csoportba sorolható intenzív tartalomgyártók jobban kedvelik az aktív tartalomkészítést, mint a passzív tartalomfogyasztást.

Ugyanakkor az is kiderült, hogy az aktív tartalomkészítők régebben és többet interneteznek a minta átlagánál, vagyis a tartalomkészítési hajlandóságot kimutathatóan befolyásolja az, hogy az internetezés mikor épült be a válaszadó életébe, és mekkora intenzitással van ott jelen. Minél régebben és minél többet internetezik valaki, annál valószínűbb, hogy maga is tartalomkészítővé válik.

## Összefoglalás

Az eredményeket összefoglalva elmondhatjuk, hogy a kérdőívet kitöltő Index-olvasók blogolvasási és blogírási hajlandósága nem függ a nemtől, a lakóhelytől és az iskolai végzettségtől, viszont erős (negatív) korrelációt mutat az életkorral és erős (pozitív) korrelációt az internetezéssel töltött idővel. A blogokat írók és a kommentálók tábora erős átfedést mutat: a blogbejegyzések hozzászólóinak fele saját maga is készít blogot, míg a blogírók fele kommentálja is a rendszeresen olvasott blogokat. A személyes blogokra a nők, a tematikus blogokra a férfiak kíváncsibbak, a válaszadók többsége három bolognál többet olvas rendszeresen. A legtöbben azért olvasnak blogokat, mert a blogok szórakoztatnak, szabadabb, élvezhetőbb stílusúak és markáns véleményeket fogalmaznak meg. A válaszadók többsége nem tekinti a professzionális sajtó vetélytársainak a blogokat.

A csak a blogíróknak szóló kérdésekre adott válaszokból kiderült, hogy – a blogolvasókhöz hasonlóan – a férfiak tematikus, a nők személyes blogokat készítenek nagyobb arányban. A nemek közti különbségek a témaválasztásnál is tetten érhetők, a férfiak nagyobb arányban írnak politikai és közéleti, illetve szakmai és professzionális blogokat. A legtöbb blogger önkifejezésnek, véleménynyilvánításnak szánja a blogját. A blogírók az összes válaszadónál magasabb arányban értenek egyet azzal, hogy a blogolás civil újságírás, amely megváltoztatja a médiát, illetve, hogy a blogok fontosabbak, mint a professzionális sajtó. Kiderült az is, hogy a magyar átlaghoz képest régen és nagyon sokat internetező Index-olvasók jelentős része nem tekinthető passzív médiafogyasztónak. A felhasználók által generált közösségi tartalmakat sokan fogyasztják, és sokan készítik is közülük. Minél régebben és minél

többet internetezik valaki, annál valószínűbb, hogy maga is amatőr tartalomkészítővé válik.

## Felhasznált irodalom

Barta Judit (2007) „Ha nem megy ellenük, csináld velük!” *Médiakutató*, ősz.

Boczkowski, P.J. (2002) The Development and Use of Online Newspapers: What Research Tells Us and What We Might Want to Know. In Lievrouw, L.A. & Livingstone, S. (eds) *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, pp. 270–86. London: Sage.

Bodoky Tamás (2007) „Nincs tévém, nem olvasok papírújságot”. Az online hírfogyasztók különös médiamixe. *Médiakutató*, nyár.

Blood, R. (2000) 'Weblogs: a History and Perspective', [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)

Deuze, M. (2003) The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society* 5(2): 203–20.

Foucault, M. (1977) *Discipline and Punish: the Birth of the Prison*. London: Penguin.

Fulton, K. (1996) A Tour of Our Uncertain Future. *Columbia Journalism Review*, March–A pril.

Gillmor, D. (2004) *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People*. Sebastopol, California: O'Reilly Media.

Katz, J. (1997) Clueless in the Newsroom. Media Rant column, *Hotwired*.

Matheson, D. (2004) Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism. *New Media & Society* Aug 01, 2004 6: 443–468.

Pavlik, J. (2001) *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.

Zuckerman, E. (2008) Meet the bridgebloggers. *Public Choice*, vol 134., issue 1.

## Lábjegyzetek

1

Lásd <http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog> (utolsó letöltés: 2008. március 11.).

2

Lásd <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere> (utolsó letöltés: 2008. március 11.).

3

Urbán Ágnes: OhMyNews – az olvasó hangja. *Magyar Narancs*, 2006. augusztus 3.

4

Ethan Zuckerman 2001 óta készít a globális médiafigyelem egyenlőtlenségeit reprezentáló térképeket. A projekt honlapja a <http://gapdev.law.harvard.edu/> internetcímen érhető el.

5

„Újságírói gesztusok” – interjú Ethan Zuckermannel, *Magyar Narancs*, 2006. december 21.

6

The CyberJournalist List, <http://wiki.cyberjournalist.net/jblogs-ongoing> (utolsó letöltés: 2008. március 11.).

7

Pew Internet & American Life Project: Bloggers – A portrait of the internet's new storytellers, [www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf) (utolsó letöltés: 2008. március 11.).

8

NRC Visitor Media Research 2007. II. félév, [http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news\\_id=451](http://www.nrc.hu/hirek?page=details&news_id=451) (utolsó letöltés: 2008. március 11.).

9

UniversalMcCann Wave 3 Social Media Tracker, [http://www.universalmccann.com/Assets/wave\\_3\\_20080403093750.pdf](http://www.universalmccann.com/Assets/wave_3_20080403093750.pdf) (utolsó letöltés: 2008. április 30.).

10

Az RSS webes együttműködésre szolgáló állományformátumok családja, amelyet gyakran frissülő weboldalak – egyebek mellett blogok, portálok – használnak a weboldalon megjelenő új tartalom terjesztésére. Sok szempontból az e-mail-hírlevél utódjának tekinthető. A felhasználók az RSS-olvasó programokban beállíthatják, honnan szeretnék a friss híreket megkapni, így az általuk választott hírforrások hírei egyetlen felületen férhetők hozzá. A számos RSS-csatorna (RSS-*feed* vagy hírfolyam) megjeleníthető webes felületen, vagy az olvasásukra szolgáló programmal, az úgynevezett RSS-olvasóval vagy aggregátorral.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

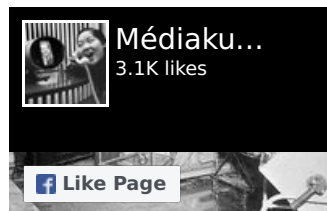
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Digitália

[Katona Éva:](#)

## „Térkép e táj”

### Google Earth: térképészeti fordulópont és a társadalmi látásmód változása

**A Google Earth nemcsak azt változtatta meg, hogyan látjuk körülöttünk a világot, hanem azt is, miként gondolkodunk magunkról benne. A milliók számára elérhető online térképszoftver a kartográfia egy új paradigmája, társadalmi hatásai pedig messzire vezetnek.**

#### A Google Earth

A kultúratudományok szempontjából a Google Earth, ez az interaktív, háromdimenziós, sok százezer ember által használt szimulációs térkép számos kérdést vet fel. Úgy látunk vele, ahogyan eddig sohasem: a program nemcsak megmutatja a világnak a tömegek számára eleddig láthatatlan perspektíváját, de olyan, lokálisan specifikus információk együttesét is kínálja, amelyre eddig egy *interface*-en sem volt példa.

2007-ben egy San Diegó-i haditengerészeti létesítmény átépítésére 600 ezer dollárt költött az amerikai állam, *csak azért*, mert a Google Earth-szel láthatóvá vált, hogy az épület valójában horogkereszt alakú. A 2005-ös Katrina pusztítása egy nappal az után végigkövethető volt a Google Earth-ön, hogy a hurrikán lecsapott. Lokálisan releváns National Geographic-felvételekre, Yelp étteremkritikákra,<sup>1</sup> könyvesboltokra vagy éppen a Lost című tévésorozat dél-csendes-óceáni forgatási helyszíneire kereshetünk rá. Valós időben követhetjük a laptopon az Egyesült Államok légterében haladó repülő útvonalaival. Pillanatok alatt megtalálhatjuk a világ legjobb szörfhelyeit, akár még webkamerával is megnézhetjük a hullámokat. A Google Earth messze több mint egy pusztát, internet alapú térkép: jelen pillanatban a program „egymásra épülő” információs, különféle tematikájú adatbázis-rendszerei megközelítik az ötvenezretet.

Szvasztika alakú épület San Diego mellett. „»A hatvanas években még nem volt internetünk« - mondta annak a tengerészeti központnak a szóvivője, amelynek egyik épületéről 2007-ben - a Google Earth program segítségével - kiderült: már annak idején is szvasztika alakúra építették. Az amerikai haditengerészet most 600 ezer dollárt költ arra, hogy az épület madártávlatból, és az otthoni számítógépek mellől ne úgy nézzen ki, mint egy náci horogkereszt.” (New York Times, 2007. szeptember 27.)



Marshall, Carolyn: Navy To Mask Swastika Look of Barracks in California. New York Times, 2007. szeptember 27., [http://www.nytimes.com/2007/09/27/us/27swastika.html?\\_r=3&oref=slogin&oref=slogin&oref=slogin](http://www.nytimes.com/2007/09/27/us/27swastika.html?_r=3&oref=slogin&oref=slogin&oref=slogin) (utolsó letöltés: 2008. január 13.).

Amióta a Google 2005-ben kijött a szoftverrel, csak magát a megannyi speciális alkalmazás nélküli Earth programot több mint 250 millió alkalommal töltötték le.<sup>2</sup> Azóta a weben megjelentek olyan oldalak - mint például a Google Sightseeing vagy a Virtual Globetrotting -, amelyek a Google Earth-nek és más hasonló netes térképeknek a földgolyóról készült érdekes vagy éppen furcsa imázsait gyűjtik. Ahogy múlik az idő, a digitális képek egyre jobban hasonlítanak a valódi madártávlatú látványhoz.

Ugyanakkor az online térképek korántsem csupán hasznos játékszerek. Az elmúlt években nemegyszer előfordult, hogy a Google Earth kommunikációs segédeszközként funkcionált természeti katasztrófa, humanitárius krízis vagy éppen háborús logisztika esetén. Amikor a Katrina elérte New Orleanszt, az amerikai hadsereg ezt a térképet használta arra, hogy bejelölje a város néhány száz, még menedéket nyújtó háztetőjét.<sup>3</sup> 2007-ben a palesztin milícia az izraeli hadsereg, illetve más célpontok elleni támadás tervezése során szintén a Google Earth-re támaszkodott.<sup>4</sup>

Tudósok, diákok és állami szervek munkatársai használják az informatikai óriáscég szoftverének *layereit* (információs rétegeit), hogy láthatóvá tegyék saját adatbázisukat, egyéni szempontú információikat a weben -

legyen az akár a bálnák vándorlása az Atlanti-óceánban, akár a legutolsó földrengés a Csendes-óceán szigetein. „A térképeink eddig mindig az információk egy nézőpontját mutatták meg – és rejtve hagyták az összes többi” – írta David Weinberger amerikai technológiai kutató.<sup>5</sup> Jelen pillanatban a helyzet az, hogy az online térképre feltölthető információk száma végtelen. A jövő nyilvánvalóan abba az irányba visz – és ebben gondolkodik a Google vezérkara is –, hogy miképpen lehet ezt a témérdek információt megszerezni, illetőleg minél egyszerűbb és átláthatóbb módon egy *interface*-re hozni. Ez lesz majd a web 3.0 vagy a szemantikus web fő jellemvonása.

Legyen ugyanakkor bármilyen széles is a Google Earth-re applikálható információk tárháza, mégis vannak a földgolyónak olyan helyei, amelyekhez a „vizuális hozzáférés” változatlanul lehetetlen. Ez még érdekesebbé teszi a helyzetet, hiszen bár eddig sem voltak láthatóak a nagyközönség számára, ebben a „nyitott, virtuális világban” a cenzúra különösen hangsúlyosnak tetszik. Eredménytelen lesz például a Csernobilra való rákeresés (a város helyén csupán egy szürke folt látható), és egy sor olyan helyszín sem látszik, amely katonai, állambiztonsági vagy egyéb szempontból fontos.

Külön kérdés az, hogy milyen viszonyban áll egymással a számítógép előtt ülő *user* aktuális ideje és a térkép „ideje”. Bár az olyan nagyvárosok, mint például New York, szinte percre pontosan „követhetők le” a Google Earth-szel, a budapesti térképre például csak az elmúlt hónapokban került fel a Petőfi-híd mellett álló A38 hajó.

Egy térkép mibenléte sosem független az adott társadalom hatalmi kontextusaitól. Objektív térkép nem létezik. A marokkói és a bahreini politikai hatalom például megpróbálkozott a Google Earth cenzúrázásával, de csak azt érte el, hogy állampolgárai pdf-file-okon csempészték be az országba a szoftver lementett térképeit, és aztán saját számítógépükön használták azokat.<sup>6</sup>

A komplex hatalmi problémának a cenzúra csak az egyik oldala: egy másik problémakör a kartográfusok kezében lévő hatalom. Jelen pillanatban ez az erő ugyanúgy a térképkészítők kezében van, mint a kartográfia aranykorában, amikor a térképek rajzolói centrális szempontú térképeikkel vitték híret a világba Nyugat-Európa hódításainak. James Rennell brit térképész 18. és 19. századi India-térképei nemcsak azt a célt szolgálták, hogy az emberek jobban megértsék Indiát: a térképek eszközei voltak annak, hogy a britek a világnak megmutassák, milyen előnyei vannak a területszerzésnek.

A Google Earth térképkészítői mi vagyunk, mindannyian, ami azt jelenti, hogy a geográfia is hivatalosan belépett az információs korba. A szofisztikált technológia immár alkalmasabb arra, hogy megmutassa a világ kaotikus és gazdag komplexitását.<sup>7</sup>

„Amint az ember elhagyja a szélességi fok-hosszúsági fok koordinátarendszert, abban a pillanatban elveszik a jelentések sokféle módon érthető dzsungelében. Ennél közelebb Babelhez nem juthatunk”

– mondta Weinberger.<sup>8</sup>

Vajon hogyan reprezentálja a világot a Google Earth hiperrealista vizualitása, vizuális rezsime? Miként alakult át az évszázadok során az a „mód”, ahogyan térképet „böngészünk” (a Google Earth-szel a személyi számítógépünk vagy a laptopunk mellől a globálisról a lokálisra közelítünk és *vice versa*, és foucault-ian megfigyelünk)? Milyen következményekkel jár szociokulturális szempontból mindez, illetve az a *szórakozás*, ahogyan a Google Earth digitális képeinek (projekcióinak) segítségével a világ tetszőleges pontjainak apró részleteit és az azokhoz kapcsolódó, releváns információkat tanulmányozzuk? Miként alakítja ez a látásmód, ez a vizuális eszköz és adatbank az identitást, a mindennapi életvezetési rutinokat, az információ-disszemináció útjait, a társadalmi hálózatokat és végső soron a demokratikus társadalom döntéshozatali mechanizmusait? Milyen hatalmi vonatkozásai vannak a Google Earth szoftvernek, milyen viszonyban van e program esetében egymással a kommunikáció és a reprezentáció?

Vajon más természetű-e a Google Earth böngészésének *élvezete*, mint a „papír alapú térkép-kultúra” „hagyományos térkép-fogyasztási” módszere volt? Mit gondolunk a minket körülvevő világról akkor, amikor a legszemélyesebb környezetünk a világ legtávolabbi részeivel egyetemben egy ilyesfajta digitális, jelen idejű *archívumban* megkereshető? Hogyan alakítja át a személyes perspektívát az a tény, hogy itt nem létezik többé a kartográfiában hagyományos, centrális nézőpont – azaz egy adott perspektíva kötelező érvényű jelenléte: a nézőpont feletti hatalmat most már végérvényesen a felhasználó, a közönség veszi át?

A Google Earth információs katalógusa, valamint a szoftver vizualitása olyan, új típusú nézőpontját adja a világnak, amely alapján kijelenthetjük: ez a program a térképészet egy új paradigmája. A Google Earth a közösségi újmédia (ha tetszik: a web 2.0 vagy 3.0) meghatározó mérföldköve, amely jelentősen hozzájárul ahhoz, hogy az információs társadalomban élő ember látásmódját, a világról való gondolkodását és végső soron identitását változtassa.

## A hagyomány kezdetétől a Digital Earth projektig

Az európai térképészeti hagyomány első jelentős produktumait a felfedezések, a hajózáások, majd azonnal a kolonizáció, illetve a világ enciklopédikus megismerésére, számbavételére törekvő szellemtörténeti folyamatok hozták létre (Black, 1997: 29). A 19. és 20. századi térképfejlesztések már az emberek konkrét fogyasztási, illetve elvontabb – ha tetszik, vizuális – információfogyasztási igényét szolgálták ki. A különböző (például demográfiai, mezőgazdasági, etnikai, feminista aspektusból) megalkotott térképeken a demokratizálódás folyamata és nyilvánvalóan a precízebb mérési technológiák érhetőek tetten.

A szatellitkorszak kezdetén, az 1960-as években, az Apolló űrhajó asztronautái által készített felvételeken a Föld

amolyan „apró, kék pontnak” tűnt, és tökéletes vizuális metaforaként szolgált arra, hogy kifejezze a bolygó törekeny egységét. A műholdak segítségével ezernyi és ezernyi felvétel készült a Földről, mindegyikük számtalanszor „szkenneli” végig a bolygó felszínét, ahányszor csak körbehalad a saját pályáján (Parks, 2000: 281).

A tömegek számára elérhető, digitális térkép ötletében az 1990-es évek során sokak láttak fantáziát. A Xerox Parc informatikai cég például jóval azelőtt kirukkolt egy saját online térképészeti alkalmazással, hogy a Netscape kereső elindult volna az 1990-es évek elején; arról nem is beszélve, hogy a különféle megbízhatóságú netes útbaigazítások közel egy évtizede bármilyen, internetes kapcsolattal rendelkező számítógépről hozzáférhetők.<sup>9</sup>

Az első olyan digitális, háromdimenziós térképszoftver, amely sokféle értelemben tekinthető a Google Earth elődjének, az 1998-ban az Egyesült Államokban elindított Digital Earth<sup>10</sup> – nyilvánvalóan azzal a különbséggel, hogy míg az előbbihez ma felhasználók milliói férnek hozzá, a Digital Earth (legalábbis kezdetben) csupán a kiváltságosok „információs terepe” volt.

## Al Gore Digital Earth-e

A Digital Earth-t Al Gore egykori amerikai alelnök hívta életre azzal a céllal, hogy az addigra már rendelkezésre álló számtalan, lokálisan releváns, digitalizált információ-töredékből megszülessék az első számítógépes, globális térkép (Parks, 2000). A Digital Earth-nek – akár ma a Google Earth-nek – már volt felhasználói felülete (*interface*), hálózatba rendezett információs adatbázisa egyebek mellett szatellit felvételekkel, egyéb fotókkal, számítógépes modellekkel, digitális animációkkal, valamint egy olyan szoftverrel, amely a megannyi információt nemcsak integrálni tudta, hanem értelmezhető módon megmutatni is.

Gore a Digital Earth-t annak idején a world wide webhez hasonlította, „fundamentális kezdeményezésnek” nevezte, és egyenesen azt jósolta, hogy ez a program idézi majd elő a világháló következő nagy digitális robbanását. Az első Bush-adminisztráció működése alatt a projekt tovább haladt, sőt a fejlesztést illetően egyenesen egy állami szervezetek közötti, NASA-fennhatóság alá tartozó munkacsoport is alakult, Goddard Space Flight Center néven. A csoportban nemcsak állami alkalmazottak, magáncégek alkalmazottai, kartográfusok, geológusok, asztronómusok, számítógépes szakemberek és professzionális képfeldolgozók tevékenykedtek, hanem televíziós producerek, múzeumi kurátorok, valamint tanárok is.

A projekt jelentősége így összegezhető:

„A Digital Earth imperialista potenciálját illetően elmondhatjuk: a műholdas és számítógépes technológiák nagyobb kultúrkritikai figyelmet, közvitát és médiaaktivizmust érdemelnek. A műholdak, amiket korábban csupán az űrbe kitelepített jelfogó állomásoknak tekintettünk, ma legalább négyféle médiatípust jelentenek: műholdas tartalomközvetítést, távérzékelést, csillagászati segédeszközt és GPS technológiát. [...] A Digital Earth fejlesztői azt állítják: a világról szóló tudományok közé ez a szoftver behozza a »világkultúra« (*world culture*) vagy »világtörténet« (*world history*) tudományterületét, amely azonban eltérő diszciplína, mint a művészetek vagy a társadalomtudományok területe. Gore projektje talán azért olyan provokatív, mert a világról szóló tudományok és a »világkultúra« (*earth culture*) valamilyen szintézisét nyújtja – és ez az az ellentét, amelyet a természet- és társadalomtudósoknak eddig oly nehéz volt elsimítaniuk” (Parks, 2000: 289).

## Térképészeti fordulópont

A Google csupán 2005 januárjában jött ki a saját digitális térképével: először a kétdimenziós, „klasszikus” térképeket kínáló Google Maps nevű kezdeménnyel, majd öt hónappal később a már háromdimenziós, Google Earth elnevezésű szoftverrel. (A két alkalmazás – a Maps és az Earth – valójában ugyanannak az alap-adatbázisnak a különböző megjelenítési formája, sőt ugyanez az információs bázis a kiindulópontja a Google Maps for Mobile alkalmazásnak is, amely mobiltelefonokon keresztül tesz elérhetővé speciális, lokális információkat.)

Kezdetben az információáramlás egyirányú volt: a térképrajzolótól a felhasználóig. A filozófia akkor változott meg radikálisan, amikor Paul Rademacher, a DreamWorks amerikai filmgyártó cég animációs programozója kitalálta az „egymást fedő információs térképek” egy *interface*-en való megjeleníthetőségét.<sup>11</sup>

„Egy szép napon a Googleplex minden bizonnyal szobrot állít majd Paul Rademachernek” – nyilatkozta a *Wired*-nek egy piaci elemző 2007-ben.<sup>12</sup> Rademachernek köszönhető ugyanis, hogy a Google Earth ma sokkal több, mint szimpla háromdimenziós térképszoftver, amellyel a világ legtávolabbi helyeire is ráközelíthetünk az otthoni laptopunk mellől – pedig már önmagában ez is megköveteli, hogy a kultúratudományok művelői behatóbban foglalkozzanak a programmal.

E sok ezer szubjektív szempontú „minitérkép” korántsem a szoftverfejlesztők fejlesztési intencióit hivatott tükrözni: nagyon is arról van szó, hogy a Google Earth tökéletes példája a felhasználói tartalom (*user-generated content*) mediális megjelenésének. A virtuális térképre tetszés szerint applikálhatók különféle, teljességgel szubjektív szempontú információk, eligazítások.

A Google Books alkalmazással például lehetséges, hogy miután a laptopunk előtt ülve megtaláltuk a világ egy tetszőlegesen kiválasztott szegletét, a földrajzilag meghatározott hely szerint rákereshessünk olyan könyvekre és kiadványokra, amelyek bármilyen referenciával rendelkeznek egy adott helyszínt illetően. A Books layer-alkalmazás lényegében azt jelenti, hogy a Google felhasználja egyik szolgáltatása (a könyvkereső) adatait egy másikban (Earth). Ha bekapcsoljuk, a világtérképen apró könyvikonok jelennek meg, és ha rákattintunk az egyikre, az adott

földrajzi helyre vonatkozó irodalmi utalásokat olvashatjuk el.



### A Google Books alkalmazás

A Google Traffic alkalmazással lehetőség nyílik arra, hogy a lokális közlekedési forgalomról szerezzünk információkat. Emellett 2007 októbere óta a Google két legnépszerűbb alkalmazása – a Google Earth és a YouTube – már egymással integrálva is elérhető: válasszunk a földgolyón bármely földrajzi helyet, biztosan találunk egy-két olyan videót (turisztikai ajánlót, színházak, koncertek felvételeit vagy egyéb más mozgófilmet) a YouTube-on, amely konkrétan ahhoz a geográfiai ponthoz kapcsolódik.<sup>13</sup>



### A Google Earth/YouTube alkalmazás

2007 augusztusát írtuk, amikor a Google olyan alkalmazással bővítette a térképszoftvert, amelyről a *Wired* azt írta: a Google Earth elnevezés a továbbiakban már mintha nem lenne alkalmas az online térképrendszer lehetőségeinek a leírására.<sup>14</sup> A Google Sky azt jelenti, hogy a *user* a személyi számítógép, laptop előtt ülve virtuálisan egy újabb, korábban számára zárt territóriumba manőverezhet be: a csillagok és a bolygók közé. A Google Sky akkor érhető el, ha a felhasználó a Google Earth eszköztárában a „Switch between Sky and Earth” („Válts át a Földről az űrbe!”) gombra kattint, és aztán már csak egy-két egérhúzómozgatás és kattintás, hogy a bolygók közt vagy a Hold felszínén kalandozzon.

A Google Sky alkalmazás. „A Sky-jal a Google Earth felhasználói megtekinthetnek 100 millió csillagot és elnavigálhatnak 200 millió galaxis között – ehhez mindössze a Google Earth View menüjében a Switch to Sky gombra kell kattintani. A Backyard Astronomy rétegben a felhasználók számos információt találhatnak a csillagokról, a galaxisokról és a szabad szemmel, általános vagy kisebb csillagászati távcsővel látható csillagködökről. A HSB rétegben 129 csodálatosan szép, nagyfelbontású kép található, amelyet a NASA Földünk körül keringő, Hubble űrteleszkópja készített...” (PC World, 2007. augusztus 23. <sup>69</sup>)

Nagy Lajos: A Google Earth az égbe tekint. PC World, 2007. augusztus 23., <http://www.pcworld.hu/story.php?sid=9389> (utolsó letöltés: 2008. január 13.).



A My Maps/Panoramio alkalmazás megjelenése 2007 áprilisában tovább erősítette a Google Earth web 2.0 jellegét – bár a gondolat korántsem volt forradalmi. Ez az alkalmazás tette lehetővé azt, hogy a felhasználó perszonalizálja saját Google-térképeit: személyes képeket, filmeket vagy éppen szövegeket töltsön fel az internetes térképszoftver szerinte releváns földrajzi helyeire. A felhasználó saját döntése az, hogy ezeket az információkat megtartja-e magának, vagy elérhetővé teszi más *userek* számára is. A Microsoft ugyan már 2005-ben „felfegyverezte” Live Search Maps programját hasonló alkalmazással, valamint a Yahoo-tulajdonolta Flickr is évek óta lehetővé teszi a felhasználóknak, hogy „geo-tageljék” (azaz: földrajzilag releváns címkékkel lássák el) a feltöltött fotóikat, a Google a versenytársaknál egy lépéssel előrébb járt. A cég 2007-ben bejelentette ugyanis, hogy egy újabb dimenziót ad az univerzum-térképének: nemcsak a Google Mapset, de a teljes geoWebet – azaz az a teljes online térképszoftver-adatbázist – kereshetővé teszi.



### A Google Sky alkalmazás

## Google Earth: humanitárius technológiai eszköz

A Google Earth kezdetben néhány lelkes felhasználó „kiskutya-projektje” volt, mára azonban egy számítástechnikai óriáscég által támogatott kezdeményezés, amely képes arra, hogy emberéleteket mentő, humanitárius eszköz legyen.<sup>15</sup>

Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint a Crisis in Darfur Project<sup>16</sup> nevű kezdeményezés, amelyet az Amerikai Holokauszt Emlékmúzeum hívott életre azzal a céllal, hogy mindenki számára elérhetővé tegye a szudáni Darfurban kialakult humanitárius katasztrófa helyzetet dokumentáló jelen idejű, nagyfelbontású felvételeket, illetve első kézből származó információkat. A Google 3-D World Atlas alkalmazás felhasználói nemcsak a kiégett falvakra közelíthetnek rá, hanem elolvashatják az áldozatok személyes történeteit is, és a laptopjuk mellett hosszú perceket tölthetnek el az észak-csádi menekülttáborok sokkoló látványát nézve is.

A Crisis in Darfur Project eredetileg 2004-ben indult (amikor is a tömeggyilkosságok először öltöttek tömeges méreteket), a Google Earth megszületéséig (2005) azonban a hatalmas adathalmaz a weben csak különféle helyeken volt megtalálható. Már önmagában az is nagy munka volt, hogy a tömérdek információt egy rendszerbe gyűjtsék – mások mellett ezzel foglalkozott például a The BrightEarth Project<sup>17</sup> is –, és ehhez nemcsak az amerikai állami hivatalok információira, hanem az Amnesty International humanitárius szervezet és a darfuri régióban dolgozó újságírók, illetve fotográfusok együttműködésére is szükség volt.

Jelen pillanatban a The BrightEarth-nek két projektje fut: a Darfur + Google Earth és a jelen idejű humanitárius

információcsere<sup>18</sup> – ez utóbbi bármely, a világon bárhol dolgozó humanitárius munkás részére lehetővé teszi, hogy egyéni, lokális információkat pakoljon föl a website egy biztonságos szerverére, bármely, internettel rendelkező számítógép vagy éppen egy mobiltelefon segítségével.

Az olyan webalapú szoftverek, amelyekkel végigkövethetők például a hurrikánok vagy más, jelentős természeti katasztrófák pusztításai, az elmúlt években egyre-másra tűntek fel a világhálón. Csak a Katrináról például több webes térkép – például a GeoFusion, a Ka-Map!, a PrimaGIS, a Telescience, a NIEHS, a Nasa WorldWind, valamint a Google Earth – is kínált letölthető információkat. Az Egyesült Államok ötödik legpusztítóbb hurrikánjának rombolása megnézhető volt a Google Earth-ön csupán *egy nappal az után*, hogy a Katrina lecsapott. Mindehhez az szükséges, hogy a térképszoftver képes legyen kifejezetten a hurrikánok adatait tároló szoftverekről adatokat átvenni, és azokat integrálni a saját vizuális-információs rendszerébe (Birch & Wachter, 2006: 72).

Mindez alaposan alátámasztja azt a hipotézist, hogy a Google Earth egy új paradigmát jelent a térképészetben, és radikálisan átalakítja, miként látjuk a minket körülvevő világot. Hurrikánokat és vulkánokat figyelni, tőlünk távol eső kontinensek humanitárius kríziseit, tömegpusztítások hatásait látni – ez korábban nem létezett, hacsak az ember nem volt az események részese. Hasonló vizuális és információs adatbázisok csupán azon keveseknek álltak rendelkezésükre, akiknek a munkájuk vagy a pozíciójuk megengedte, hogy hozzájuk férjenek.

Vulkánriadó a Google Earth-ön. „Az alaszakai Aleutian-szigetek számos aktív tűzhányóból áll. A kutatók azért, hogy elkerüljenek egy Vezúv-szerű katasztrófát, a vulkánok kitörési adatait most a Google Earth információhálózatába építik. [] A University of Colorado National Snow and Ice Data Centerének kutatói is a Google Earth-be integrálták adataikat, hogy így tudják követni a jégtablák mozgását; egy másik amerikai kutatóintézet pedig szintén ezt a térképszoftvert alkalmazza, hogy adott esetben

információkkal tudjon szolgálni egy esetleges cunamit illetően...” (Wired, 2007. január 17.<sup>70</sup>)

Svoboda, Elisabeth: Volcanoes Erupt on Google Earth. Wired, 2007. január 17., <http://www.wired.com/science/discoveries/news/2007/01/72451> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).



## „Maps are the message”

Önmagában a tömegmédiá által, illetve a rajta keresztül gyakorolt hatalom régóta akadémiai viták témája. A hatalom természetéről Michel Foucault értekezett részletesen (Foucault, 1990), és a francia történész-filozófus gondolatai igen hasznosak akkor, amikor a tömegmédiáról gondolkodunk.

A kérdést, hogy a térképek megalkotása és megértése jelentette hatalom és cél alapvetően és magától értetődően politikai jellegű-e, Jeremy Black feszegeti egy több mint tíz évvel ezelőtti esszéjében (Black, 1997). Black a következő alapkérdéseket teszi föl: (1) Milyen viszonyban áll egymással egy térkép esetében a kommunikáció, illetve a reprezentáció mint a térkép két fő feladata? (2) A meghatározás és a megértés felől közelítve milyen hatalmat gyakorol (gyakorol-e hatalmat) egy tetszőleges térkép? (3) Mi a térképészek/a térkép erkölcsi felelőssége adott esetben, azaz hogyan határozható meg a kartográfia etikája?

*Black Maps and Politics* című könyvében kifejezetten a glóbusz kétdimenziósra kivetített változatainak, illetve ezen változatok szükségszerű (két- és háromdimenziós) torzításainak versengését taglalja, pontosabban azt, hogy milyen szempontok és érdekek határozták meg e torzításokat. A kötet záró fejezetében a történészprofesszor kijelenti: a helyzet az, hogy állandó, kézzelfogható és magától értetődő alap térképeink elkészítéséhez nem áll rendelkezésünkre, a mappák értelmezéséhez pedig ismernünk kell azokat a szociálpolitikai kontextusokat, amelyek között a térképek megszületnek, valamint értelmet nyernek. Black hozzáteszi: ideális esetben a térkép megmarad médiumnak, és nem válik üzenetté: „Maps are a medium, not a message”.

Black kijelentése nyilvánvalóan Marshall McLuhan sokszor idézett tételmondatának – „The medium is the message” – parafrázisa, amely a kanadai teoretikus *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) című könyvében jelent meg. Black maga is tudja – hiszen nyilvánvalóan azért ír egy tetszőleges térkép megszületését kísérő szociálpolitikai kontextusok fontosságáról –, hogy teljességgel objektív szempontú térkép, vagyis az ideális eset nem létezik – különösen akkor nem, amikor egy olyan digitális térképszoftvert tanulmányozunk, mint a Google Earth.

## A Google Earth és a „szubjektív kartográfusok” egyidejű uralma

A Google Earth hatalmi kontextusa éppen a sok ezernyi szubjektív intenció együttvalóságából áll össze. Minden egyes térképalkotó, aki saját információs hálóját húzza rá a Google alaptérképére, hatalommal bír, hatalmat gyakorol a térkép fogyasztói fölött. Ám ezek a szubjektív együttvalóságok nem állnak egymással hierarchikus viszonyban: jelen pillanatban – legalábbis, amíg a szemantikus web mechanizmusai nem kezdik el szortírozni és rangsorolni az információtömeget – egyetlen térképalkotó elképzelése sem áll a többi fölött. Más szóval: nincs, aki megmondja, melyik információs adatbázis a helyénvaló, a helyes, a jó. A térképalkotás éppúgy személyes döntés kérdése, mint a térkép fogyasztása, nem is beszélve a térkép konkrét használatáról.

Vajon nem ez a struktúra-e az, amely a legjobban kifejezi a jelen kor társadalmi-kommunikációs viszonyait? Az egyre fejlettebb technológia alkalmasabb eszköznek tűnik arra, hogy kifejezze a világ információtól burjánzó,

szövevényes komplexitását, mint az egy ember által alkotott, egyszerű, centrális szempontú térkép.

„Abban a pillanatban, amikor egy földrajzi helyszínt emberi nyelven próbálunk meg kifejtetni, ugyanazon elnevezés alatt egy sor, összetett dolgot kezdünk el magyarázni: a politikai ügyektől kezdve a különféle határok húzódásán át a lokális különbségek részletezéséig minden a területekre kerül”

– írja David Weinberger az *Everything Is Miscellaneous* című könyvében (2007). Az értelmezések dzsungel mindenütt jelenvaló, s a világ kommunikációs és társadalmi kontextusainak e jellemzőjét tökéletesen dekonstruálja a Google Earth.

A térképszoftver kommunikációs-reprezentációs viszonyait tekintve elmondható: soha korábban egyetlen kartográfiai alkotás sem volt képes arra, hogy ilyen hűséggel szemléltesse a világot – és ezt nem csupán földrajzi értelemben értem. Természetesen nem elhanyagolható a Google Earth-nek az a tulajdonsága sem – és ezt talán inkább a technológia fejlődésének javára, mintsem önmagára az eredeti programra kell értenünk –, hogy bizonyos esetekben a legapróbb részletekig tárja eléink a földgolyó egy-egy részletét. Ez a részletesség olykor már mintha nem is lenne valódi: minden bizonnyal akkor sem láthatnánk olyan jól egy adott helyszínt vagy eseményt, ha konkrétan a Földnek azon a lokális pontján lennénk, a történésekkel egy időben.



### Vonuló elefántok a Google Earth-ön

Vajon mi a helyzet Black harmadik alapkérdését, a térképész erkölcsi felelősségét, a térkép etikáját illetően a Google Earth esetében? Mivel e térképszoftvernek megannyi „kartográfusa” van, ebben az értelemben személyes felelősségekről nem beszélhetünk. Nyilvánvalóan kerülhetnek a térkép sok ezer rétegébe hibás adatok. Ezek az adatbázisok azonban nem örökérvényűek, s nem megkérdőjelezhetetlenek. Az erkölcsi felelősség kérdése akkor veszíti el igazán értelmét, amikor egy térképész esetében a szubjektív szempont immár nem elkerülendő veszélyforrás, hanem éppenséggel ideális kívánalom. Érdekes lenne-e vajon egy olyan blog, amely megpróbál mindenáron objektív lenni? Objektivitás és közösségi média – e két fogalom nehezen fér meg egymással.

A Google Earth hatalmi kontextusának legnagyobb kérdése az, hogy miként rangsorolja és rendszerezi majd a közeljövőben a megannyi, a legkülönbözőbb forrásokból származó információt a web 3.0 egy szuperintelligens szoftvere, amelynek segítségével „összeforrnak”, közös környezetbe kerülnek majd a web 2.0 elemei.

### A szemantikus web és a hatalom

Aligha fér kétség ahhoz, hogy a nettörténelem következő nagy korszaka – az „1.0” és a „2.0” után – az úgynevezett szemantikus web korszaka lesz, és ez a lépésváltás egyáltalán nincs is olyan messze. Ma az újmédia legnagyobb kérdése az, hogy miként rendszerezhető, rangsorolható, értelmezhető az a temérdek információ, amely nap mint nap a fogyasztóra zúdul, egyebek mellett a megannyi internetalapú tartalomszolgáltatás, keresőprogram segítségével, valamint a különféle blogok és egyéb információforrások által.

„[A jelentés alapú web 3.0] az MIT-n villamosmérnöki és számítástudományi diplomát szerzett Sramana Mitra, szilícium-völgyi vállalkozó és technológiai tanácsadó szerint a tartalom (*content*), a kereskedelem (*commerce*), a közösség (*community*) és a kontextus (*context*) négyesnek a személyre szabottsággal (*personalization*) és vertikális kereséssel (*vertical search*) való összekombinálása (azaz: web 3.0 = (4C + P + VS)).”<sup>19</sup>

„Sokan – nem alaptalanul, de leegyszerűsítve – egyenlőségjelet tesznek a 3.0 és a szemantikus web közé” – írta az *Agent* internetes portál 2008 elején.<sup>20</sup> A cikkíró szerint „a jelentés alapú technológiák valóban fontos szerepet töltenek be: egymástól független adatrögöket kapcsolnak össze és helyeznek kontextusba, azaz kezelhetőbbé, könnyebben értelmezhetővé teszik az információt”. Ez azt jelenti, hogy az információ még „közelebb” kerül hozzánk, még személyesebb lesz. Ugyanakkor „a 3.0 azonban főként integráló szerepe miatt jelent hatalmas előrelépést”:

„Egészen tudjuk majd használni a jelenleg még különálló forrásokat, például utazási bédekkereket és online jegyfoglalást. [...] Összeforrnak, közös környezetbe kerülnek a 2.0 elemei. [...] A webtechnológiák eddigi generációi – horizontális és vertikális keresés, közösségi hálózatépítés stb. – a 3.0-ban egyesülnek. [...] Mindehhez természetesen a jelenleginél komplexebb, még kifinomultabb technológiai megoldások, jobb mesterségesintelligencia-algoritmusok szükségesek. Csak így érhető el, hogy a 3.0-ás környezetben a nyaralásunkért (bevásárlásért stb.) felelős utazási (és egyéb) ügynök munkáját hús-vér személyek helyett személyünkhöz igazított botok (intelligens ágensek) elődeiknél hatékonyabban és gyorsabban végezzék el. Így lesz valóban felhasználóbarát a web”

– folytatódik a cikk. A hatalom pedig ezeknek az intelligens ágenseknek a „kezébe” kerül.

### Szoftver: tartalom, ismeretek és társadalmi tudás

A Google Earth mint kulturális technológia önmagában is hatalmat jelent, éppúgy, ahogy azt McLuhan megfogalmazta. A kulturális technológia ugyanis identitásformáló erő.

A televízióhoz kapcsolódó nézőközönség-kutatások (*audience research*) arra az alapkérdésre keresték a választ, mit árul el a televízió nézésének mikéntje, illetőleg a műsorprogramok választása az emberek világgal kapcsolatos

interpretációs feltevéseiről, identitásáról, a világban elfoglalt helyéről. Az újmédia-kutatások alapvető kérdése hasonló lehet: vajon az a sokféle, változatos, motivációkkal teli, helyhez kötött és interpretatív (értelmező vagy diszkurzív) aktivitás, amellyel az emberek értelmet adnak a médiaszövegeknek, mit árul el velük, illetve az őket körülvevő világgal kapcsolatban?

Terry Flew azt írja *New Media: An Introduction* című könyvében (2005):

„A technológia nem csupán *hardverként* vagy pusztán kommunikációs segédeszközként értelmezendő, hanem *tartalomként (content)* vagy *szoftverként* is, sőt olyan ismeretek (*knowledge*), illetve *társadalmi tudások (social meaning)* komplex rendszereiként, amelyek végigkísérik magának a médiumnak a fejlődését és használatát. Csakúgy, ahogy a kultúrán sem kizárólag művészeti aktusokat értünk, a technológián sem pusztán mediális aktusokat – hanem mindkét esetben azt is, miként állítódik elő a megértés a különféle társadalmi kontextusok szövedékéből, és a kultúrát, illetve a technológiát »használva« hogyan élnek az egyének, a különféle közösségek a mindennapjaikat” (Flew, 2005: XVI ).

Akár a kultúra, a technológia sem lehet önmagában „jó” vagy „rossz” – az effajta duális megközelítések nem visznek közelebb ahhoz, hogy megértsük az új médiaformák társadalmi hatásait. Ehelyett Flew azt ajánlja, az újmédiát értelmezzük úgy, mint *kulturális technológiát (cultural technology)*, mégpedig oly módon, hogy a kultúra és a technológia fogalmát is a lehető legszélesebb értelmükben használjuk. Így – állítja Flew – a technológiát nemcsak mint materiális formát vesszük vizsgálat alá, amely bizonyos hatást gyakorol a társadalomra, hanem éppenséggel a technológia maga is kulturális formaként jelenik meg (Flew, 2005: 21).

Mit jelent tehát Flew szerint a technológia, annak legszélesebb értelmében? Egyrészt magát a fizikai tárgyat, az *interface*-felületet, illetve egyéb, manuálisan használt hardvereszközöket. Másrészt a médiumot, amely tartalmat állít elő és közvetít. Végül, harmadrészt, a technológia jelenti, a társadalmi tudások és értelmezések azon kontextusát, amely a technológia használata, illetve fejlődése során áll elő. Ugyanilyen módon – állítja Flew – a kultúra fogalmán is több dolgot értünk: nemcsak bizonyos szociokulturális, illetve kreatív dimenziókat, hanem azt is, hogy egy bizonyos kultúra miként bont le meghatározott rendszereket, valamint azt is, hogy miként szerveződnek a társadalomban adott tevékenységek vagy aktusok.

## **Médiakörnyezet, multimediális otthon és a történelem iránti érdeklődés**

Ahhoz, hogy a Google Earth-öt mint technológiát *kulturális technológiaként* tudjuk értelmezni, olyan metaforára van szükségünk, amelyet a médiáról szóló szakirodalomban már sokan használtak. Ha a médiát mint környezetet (*environment*) vizsgáljuk, kérdéseket kell feltennünk a különféle mediatípusok interakciós, relációs és rituális lehetőségeit illetően. Meg kell vizsgálnunk továbbá, hogy a média a kommunikáció, illetve a tartalomszolgáltatás által miként szolgáltat keretet a társadalmi kontextusnak. Végül pedig meg kell néznünk azt is, hogy a mediatizált kultúra miként lesz része a mindennapjainknak (Livingstone, 2002: 10).

A 21. században az otthon a multimediális kultúra színhelye, a multimediális kultúra pedig integrálja az audiovizuális, az információs és a telekommunikáció szolgáltatásokat. A mindennapok tevékenységeit szerte a világon egyre nagyobb mértékben hatják át az információs és kommunikációs technológiák – és ez immár nemcsak a fiatalok generációinak életvitelére igaz. Sonia Livingstone jegyzi meg: az újmédiára jellemző kommunikációs környezetben a „felhasználó” (*user*) elnevezés már mintha túlságosan is neutrális, alkalmatlan terminus lenne, hiszen éppen azt nem fejezi ki, ami az újmédiára specifikusan jellemző, nevezetesen annak egyedülálló kapacitását, hogy komplex és jelentéssel teli üzeneteket közvetítsen (Livingstone, 2002: 8–9).

Hans Belting a televízióról beszél, amikor azt írja:

„...a globális elterjedtség felettébb paradox módon egyesül a privát használattal. Mindez egy új kor eljövételét sejteti, amelyben a közönség maga választhatja ki, sőt elvileg ő maga alakíthatja a kívánt adást. Maga a nyilvánosság (mint időbeli történés) is elveszítette a jelentőségét, amióta a tévében a néző folyamatosan a saját idejéhez igazítva magának állíthatja elő. Az eseményeket tetszőleges közelségbe hozó kamera jobb teljesítményt képes nyújtani, mint az emberi szem, mely még mindig saját, valós testünk korlátaihoz köt” (Belting, 2006: 238–239).

Bár Belting híres műve, *A művészettörténet vége* alapvetően a művészettörténetről szól, és csak érintőlegesen tárgyalja a média történetét, a nyilvánossággal kapcsolatos megjegyzése eléggé helytállóak, a Google Earth szempontjából nagy horderejűnek tetszik. A web 2.0 (és nyilván az eljövendő 3.0) identitásformáló jelentősége ugyanis éppen abban áll, hogy „a történelem (a sokféle történelem) raktárából hol ezt, hol azt teszi ki az asztalra – érdekességként, valami cáfolataként, divatként, modellként, képzeletbeli rekonstrukcióként, akárhogy” (Belting, 2006: 238–239).

Ahogy Almási Miklós írja a Belting-könyvről szóló kritikájában:

„Az lehet, hogy ez az érdeklődés nem a folyamathordozókra – a *Zeitgeistre*, a Történelem Szellemére –, pláne nem a végcélra kíváncsi. Az meg tuti, hogy többé nem akar történelemfilozófia lenni. De manapság az ember (a világ) igenis kíváncsi lett a történelem raktárára, ami nagyobb lett ugyan, a kacathalmaz áttekinthetetlen (virtuális és valóságos képekkel), de egy-egy darabja (és ellendarabja) fontosabb lett, mint bármikor. Ez a történelem iránti érdeklődés pragmatikus, felhasználóbarát, haszonelvű (hamisító is, persze). De egyre jobban kell. Akár lábjegyzetként vagy kontextusalkotóként, netán a megértés feltételeként, sőt identitásképző keretként” (Almási, 2007).

## A Google Earth mint kulturális technológia

A Google Earth népszerűsége részint valóban a történelem iránti érdeklődésből táplálkozik, és egyszerre generálja is ezt a folyamatot. Ez az érdeklődés egyrészt – ahogy Almási írta – „pragmatikus, felhasználóbarát, haszonelvű – hamisító is persze”, de a hipotézisem szerint társadalmi identitásformáló erejű. Másrészt a térkép vizuális „rezsime”, a térkép mindent felölelő láthatóvá tétele szintén fontos szerepet játszik e tekintetben: a „látni és látszani” dualizmusa soha ennyire nem volt tetten érhető. A Google Earth-öt első ízben kipróbálva szinte általánosnak mondható az, hogy a felhasználók először saját ismerős helyeiket (az otthonukat, a nyaralójukat, az önnön tapasztalataikhoz kapcsolódó geográfiai helyszíneket) keresik meg a programmal. A Google Earth-ön keresztül figyelni a világot valójában annyit tesz, mint a saját, szubjektív tér-tapasztalatunkat összemixelni egyfajta objektív mértékrendszerrel.

A vizuális kultúrával foglalkozó szakirodalom már évek óta azzal bíbelődik, hogy megkérdőjelezze a láthatóság = sebezhetőség = szubjektifikáció hagyományos elgondolását (Jar, 2003). A láthatóság a Google Earth korában immár nem a sebezhetőséggel egyenlő. Az bizonyos, hogy a látvány/látás (*vision*) fogalma sokkal komplexebb és messzebbre vezető kritikai diskurzusokat feltételez, mint azt korábban gondoltuk. Vajon az úgynevezett egovizualizmus újabb és újabb megjelenési formáinak leszünk-e a tanúi a következő években? A *celebrity*-világ mechanizmusaihoz hasonlóan, vajon egyre többeknek egyre többet megér-e majd az, hogy lássák/lássuk önmagunkat a médián keresztül?

## Összefoglalás

„A dot.com vállalkozások 2000-es összeomlása elegendő jelzés volt ahhoz, hogy tudjuk, az újmédia nem egyfajta »varázspálca«, amely egy csapásra megoldja a világ összes gondját-baját, és még közben a pénzt is hozza a konyhára” – írta Terry Flew 2005-ben, az újmédiáról szóló kötetének előszavában.

„A 2001. szeptember 11-ei terrortámadások, illetve az utána bekövetkezett afganisztáni és iraki háború szintén arra figyelmeztettek minket, hogy ez a globálisan behálózott társadalom, amelyben élünk, nem kimondottan egy »globális falu« – ahogy azt egyesek jósolták –, hanem éppenséggel egy olyan világ, amely fundamentális konfliktusokkal terhelt – és amelyben az újmédia szokatlan, sokszor előre nem is látott szerepekhez jut” (Flew, 2005).

Ki gondolta volna 2005-ben, a Google Earth megjelenésekor, hogy két évvel később egy, a neten mindenki számára elérhető online térképszoftver segítségével palesztin harcosok izraeli katonai egységeket és egyéb célpontokat támadnak meg?<sup>21</sup>

Ugyanakkor – mint Flew megjegyzi –,

„...az információs társadalomról és a tudásalapú társadalomról szóló régi diskurzusok az újmédia megjelenésével új értelmet nyertek. Ezek a viták immár arról is szólnak, hogy vajon milyen szerepe van a kreativitásnak ebben az új gazdaságban, illetve, hogy vajon miféle kapcsolat létezik a kreatív iparágak, az újmédia és az emberi potenciál új formáinak megjelenései között” (Flew, 2005).

Jelen pillanatban is számos olyan humanitárius, környezettudatos vagy éppen egyéb célból kampányoló kisközösség használja a Google Earth-öt, amelynek ez az online térképszoftver nemcsak új kommunikáció csatornát jelent üzeneteinek a terjesztésére, hanem egyúttal a társadalmi nyilvánosság szervezésének egy új terepét is jelenti.<sup>22</sup> A Google nem önmagában, előzmények és kontextus nélkül járul hozzá a társadalmi identitás változásához, hanem mint a közösségi média – a web 2.0, illetve 3.0 – egy fontos kommunikációs eszköze, mozgatórugója.

Fontos lenne elgondolkodni azon, miként kellene a kartográfiairól szóló akadémiai diskurzusokat a fentiek tükrében a médiáról, illetve a kommunikációról szóló viták közé beemelni. Akár a megfigyelésről szóló tudományok (*surveillance studies*) esetében, itt sem kétséges: különálló tudományágakon átívelő kutatásokra van szükség annak érdekében, hogy megértsük ezt a rendkívül gyorsan változó mediális környezetet, illetve ennek implikációit a társadalom különféle kontextusaira és konstrukcióira nézvést.

„Nem feltétlenül kell minden szaktudománynak önmaga történelmi emlékévé válnia és ezzel elhagynia azt a területet, amelyen szembesülni tud még a ma kérdéseivel” – állítja Belting a művészettörténettel foglalkozók nagy kihívásáról (Belting, 2006: 245). „Micsoda grandiózus gesztus ez az önszáműzés, ez a teoretikus csődből eredő bosszankodás!” – felelt rá Almási a Belting könyvét illető kritikájában. – „Mindent újra tudsz belőle tanulni.”

## Irodalom

Almási Mikós (2007) A kétszer írott könyv. Kritika Hans Belting A művészettörténet vége című könyvéről. *Mozgó Világ*, március.

Belting, Hans (2006) *A művészettörténet vége*. Budapest: Atlantisz Könyvkiadó.

Birch, E. L. & Wachter, S. M. (2006) *Rebuilding Urban Places After Disaster. Lessons from Hurricane Katrina*. University of Pennsylvania Press.

Black, Jeremy (1997) *Maps and Politics*. Reaktion Books.

Durham, M. G., & Kellner, D. M., eds (2006) *Media and Cultural Studies*. Revised Edition. Blackwell.

Flew, Terry (2005) *New Media. An Introduction*. Oxford University Press.

Foucault, Michel (1990) *Felügyelet és büntetés*. Budapest: Gondolat Kiadó.

Jar, Madjid (2003) Panoptic Power And The Pathologisation Of Vision. *Surveillance & Society*, 1 (3)., pp. 254-271.

Jay, Martin (1993) *Downcast Eyes The Denigration of Vision In Twentieth-Century French Thought*. University of California Press.

Lister, Martin (2003) *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.

Livingstone, Sonia (2002) *Young People and New Media*. Sage.

Lyon, David (2002) Editorial. *Surveillance Studies: Understanding Visibility, Mobility And The Phenetic Fix*. *Surveillance & Society*, 1(1), pp. 1-7.

Mirzoeff, Nicholas (2002) *The Visual Culture Reader*. Routledge.

Parks, Lisa (2000) Satellite And Cyber Visualities. In: Mirzoeff, Nicholas, ed. (2002) *The Visual Culture Reader*, 279-292. Routledge.

Ramsey, Matthew (2005) *Exploring Visual Culture. Definitions, Concepts, Contexts*. Edinburgh University Press.

Weinberger, David (2007) *Everything is Miscellaneous: The Power Of The New Digital Disorder*. Henry Holt and Company.

## Lábjegyzetek

1

A Yelp egy népszerű, San Francisco-i illetőségű étteremkritikai portál.

2

Svoboda, Elisabeth: Volcanoes Erupt on Google Earth. *Wired*, 2007. január 17., <http://www.wired.com/science/discoveries/news/2007/01/72451> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

3

Ratliff, Evan: Google Maps Is Changing the Way We See the World. *Wired*, 2007. június 26., [http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff\\_maps](http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff_maps) (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

4

Chassay, Clany és Johnson, Bobby: Google Earth Used to target Israel. *The Guardian*, 2007. október 25., <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/oct/25/google.israel> (utolsó letöltés: 2007. december 12.).

5

*Ibid.*

6

Ratliff, Evan: Google Maps Is Changing the Way We See the World. *Wired*, 2007. június 26., [http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff\\_maps](http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff_maps) (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

7

*Ibid.*

8

*Ibid.*

9

*Ibid.*

10

Lásd <http://www.ai.sri.com/digitalearth/index.shtml> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

11

A *Wired* történetrekonstrukciója szerint ez úgy esett, hogy 2004 őszén Rademacher lakást keresett magának San Francisco Bay Area körzetében, amikor is a kezében felhalmozott térkép- és hirdetéshalom kezelhetetlenségén bosszankodva megfogalmazódott benne egy olyan „információintegráló” térkép gondolata, amely a különféle adatokat egy *interface*-re hozza. Amikor néhány hónappal később kijött a Google Maps, Rademacher úgy érezte: itt a lehetőség, hogy valami radikálisan mást lehessen csinálni – és belemerült a JavaScript kódokba.

12

Ratliff, Evan: Google Maps Is Changing the Way We See the World. *Wired*, 2007. június 26., [http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff\\_maps](http://www.wired.com/techbiz/it/magazine/15-07/ff_maps) (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

13

Gilbertson, Scott: YouTube Is In Your Videos Playing Your Videos. *Wired*. 2007. október 11., <http://blog.wired.com/monkeybites/2007/10/youtube-is-in-y.html> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

14

*Ibid.*

15

*Ibid.*

16

Genocide Emergency, 2005, <http://www.ushmm.org/googleearth/> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

17

<http://www.brightearthproject.org/> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

18

<http://www.brightearthproject.org/?p=19> (utolsó letöltés: 2008. január 10.).

19

Agent Portál: Miből lesz a 3.0? Web-történelem. *Index*, 2008. január 13., <http://index.hu/tech/net/net3424/> (utolsó letöltés: 2008. január 16.).

20

*Ibid.*

21

Chassay, Clany és Johnson, Bobby: Google Earth Used to target Israel. *The Guardian*, 2007. október 25., <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/oct/25/google.israel> (elérve: 2007. december 12-én)

22

Online Maps Aid Eco Mine Fight. *Wired*, 2006. november 5., <http://www.wired.com/techbiz/media/news/2006/11/72076>, elérve: 2008. január 10-én



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régembi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

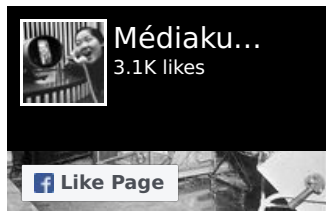
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Kritika

[Sipos Balázs](#):

## A távirótól a web 2.0-ig?

### Szekfü András **Kommunikáció, nyilvánosság, esélyegyenlőség Magyarországon. A távirótól a web 2.0-ig** című könyvéről

Wilbur Schramm, az Illinois Egyetem Kommunikációkutató Intézetének létrehozója és első igazgatója, a kommunikációtudomány egyik „atyja”, egy 1963-as tanulmányában a következőképpen írta le szakterülete helyzetét: bár az 1930-as évektől kezdve megnőtt az érdeklődés a kommunikáció folyamata és hatása iránt, és emiatt a kutatás és az elmélet viruló területe lett, nem vált belőle akadémiai diszciplína. A legkülönbözőbb tudományágak művelői foglalkoznak vele, de nem túl alaposan: a pszichológusok, a szociológusok, az antropológusok, a közgazdászok, a matematikusok, a nyelvészek, a politikatudósok, az irodalmárok és a történészek bele-belekapnak a témába, ám nem időznek túl sokat a kommunikáció kutatásával (Schramm, 1963: 1-2).

Az elmúlt 15-20 év magyarországi médiatörténet-írását hasonlóan lehetne jellemezni. Számos tudományág, „mellék tudomány” keretei között folynak a média és a kommunikáció történeti jelenségeiről kutatások – ilyen például az irodalomtörténet és -elmélet, a társadalom- és a művelődéstörténet, a politikatörténet, a sajtótörténet és az információtörténet, illetve a médiaszociológia, -kutatás –, de ezek művelői gyakran nem vesznek tudomást az ebben az értelemben szomszédos tudományokról – vagy csak nem ismerik azok eredményeit (Sipos, 2003: 8-22).

Pedig nem arról van szó, hogy beláthatatlan mennyiségű tudás halmozódott volna föl, hiszen Magyarországon még kurrens témákról is csak viszonylag szerény számban születettek tanulmányok, monográfiák. Például a Média- és Kommunikációkutató Nemzetközi Szövetsége idei, 2008-as kongresszusának történeti szekciójában szereplő témák, illetve ezek hazai „vonatkozásai”, elágazásai sem mind feltártak. A meghirdetett kérdésekről (azaz: a média- és kommunikációs „szakadékokról”, a médiatörténet elméleti alapjairól, a média, a történelem és a globalizáció vagy az újságíró-szerveződések kezdeteiről) csak kevés magyar kutató tudna olyan előadást tartani, amelyben saját eredményeit ismerteti. Szekfü András arra tett kísérletet, hogy összekapcsolja több tudományág eredményeit, és így ismertesse a kommunikációs egyenlőtlenségek magyarországi történetét – és ezzel a médiatörténeti kutatásokban komoly tudományos eredményeket mutasson fel, illetve erősítse a diszciplína akadémiai rangját.

Kis könyve első fejezetében – egyebek mellett – ismerteti a *digital divide* fogalmát, a hozzáférés van Dijk-féle modelljét, Westley és MacLean 1957-es, a teljes kommunikációs folyamatra kidolgozott modelljét, Habermas alapkönyvét a társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozásáról, John Kean fölfogását a nyilvánosságokról, illetve kitér arra a kérdésre, hogy miért fontos a kommunikációs eszközök elterjedésének tempója. E rész végén Westley és MacLean teóriáját alkalmazva, illetve kicsit Habermasra, kicsit Keanre is támaszkodva kommunikációs helyzeteket próbál elemezni két történelmi időszakban. Az első helyszín és történelmi időszak a 18. századi Nyugat-Európa valamelyik tetszőleges országa. Szekfü leírása szerint ott, a kávéházban, a kommunikációs helyszínen, amely egyúttal „csatorna funkciót tölt be”, ülnek a polgárok, akik lehetnek hallgatók és beszélők is (61. o.). Kezükben az újság, amely szintén csatornafunkciót tölt be, s ők olvasás közben befogadók:

„Az újságíró a C típusú kommunikátor. Az újság tartalma a modellben X', azaz X jellegű »orientációs« tárgy” kódolt megfelelője. X lehet bármely társadalmi jelenség, amelyről az újság hírt ad – politikai, gazdasági, művészeti. A szóban forgó polgárok levélben (*fBC*) is reagálhatnak (visszacsatolás) az újság valamely cikkére. Ez esetben A típusú szerepet vesznek fel, és az újságíró most nem C, hanem B típusú szerepbe kerül” (62. o., a kiemelések itt is és később is az eredeti idézetből valók).

És így tovább.

Mondhatnánk, hogy ez Westley-MacLean modelljének adaptációja valamelyik 18. századi nyugat-európai országra – csak az a kérdés, hogy mi ebben a leírásban a szerepe a történelmi időszaknak. Szerintem semmi, és Szekfü emiatt nem határozza meg pontosan sem a helyszínt, sem az időt. Pedig nem teljesen mindegy, hogy a 18. század

elején vagy végén járunk-e, hogy Angliában vagy Franciaországban üldögél-e a bizonyos polgár, vagy például valamelyik németalföldi, esetleg olasz városban. Hiszen nem lehet elemezni olyan történelmi helyzetet, amelyről nem tudjuk, hogy mikor (és hol) „van”.

„Hogyan jön létre ebben a [18. századi – S. B.] helyzetben országos/nemzeti, illetve globális (azaz mezo vagy makro) nyilvánosság?” – teszi fel a kérdést a szerző (63. o.). Kean nyomán a „mezonyilvánosságok” könyvében „általában emberek millióit jelentik, akik a nemzetállami keretek szintjén vannak interakcióban egymással”, a „makronyilvánosságok” pedig „emberek százmillióit vagy akár milliárdjait jelenthetik, akik vitákba bonyolódnak a nemzetek fölötti és a globális hatalmi szinteken” (44. o.). Föltételezhetnénk tehát, hogy valahol Nyugat-Európában, valamikor a 18. században volt egy állam, ahol emberek milliói interakcióban voltak egymással, csak az a gond, hogy – mint Szekfü írja – a 18. század végén (!) az újságok példányszáma néhány száztól egy-két ezerig terjedt, ami „megfelelt az igényeknek – szűk volt az olvasóközönség” (63. o.). Ám, ha ez igaz, akkor nehéz elképzelni, hogy újságolvasók millióit találunk valamelyik országban. Erről azonban nincs szó, noha az újságok példányszáma magasabb volt: a 18. század elején (!) Angliában például a Gazette hatezer példányban jelent meg, 1792-ben pedig 15 millió újságot (napi-, heti-, kétheti, havi és negyedévi lapot) adtak el ugyanott (Briggs & Burke, 2004: 72, 95). Ha viszont a 18. század elején vagy végén (?) nem volt „mezonyilvánosság”, akkor „makronyilvánosság” biztosan nem létezett.<sup>1</sup>

Szekfü András másik „történelmi” példája a „tömegsajtó virágkora”, a 19. és a 20. század fordulójának valamelyik „fejlett” európai országa, „akár Magyarország is” (64. o.). Ez azonban ugyanúgy tévedés, mint az előző esetben. E („tipikus”) országok leírása több pontban bizonyosan nem illik mondjuk Magyarországra (például az „általános iskolai” oktatás nem a századfordulón lett kötelező, hanem 1868-ban), vagy Angliára (például nem csupán a férfilakosság töredékének volt választójoga, hanem 1885-től többségének), vagy Franciaországra (ahol 1848-tól a 21 évesnél idősebb férfiak szavazhattak). A gazdasági szféra kommunikációjában nem ekkor „terjed a táviró igénybevétele”, hanem már elterjedt, legalábbis a „fejlett” országokban. Mivel nem tudjuk meg, hogy mikor ér véget a századforduló, bizonytalan, hogy igaz-e például Magyarországra: itt „már jelentős népszórakoztatás a mozi” (66. o. – vö. Magyar, 2003: 38. skk.).

E bizonytalan helyzetmeghatározást követően Szekfü egyetértően hivatkozik Habermásra, aki szerint „ez a helyzet [a sajtó tőke hatalmától való függése stb. – S. B.] már számos negatívumot mutat fel” (67. o.). Ez nekem azért tűnik meglepőnek, mert oldalakkal korábban pontosan azt vetette a jeles német szemére, hogy munkájában nem tud elszakadni a marxi szemlélettől (41. o.). Ám, ha ez baj, akkor miként lehet elfogadni a tömegsajtóról szóló, szintén „marxi ihletésű” leírást? (Csak zárójelben említem, s csak a vita kedvéért, hogy például Habermas esetében az osztályelemzés alkalmazását politikával átítatott szociológiai értelmezésváltozatnak nevezni akkor is túlzás, ha a szerző nem tekinti magát marxistának – 42. o.) Ezután rövid publicisztikai rész következik az „értékes tartalom” és a „kulturális ízlésfejlődés” (!) kérdéséről,<sup>2</sup> majd a kérdés: „Milyen különbségeket vehetünk észre, ha a Westley-MacLean-modellt erre, a száz évvel ezelőtti helyzetre is alkalmazzuk?” A válasz: sokkal több kávéház és újság sokkal „szélesebb spektrumban” létezett ekkor, mint a „18. században”, és az okoskodás színtereiként léteznek már (!) a pártok. Ezt azonban Westley és MacLean nélkül is tudtuk. (Arról most nem szólva, hogy vajon az állítás mely államokra igaz.)

Szekfü András könyvének e kicsit több mint nyolc oldaláról azért szoltam ilyen részletesen, mert jól mutat három problémát. Az egyik az, hogy a szerzőnek nincs igazán érzéke a történelmi témák kezeléséhez. A másik az, hogy az általa összefoglalt elméletek nem „termékenyítik meg” a történelmi leírásokat, s nélkülük is el lehetett volna jutni a közismert eredményekhez. A harmadik az *érvelés* módja: nem szerencsés, ha egyik állításunk cáfolja a másikat. Mindez azonban nem csupán e két alfejezet gondja.

A bevezetőt író Angelusz Róbert felhívja a figyelmet Szekfü azon állításának kérdésességére, amely szerint Heller Mária és Rényi Ágnes nyilvánosság-modelljéből kiindulva „a magán és a köz, a nyilvános és a nem nyilvános dimenziók mentén kirajzolódó négy szegmens mindegyikét a nyilvánosság részének” lehet tekinteni (10. o.). Azaz van „nyilvános nem nyilvánosság” (49. o.). Nem az állítást kívánom most vitatni, csak az *érvelés* sajátos módját. Szekfü András első érve szerint, ha létezik (a fizikában) „negatív gyorsulás”, akkor létezhet „nyilvános nem nyilvánosság” is. Csakhogy elkerüli a figyelmét, hogy hiába van „negatív gyorsulás”, nemhogy „pozitív lassulás”, de „negatív lassulás” sincs.<sup>3</sup> A második érve az, hogy a négy szegmens határa folyamatosan változik, amihez (harmadikként) hozzáfűzi, hogy ami ma titkos, nem biztos, hogy száz év múlva is az marad. Ami természetesen igaz, csak praktikus lenne megvizsgálni, hogy működőképes-e a nyilvánosság időtlen meghatározása (modellje), és hogy nem a nyilvánosság dinamikus jellege tűnik-e el ezzel – amit pedig Szekfü hangsúlyoz. (Hiszen ha minden a nyilvánosság része, akkor nincs „küzdelem” annak meghatározásáért, hogy mi a nyilvánosság része.) És az is megfontolásra érdemes, hogy Heller és Rényi elméletének ilyenét kifordítása nem az eredeti modell szétbomlását jelenti-e.<sup>4</sup>

Az *érvelési* hibák harmadik típusa az, hogy Szekfü alkalmanként megosztja olvasóival személyes történeteit, illetve véleményét valamiről, ami nem tárgya könyvének. Lehet, hogy ebben is tévedek, de szerintem több mint érdektelen, hogy a kutató, aki életének nagyobb részét az államszocializmusban élte le, mit érez, amikor a *Strukturwandel* új előszavát olvassa (33–34. o.).<sup>5</sup> Hogy látta-e a telefonhírmondó konnektorát gyerekkorában (86. o.)? Hogy nagypája miért interpellált a parlamentben (90. o.)? Vagy hogy szerinte többek között mi lehet a „mai hazai politikai megosztottság vitastílusának” az oka (101. o.)? És lehet, hogy túlzok, de ebben is azt látom, hogy a szerző nem tudta eldönteni: témája szempontjából mi az érdekes, miről kell írnia a megismerés és a megértés érdekében, mit kell végiggondolnia, mi tudományos eredmény, és mi nem az.

Azért, hogy enyhítsek az esetleges érzésen, amely szerint én sem látom tisztán a lényeges és a lényegtelen közti különbséget, felhoznék néhány másik példát.<sup>6</sup> Angelusz Róbert is hangsúlyozza, hogy milyen jelentősége lehet a

Szekfű által kitalált „emberév” mérési mutatónak (10. o.), amelynek segítségével „*ember x év mértékegységben megkapjuk az új [kommunikációs - S. B.] eszköz által biztosított előny számszerűségét*” (57. o.). Ezt a mutatót azonban Szekfű nem alkalmazza, nem próbálja ki, noha én is azt gondolom, hogy „gyümölcsözőnek ígérkezik a kommunikációs egyenlőtlenségek történelmi vizsgálata során” (10. o.). Természetesen nem tudom, hogy mi ennek az oka, de felmerül bennem a gyanú, hogy alapvetően az adathiány. Pontosabban az, hogy Szekfű nem végzett alapos történelmi kutatásokat, s ezek hiányában nem tudja számszerűsíteni azokat a bizonyos előnyöket.

Ezzel függ össze az a kérdés, hogy mely elektronikus kommunikációs eszközök alkalmasak az egyenlőség, a nyilvánosság szempontjából „indikátorszerepre”. Szekfű helyesen mutat rá arra, hogy „Indikátornak főleg az *általános használatú, radikális* újdonságok alkalmasak”, és ennek megfelelően osztja be az eszközöket (72. o.). Először azonban a távíró, azaz egy nem általános használatú radikális újdonság terjedését vizsgálja, majd a telexét, amely nem általános használatú nem radikális újdonság. Vajon miért? Talán azért, mert erre talált szakirodalmat, s benne adatokat. Viszont a telefonról írott szellemes öt és fél oldalon nem találni adatot az eszköz elterjedéséről. Nem tudjuk meg, hogy mikor hány előfizetője volt, azok milyen településen éltek, milyen társadalmi réteghez tartoztak. És azt sem, hogy mikor hová lehetett telefonálni. Mióta lehet hívni például New Yorkot? Azaz az egyenlőtlenségekről szinte semmi sem derül ki.

A telefonhírmondóról szóló rész után a rádióhoz kapcsolódó kérdések következnek. Ezek kapcsán a szerző már több adatot vonultat fel, elemzésének mélysége is van. Két megjegyzést azonban fűznék ehhez a részhez is.

Szekfű András idéz egy 1975-ös tanulmányt, amely szerint Magyarországon az 1920-as évek végétől „*a rádió nem tud lényegében a középrétegeken túllépni* a társadalom döntően nagyobb hányadát kitevő *dolgozó osztályok felé*”. Az idézetben szereplő állítást azonban nem vizsgálta, a forrásokat nem nézte meg. Ellenkező esetben felfigyelhetett volna arra, hogy 1935-ben az előfizetők között nagy számban voltak az iparban dolgozók, s a köz- és szabadfoglalkozásúak után ők alkották a második nagy előfizetői csoportot (Elekes, 1938: 209-210). Ugyanekkor minden második budapesti háztartásban volt rádió, ami szintén azt a gyanút látszik erősíteni, hogy az otthoni rádióhallgatás a fővárosban túlterjeszkedett a középosztályon. A világháború generálta információszükséglet eredményeként a rádióhallgatók száma kétszer nagyobb lett 1944-re, mint 1939-ben volt, azaz a társadalom „alsóbb csoportjai” között tovább nőtt a számuk és az arányuk. (Nem véletlen, hogy 1944 tavaszán az Endrődön „fölgöngyöltett” hűtlenségi ügy, azaz németellenes szervezkedés hat tanyasi-falusi résztvevője közül ötnnek volt rádiója, amit elkoboztak, lásd Svéd, 2008: 99-100.) A lényeg az, hogy az 1930-as évekből nemcsak az előfizetők területi megoszlásáról rendelkezünk adatokkal, épp ezért érdemes lett volna megnézni a foglalkozási főcsoportokra vonatkozó információkat is. Ebben az esetben pontosan az egyenlőtlenségekről, a kommunikációs megosztottságokról lehetett volna többet mondani.

Ehhez kapcsolódik az a kérdés, hogy a rádiókészülék-tulajdonosok mit hallgattak, s származott-e előnyük ebből azoknak, akik külföldi adókat is követni tudtak. Szekfű érinti e problémát, de csak 1925-ös (!) adatokat ismer. Azt a tényt, hogy a magyarországi rendszeres műsorsugárzás megindulásának évében Sopronban tízezer (!) lakosra 55,6 engedélyes jutott, ami kiemelkedő arány, azzal magyarázza, hogy e vidéki városban „bizonyára” sokan hallgatták a bécsi adást (95, 102. o.). Nem ismeri (de biztosan nem használja) viszont az 1930-as évekből származó felméréseket, amelyekből konkrétan tudjuk, hogy a válaszolók milyen arányban milyen külföldi adókat hallgattak (lásd például Sipos, 1936: 423-439; Buziássy, 1938: 61-68). Ha a külhoni adók „fogyasztását” együtt tanulmányozta volna a Magyarországra érkezett külföldi újságok példányszámadataival és a Magyarországra táviratban feladott szavak számával, egyrészt a regionális hátrányokról is többet kideríthetett volna, másrészt foglalkozhatott volna az országok közötti kommunikációs egyenlőtlenségekkel: például a globális hírversennyel, a gazdaság működtetéséhez szükséges információk kérdésével is (vö. Sipos, 2001: 353-373). Ezt azonban nemcsak azért nem tette, mert nem keresett elégséges forrást, hanem ezért sem, mert az eszközök történetét jórészt nem tekintette végig. A távíró terjedését például csak 1920-ig vizsgálta: 1867-ből, 1877-ből, 1887-ből, 1913-ból és 1920-ból közli a táviratok számát (az első három évből a táviratok átlagárát is), 1868-ból és 1910-ból pedig azt, hogy hány távirat- és hány postahivatal jutott 100 négyzetkilométerre (76-78. o.). Az adatok, mint látszik, nemcsak időben nem teljes körűek. A rádióelőfizetők (készülékek) számát csak 1937-ig adja meg; a televízió elterjedését 1957 és 1972 között követi nyomon (ez könyve egyik legalaposabb része), illetve egy nagy ugrással a 2002-es helyzetről ír, és az internetes ellátottság kérdésével fejezi be. Majd következik a tanulság: „jelen könyv egyik alapvető megállapítása, hogy a digitális megosztottságokhoz hasonló jelenségek a régebbi kommunikációs eszközök esetében is felmerültek” (137. o.).

Ez a megállapítás szerintem megerősíti a könyv olvasójának azt az érzését, hogy Szekfű András könyve tudományos ismeretterjesztő munka. Hiszen bárki, aki csak egy keveset is töpreng a média/kommunikáció történetéről, magától erre az eredményre jut. (Kivéve természetesen azt, aki vagy úgy véli, hogy mondjuk 1972-ben mindenkinek volt Magyarországon telefonja és tévéje, vagy úgy: nincs összefüggés a társadalmi státusz és a fogyasztás között.) A kérdés inkább az lett volna, hogy *pontosan* miként alakulnak ki és változnak ezek a megosztottságok, kapcsolódnak-e, és ha igen, milyen (egyéb) egyenlőtlenségek hozzájuk, milyen egyéb hátrányok érik a „lemaradókat”. Érdemes lett volna azt is megvizsgálni, hogy egy-egy eszköz elterjedésének időszakában nincs-e olyan periódus, amikor egy másik eszköz használata még kiegyenlíti a hátrányokat? És azt is, hogy mindig származnak-e előnyök a használatból? A televízióműsorok fogyasztása mindig is előnyt jelentett-e a rádióhallgatáshoz képest stb.? És fordítva: ebből a szempontból például az újságolvasást feleslegessé teszi-e a rádióhallgatás, és ha igen, mikortól figyelhető meg? Vagy jó lett volna, ha az eszközökről mind megtudjuk, hogy mikor és kik, a társadalom mely csoportjai használták, birtokolták azokat egyszerre, és ez miként változott (mint az internet és a sokcsatornás tévévétel kapcsán Szekfű meg is írja). Olyan kérdések ezek, amelyekhez hasonlókat a szerző a bevezetőben maga is feltesz, de nem válaszol meg.

Szekfű András könyve azért is tudományos ismeretterjesztő munka, mert – mint utaltam rá – elemzései többnyire

nem alaposak. Aminek jelentős részben az az oka, hogy a szerző nem ismeri a médiatörténeti kutatások magyarországi állapotát és a médiatörténet-írás lehetséges forrásait. Vélhetőleg ez a magyarázata annak, hogy nem tisztázta: mit kellene feltárnia ahhoz, hogy megismerhesse és megismertesse a kommunikációs szakadékok, megosztottságok magyarországi történetét. Ha ezt megtette volna, akkor a fejezetekben összefoglalt ismeretek is egymásra épülnének, és az elméleti rész megállapításai nemcsak elvétve bukkannának fel a történeti részben. Így azonban nem sikerült a különféle tudományágak eredményeit összekapcsolnia. A hibák alapos javítása<sup>7</sup> után azonban könyvét mindazoknak ajánlom, akik most ismerkednek a kommunikáció történetével. (Szekfü András: *Kommunikáció, nyilvánosság, esélyegyenlőség Magyarországon. A távirótól a web 2.0-ig*. Budapest: Gondolat Kiadó, MTA – ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2007, 154 lap, 1980 Ft.)

## Hivatkozott irodalom

Briggs, Asa & Burke, Peter (2004) *A média társadalomtörténete Gutenbergtől az internetig*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Buziássy Géza (1938) *Budapest közművelődési viszonyai*. Statisztikai Közlemények, 88. k. 3. sz.

Dékány István (1938) A sajtó szerepe a természetes és mesterséges közvélemény alakításában. *A Sajtó*, 3-4. sz.

Elekes Dezső (1938) *Budapest szerepe Magyarország szellemi életében*. Statisztikai Közlemények, 85. k. 1. sz.

Magyar Bálint (2003) *A magyar némafilm története. Némafilmgyártás, 1896–1931*. Budapest: Palatinus Kiadó.

Schramm, Wilbur (1963) Communication research in the United States. In: Uő (szerk.): *The Science of Human Communication*. New York & London: Basic Books.

Sipos András (1936) A rádió elterjedése Budapesten az 1924–1934. években. *Városi Szemle*, 3.

Sipos Balázs (2000) Sajtó és tudomány. A sajtókutatás története és intézményesülése Magyarországon a II. világháborúig. *Múltunk*, 2. sz.

Sipos Balázs (2001) A világ megismerése. A felkészülés időszaka. In: Földes György & Inotai András (szerk.) *A globalizáció kihívásai és Magyarország*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Sipos Balázs (2003) Unter Disziplinen. Historische Medien- und Kommunikationforschung in Ungarn. *Medien & Zeit*, 3. sz.

Svéd László (2008) Ságvári Endre mártíriumának körülményei dokumentumok tükrében. *Múltunk*, 1. sz.

## Lábjegyzetek

1

Szekfü Westley és MacLean modelljére hivatkozva, saját eredményként leírja, hogy az olvasó az újság révén személyesen nem látott világokat is megismer. Itt azonban elég lett volna az 1920-as, az 1930-as években aktív Dékány Istvánt idézni, aki 70 éve ugyanezt vetette papírra (Dékány, 1938: 1-19; vö. Sipos, 2000: 154-200).

2

Az a benyomásom, hogy Szekfü nem ismeri Biró Lajos 1908-as, *A sajtó lélektanához* című alapszövegét, mert ha ismerné, akkor talán e fejtegetés helyett innen idézte volna ugyanezeket a gondolatokat. És ha ismerné, akkor nem írta volna, hogy a lapkiadás Magyarországon a két világháború között modernizálódott (36-37. o.). Ettől függetlenül megjegyzem, hogy Heltai Jenő és Bródy Sándor szépirodalmi szövegei nem történeti leírások (uo.), és így mondjuk Heltai *Jaguár* című regényéből nem föltétlenül ismerhető meg az újságírás.

3

Itt most nem azon szeretnék ironizálni, hogy mi mindenből nem következik (az élet más területén se) semmi, hanem inkább arra szeretném felhívni a figyelmet: hiába írt Eisenstein *A nem közömbös természet* címmel szép filmesztétikai tanulmányt, ez meglehetősen lazán kapcsolódik ahhoz, hogy a nyilvánosságot „nem-közömbös szférának” nevezzük-e vagy sem (50. o.).

4

Szekfü írja: „Minden információ, melyet közvetlenül ember hoz létre, legalább egy ember számára nyilvános: és pedig alkotója számára” (51. o.). Eszerint – ha jól értem – amit én most gondolok, de nem írok le, az a nyilvánosság része. Ezt egyrészt vitatnám, másrészt furcsállom az ehhez fűzött lábjegyzetet: „Szomorúbb korokban ezt [mit? az egyszemélyes nyilvánosságot? – S. B.] használják ki azok, akik kínzással akarják kiszedni az információt abból a személyből, aki – akár egyedülként – azt birtokolja”.

5

Ehhez csak két apró megjegyzést fűznék. Egyrészt semmi sem indokolja, hogy Habermas kötete *Strukturwandel*ként szerepeljen egy magyar szövegben (31, 32, 37, 39, 41. o.). Másrészt a szerző egy ponton mintha összekeverte volna, hogy ez eredeti műről (monográfiáról) vagy az új előszóról ír-e (41. o.).

6

Bár történeti művek alapvető hibájának tartom, ha a szerző nem tud távolságot tartani tárgyától, mert így összekeveredik a tudományos állítás és a személyes, tudományosan nem megalapozott vélemény.

7

Az említetteken kívül érdemes lenne kijavítani például az elírásokat. Mondjuk „A televíziós előfizetők

megoszlása (%) településtípusonként, 1958-1967” című táblázatban „most” a sorok összege nem száz, hanem egy százalék (107. o.).



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

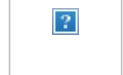
Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>



2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

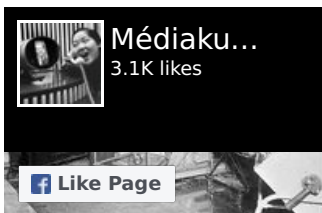
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

## Médiakutató 2008 nyár

### Kritika

[Fodorné Tóth Krisztina:](#)

# A társadalmi kommunikáció mint látásmód - alapkönyv kezdőknek és középhaladóknak

**(Fehér Katalin, szerk.: Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből)**

„...a társadalmi kommunikáció *nem egy újabb terep* a személyközi vagy a szervezeti kommunikáció mellett, hanem egy *sajátos rátekintés* mások mellett a személyközi vagy a szervezeti kommunikációra.”  
(Horányi Özséb előszava a kötethez)

Hasonló cím alatt magyar nyelven jelent már meg legalább egy nagy lélegzetű tanulmánykötet (Béres István-Horányi Özséb, szerk.: *Társadalmi kommunikáció*. Budapest: Osiris Kiadó, 1999). A jelen írás tárgya több szálon - szerzői körének bizonyos mértékű azonosságában, tematikai egyezésében - kapcsolódik a korábbi kötethez, ám sem célkitűzésében, sem koncepciójában nem folytatása annak. Folytatásnak tekinthető azonban abban az értelemben, hogy a két könyv megjelenése között eltelt időben jelentősen megnőtt a társadalmi kommunikáció iránti érdeklődés hazánkban, egyebek mellett az oktatás területén is; ezért egyre nagyobb szükség van alapkönyvekre, amelyek bevezetőül szolgálhatnak a társadalmi kommunikáció téma- és jelenségtérjébe, s nem csupán a kommunikáció- és médiatudomány-szakok hallgatóinak, hanem mindazoknak, akik ilyen vagy olyan vetületben foglalkoznak a társadalmi kommunikációval tanulmányaik során.

A Fehér Katalin szerkesztésében megjelent *Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből* című kötet ilyen alapkönyv. Eredetét tekintve egy jól kidolgozott, több szaktanterv részeként jelenlévő tantárgy multidiszciplináris oktatása során felhalmozódott tananyag koncepciózus publikációja. Szerzői - akik között éppúgy található nyelvész, mint etológus, politológus, kultúranthropológus vagy szociológus - részt vettek a tantárgy oktatásában, mindegyikük saját témája avatott kutatójaként adhat könnyen értelmezhető és gondosan válogatott ismeretanyagot olvasóinak. A szerzői kör érdekessége egyébiránt, hogy néhányan hozzájárultak már az 1999-es kötethez is, többen pedig azon „nőttek fel”, váltak elmélyült kommunikációkutatóvá. Multi- vagy interdiszciplináris kötetéről van tehát szó: a társadalmi kommunikáció, ahogyan Horányi Özséb előszava is kiemeli, közös látásmódként, a széttartó tematika és a diszciplináris megközelítési sokféleség integráló erejeként van jelen benne. Az elgondolás működik: a könyv a társadalmi kommunikációs jelenségszféra alapvető, legtipikusabb területeit érintő tanulmányai (például a személyközi, a szervezeti, a képi kommunikációt, valamint a nyilvánosság és a tömegkommunikáció több aspektusát) lazán összefűzött - de épp ezért többféle tantárgyi kontextusban is használható - szerkezetet alkotnak.

A kötet tankönyv, illetve jegyzet jellegét aláhúzza az a szerkesztési sajátossága, hogy a bibliográfia nem a végén, egyben található: a szerzők önálló irodalomlistát csatolnak az egyes írásokhoz, mégpedig két részre bontva. A *kiemelten ajánlott irodalom* nagyrészt magyar nyelvű, illetve magyarul jól elérhető tételekből áll, amelyek terjedelmüket, mennyiségüket és céljukat figyelembe véve egyrészt az alapképzésben részt vevő hallgatók számára is könnyen használhatók, másrészt nagyobb feladatok, feldolgozások, dolgozatok esetében segítenek a szakirodalomban való tájékozódásban. Az *„egyszerűen” ajánlott szakirodalom* pedig részletesebb tájékoztatást ad a szerzők forrásairól, valamint a további, elmélyültebb hallgatói munkát támogatja (bizonyos értelemben klasszikus bibliográfiai feladatot látva ezzel el). A tárgymutató összeállítása is hasonlóan praktikus: a szerző az adott írásban releváns kulcsszavakat a tanulmány végén összegzi, s ezekből áll össze aztán a kötet végi teljes, betűrendes tárgymutató.

A kötet 13 írást tartalmaz, amelyet keretbe foglal Horányi Özséb elő- és Fehér Katalin szerkesztői utószava. A tanulmányok a személyközi kommunikáció pszichológiai-biológiai behuzalozottságától (Tóth Péter két írása) az új média kommunikációs folyamatokat átalakító hatásáig (Fehér Katalin régi média-új média-írása) futnak; tematikus sokszínűségük mellett jelen van bennük az egyes részekben átívelő folyamatosság és a tematikus hullámmód is. A kötet szerkezete első pillantásra megközelítésmódok tölcészerűen szűkülő körében halad: a társadalmi kommunikációs totalitástól a klasszikus társadalmi kommunikációs terepre tekinthető média vizsgálatáig. A tanulmányok olvasása során azonban egyre inkább kiviláglik, hogy az egyes írások akár egymás közvetlen folytatásaként is értelmezhetők, valamint hogy a kötet - látásmódja és célja révén összefogott

multidiszciplinaritásában – előre- és visszaütések bonyolult hálózataként is működik. Kétségtelen azonban, hogy ennek felfedezéséhez olyan szemléletmódra van szükség, amely túllép a kötet elsődleges célközönsége, az alapképzésben részt vevő hallgatók igényein. A kötet szerkezete nem tárulkozik fel magától – ez, ha úgy tetszik, hibájául is felróható –, az első olvasatra csak sejtetően összefüggő részek többszöri tanulmányozás után nyerik el helyüket az egészben. A felületes olvasó, a kötetet kézikönyvként használó hallgató számára akár „döcöghet” is a tanulmányok egymásutánja; ha ebből a szemszögből, csupán gyűjteményként nézzük, nem is teljes, hiszen számos, a társadalmi kommunikáció területéhez tartozó témát nem tárgyal a könyv (ilyen például a konfliktusok vagy a csoportkommunikáció témája). A bevalogatott írások azonban megállják a helyüket – önállóan csakúgy, mint a többretegű szerkezet részeként.

Az első két tanulmány – az előszó felvetéseit kibontva – a személyközi kommunikációs folyamatok társadalmi vonatkozásait ismerteti szociálpszichológiai és humánológiai (evolucionista, adaptációs vonatkozású) nézőpontból. A kiindulópont, a kötetnyitó tanulmány vagy inkább tanulmány-pár sajátosan általános alaphangot ad a kötetnek, majd azonnal módosítja azt. A társadalmi kommunikáció mint a szándékkal bíró kommunikációs tevékenységek nyalábja az interakciós folyamatok cél-terv vonatkozásában testesül meg, amelyhez csupán a diszciplináris keretet adja a szociálpszichológia. Témáját tekintve szinte bármely kommunikációs alapkönyvben helyet kaphatna ez az írás; hogy éppen itt jelenik meg, annak magyarázatát a tanulmány-pár második felében találhatjuk meg. A (személyközi) kommunikáció céljai és tervei itt újabb, messzire vezető kontextusban bukkannak fel, mégpedig az adaptív mechanizmusok sorában. Az evolúciós viselkedéstudományok kommunikációképe szükségszerűen magában foglalja az intencionalitást, hiszen a kommunikáció végső célja, a túlélés – legyen az személyes, csoportos vagy genetikai – az ember és az emberféle élőlények világában a társas alkalmazkodással valósítható meg. A választott fókusz, az őszinteség és a színlelés viszonya még inkább hangsúlyozza a társadalmi kommunikáció szándékokhoz, célokhoz, tervekhez való kötöttségét már az egyén esetében is.

Ezután következik egy-egy fejezet a nyelvről/beszédről (Bencze Lóránt tollából) és a vallásról (P. Szilczl Dóráéból) mint a kommunikációhoz köthető – más aspektusból vizsgált – kódról. A kommunikációs folyamat elemeként jelen lévő kód máris szűkebb körű vizsgálódást jelent. Ebben a megközelítésben nem meglepő, hogy a nyelv és a beszéd kapcsán több szó esik magáról a nyelvi rendszerről, annak elemeiről, mint a nyelvhasználatról, illetve a nyelv használati módjairól, alkalmairól (megjelenik ugyan a szociokulturális háttér, de csak magára a nyelvre, nem a beszédre vonatkoztatva). Viszont a vallás mint kód, más megközelítésben értelmezendő. Köznapi értelemben a vallás a kommunikáció terepe, kontextusa. A tanulmány viszont nem tematikus területként, hanem a kommunikáció egy módjaként – sajátos jelrendszerű, szabályú és stílusú nyelvként – mutatja be.

Nyárády Gáborné írása a szervezeti kommunikációról már egyértelműen a *terep*, a folyamat közege irányába tart, megközelítésének nézőpontja ugyanis a szervezettudományok (szervezetszociológia, szervezetszociológia), a rendszerelmélet, illetve a public relations sajátja. A szervezeti kommunikációs folyamatok során a szervezet önképpel, szerepekkel és saját jogú üzenetekkel felruházott kommunikátor, ha úgy tetszik, ágens, ami visszaüt a személyközi kommunikációs folyamatok viszonyaira is. Ugyan vékony szálon, de ez a tanulmány is folytatása az előzőnek, mégpedig a nyilvánossághoz való viszonyban, ami azonban a valláskommunikáció esetében a kommunikációs mód, a szervezet esetében pedig a kommunikáló ágens egyfajta képlékeny térhez való viszonya. A nyilvánosság említése természetesen előreutalás a nyilvánosságközpontú későbbi fejezetekre, amelyek egyébként is a könyv tekintélyes hányadát, csaknem felét teszik ki; egyben egy konkrét tanulmánynak, a válságkommunikációról szólónak állítja emezt párjával.

A rituális kommunikáció kulturális antropológiai megközelítésével (Felföldi Barnabás tanulmányával) a kötet visszatérni látszik a folyamatközpontúság ösvényére, azonban a látszat ellenére ez az írás is szervesen kapcsolódik a megelőzőhöz. A rítus definícióiról, majd jellemzőiről olvasva kiviláglik, hogy valójában célja és a helyét adó közössége(i) által erőteljesen meghatározott kommunikációs módról és folyamat típusról van szó – ez a közösség pedig akár a szervezet is lehet, sőt a szervezet mint közösség, igen jellemző terepe a rítusoknak. A rítus mint a társadalmi kommunikáció egyik jellemző formája, társadalom-megtartó vagy éppen -alakító erejű; változásai jelzik, illetve előrejelzik a társadalmi struktúrák módosulását is.

E változás egy tereppéldáját láthatjuk a Kiss Viktor által jegyzett, Habermas-alapú, a civil társadalom válságát kiindulópontként választó következő tanulmányban. A társadalmi nyilvánosság e formájának válságára adott válasz a közéleti kommunikáció új társadalmi-technológiai fórumokon, új nyilvánosságterekben való folytatása, amelyek természetesen új szabályokat, új kommunikációs dinamikát és nem utolsósorban új szekuláris rítusokat hoznak magukkal. Közvetlen folytatása a gondolatmenetnek Malkovics Tibor a nyilvánosság és közvélemény történeti és szociológiai alapjait ismertető írása (amely szintén Habermas nyilvánosságfogalmából indul ki). A fogalomtörténet mintegy kontextualizálja, sőt rekontextualizálja mind a megelőző, mind a következő fejezeteket.

A nyilvánosságtól és a közvéleménytől csak egy lépés a média, illetve annak viszonya mindkettőhöz, sőt azokra gyakorolt hatásuk (már amennyiben a médiát nem a nyilvánosság elemének, hanem azon kívül álló harmadik tényezőnek tekintjük; ez azonban a használt fogalmaink függvénye). A médiahatással és -befogadással kapcsolatos elméletek csokra és a hatásvizsgálatok eredményei Bajomi-Lázár Péter írásában erőteljesen ellensúlyozzák a köztudatban még mindig erősen érvényesülő manipulátor-média sztereotipikus képét. A „manipulál-e a média?” kérdésre adott válasz újra közvetlenül becsatlakoztatja az olvasót a társadalmi meghatározottság gondolatkörébe: a médiahatás társas kontextustól függő jellege és pozíciója egyaránt jelzi a nyilvánosság és a közvélemény szerepkörének változékonyságát is.

A hatás státusa azonban nemcsak szociális, hanem mediális vagy csatornafüggő is; ennek kibontása azonban újra egy más nézőpontú tanulmányban, a fénykép és a vizuális kommunikáció kapcsán történik meg. Béres István írását nem annyira a fénykép mint képtípus valóságához való viszonyának elemzése kapcsolja igazán szorosan a többihez, inkább egyfelől a fénykép (és általában a kép) értelmezésének nem-automatikusságára, másfelől a fotónak a

kulturális és természetesen társadalmi emlékezetben játszott szerepére vonatkozó megállapítások. Hiszen a fénykép komplex jelentéstartalma egyfelől az adott képhez való szubjektív viszonytól, másfelől annak használati módjától is függ. A használati mód pedig lehet privát vagy nyilvános; nyilvános használatkor kétségtelenül számolni kell annak szándékolt hatásával, adott szituációban manipulatív vagy akár etikátlan, inkorrekt hatáskeltéssel is a kép aktuális jelentésének összeállításakor.

Az etika és a média viszonya természetesen sokféleképpen vethető fel. Ennek legtipikusabb példáját, a nyugati-demokratikus-közszolgálati média etikai követelményrendszerét ismerteti röviden a következő, Zsolt Péter által írt fejezet. A nyugati médiaetika társadalmi értékek szerinti keretezése mellől ugyan hiányzik a relativitás jelzése (ami különösen nagy váltásnak tűnik azután, hogy az előző tanulmányban láthattuk, miképpen nyúl bele a valóságba a kép, csupán amiatt, hogy kép), azonban kiváló alapokat kap az olvasó az itt és most a gyakorlatban alkalmazható etikai követelmények elsajátításához. Ennek része a vizualitás is, részben a képi szerkesztésmód és bizonyos témák kívánatos ábrázolásmódja kapcsán, részben a digitális technológia lehetőségeivel élés etikai elvei révén.

Az etikus magatartás kritériumai a másik oldalról is értelmezhetőek, sőt értelmezendőek: amikor nem a médiamunkás, hanem a hír alanya/tárgya szerepében vagyunk. A válságkommunikációba bevezető, Szekfű András-féle tanulmány azonban nem annyira kemény erkölcsi alapállásból közelíti meg, hanem inkább megoldandó feladatként kezeli a válság fogalmát, a válságkezelés részeként megjelenő válságkommunikációt pedig mint dinamikus, mindkét fél előnyére fordítható folyamatot írja le. Ez a megközelítés ismét a public relations szakma jellemzője, önként adódik tehát a visszautalás a szervezeti kommunikációra. A válság definiálása, megközelítése, fázisai után konkrét válságkommunikációs eszközökről, eljárásokról is szó esik: társadalmi kommunikációs folyamat jellegzetes példáját látjuk, egy igen jellemző terepen: a szervezet és környezetének viszonylatában.

A záró tanulmány – a szerkesztő, Fehér Katalin munkája – egyfelől összefogja a megelőzőket (különösen a médiatematika darabjait), másfelől jelzi a kötet továbbgondolásának lehetséges útjait. A régi és az új média eltérései, egymáshoz való kapcsolódása és súlyozódása, amelyek az előző tanulmányokban is fel-felvillantak, itt kifejtést nyernek. A médiadeterminizmus például a médiahatás, a médiatechnológia, a manipuláció és az etika, a médiakonvergencia pedig a nyilvánosság fórumainak kérdéseit vethetné fel. A tanulmányban ugyan nem esik ezekről szó: a szerző megmarad a fogalmak és elméletek tömör, összeszedett tisztázásánál. Könyvbeli helyzetüket tekintve azonban a felvetések mégis megtörténnek, csak éppen nem magában a szövegben, hanem az olvasó fejében. Az írás ugyanis beteljesíti azt a folyamatot, amely a közvetlen folytatások, tematikus hullámszerű, vissza- és előreutalások vonulatai révén önmagán túlnyúló kommunikációs hálónak avatja ezt az első pillantásra csupán bevezető kommunikációs tanulmányok sorának tűnő kötetet. (Fehér Katalin, szerk.: *Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből*. Budapest: L'Harmattan Kiadó–Zsigmond Király Főiskola, 2007, 3100 Ft.)

## Lábjegyzetek

1

Szekfű Westley és MacLean modelljére hivatkozva, saját eredményként leírja, hogy az olvasó az újság révén személyesen nem látott világokat is megismer. Itt azonban elég lett volna az 1920-as, az 1930-as években aktív Dékány Istvánt idézni, aki 70 éve ugyanezt vetette papírra (Dékány, 1938: 1-19; vö. Sipos, 2000: 154-200).

2

Az a benyomásom, hogy Szekfű nem ismeri Biró Lajos 1908-as, *A sajtó lélektanához* című alapszövegét, mert ha ismerné, akkor talán e fejtegetés helyett innen idézte volna ugyanezeket a gondolatokat. És ha ismerné, akkor nem írta volna, hogy a lapkiadás Magyarországon a két világháború között modernizálódott (36-37. o.). Ettől függetlenül megjegyzem, hogy Heltai Jenő és Bródy Sándor szépirodalmi szövegei nem történeti leírások (uo.), és így mondjuk Heltai *Jaguár* című regényéből nem föltétlenül ismerhető meg az újságírás.

3

Itt most nem azon szeretnék ironizálni, hogy mi mindenből nem következik (az élet más területén se) semmi, hanem inkább arra szeretném felhívni a figyelmet: hiába írt Eisenstein *A nem közömbös természet* címmel szép filmesztétikai tanulmányt, ez meglehetősen lazán kapcsolódik ahhoz, hogy a nyilvánosságot „nem-közömbös szférának” nevezzük-e vagy sem (50. o.).

4

Szekfű írja: „Minden információ, melyet közvetlenül ember hoz létre, legalább egy ember számára nyilvános: és pedig alkotója számára” (51. o.). Eszerint – ha jól értem – amit én most gondolok, de nem írok le, az a nyilvánosság része. Ezt egyrészt vitatnám, másrészt furcsállom az ehhez fűzött lábjegyzetet: „Szomorúbb korokban ezt [mit? az egyszemélyes nyilvánosságot? – S. B.] használják ki azok, akik kínzással akarják kiszedni az információt abból a személyből, aki – akár egyedülként – azt birtokolja”.

5

Ehhez csak két apró megjegyzést fűznék. Egyrészt semmi sem indokolja, hogy Habermas kötete *Strukturwandel*ként szerepeljen egy magyar szövegben (31, 32, 37, 39, 41. o.). Másrészt a szerző egy ponton mintha összekeverte volna, hogy ez eredeti műről (monográfiáról) vagy az új előszóról ír-e (41. o.).

6

Bár történeti művek alapvető hibájának tartom, ha a szerző nem tud távolságot tartani tárgyától, mert így összekeveredik a tudományos állítás és a személyes, tudományosan nem megalapozott vélemény.

7

Az említetteken kívül érdemes lenne kijavítani például az elírásokat. Mondjuk „A televíziós előfizetők megoszlása (%) településtípusonként, 1958-1967” című táblázatban „most” a sorok összege nem száz, hanem egy százalék (107. o.).



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

**[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)**

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)

