

Szabó Dávid
(Periszkóp Média Kft.)

**Közszolgálati televíziók összehasonlító
vizsgálata**

Budapest, 2009. december, 1. szám

ISSN 2061-4438
ISBN 978-963-88287-7-4

Kiadja az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet
Budapest, 1021 Hűvösvölgyi út 95.
Felelős kiadó: Nahimi Péter igazgató
Borítóterv: Czákó Zsolt
Nyomdai munkák
Műegyetemi Kiadó
Felelős vezető: Wintermantel Zsolt
www.kiado.bme.hu

Tartalom

ÖSSZEFOGLALÁS	5
MELLÉKLET	15
BEVEZETÉS	17
2. KÖZSZOLGÁLATISÁG – A VONATKOZÓ RENDELKEZÉSEK ÁTTEKINTÉSE	19
3. A KÖZTELEVÍZIÓK PIACI POZÍCIÓJA	25
3.1 <i>MI</i>	25
3.1.1 Nézettség	25
3.1.2 Szervezeti felépítés	25
3.1.3 Finanszírozás	26
3.1.4 Az MTV Zrt. csatornái	27
3.1.5 Műsorstruktúra	28
3.2 <i>TVP1</i>	29
3.2.1 Nézettség	29
3.2.2 Szervezeti felépítés	30
3.2.3 Finanszírozás	31
3.2.4 A TVP csatornái	32
3.2.5 Műsorstruktúra	32
3.3 <i>ORF2</i>	34
3.3.1 Nézettség	34
3.3.2 Szervezeti felépítés	35
3.3.3 Finanszírozás	36
3.3.4 Az ORF csatornái	36
3.3.5 Műsorstruktúra	37
3.4 <i>BBC1</i>	38
3.4.1 Nézettség	38
3.4.2 Szervezeti felépítés	38
3.4.3 Finanszírozás	39
3.4.4 A BBC csatornái	40
3.4.5 Műsorstruktúra	41
3.5 <i>France2</i>	43
3.5.1 Nézettség	43
3.5.2 Szervezeti felépítés	43
3.5.3 Finanszírozás	44
3.5.4 A France Télévisions csatornái	45
3.5.5 Műsorstruktúra	46
4. MŰSORSTRUKTÚRÁK KÜLÖNBSÉGE	49
4.1 Az <i>MI</i> jellemzői	50
4.2 Kulturális funkció	52
4.2.1 Szórakoztatás	55
4.3 Fikciós műsorok	57
4.4 Rétegműsorok	61
4.4.1 Kisebbségi műsorok	61
4.4.2 Ifjúsági műsorok	63

Összefoglalás

Az európai közszolgálati televíziók között az M1 kifejezetten alacsony nézettséget ér el (ld. az *Összefoglalás* mellékletében). Az AKTI elemzése a magyar közszolgálati televízió hátrányának okaira kereste a választ. A kérdés megválaszolásához az M1 jellemzőit lengyel, osztrák, brit és francia belföldi közszolgálati televíziók (TVP1, ORF2, BBC1, France2) mutatóihoz hasonlítottuk. Az M1 alacsony nézettségének okait két területen kerestük: egyrészt vizsgáltuk az öt ország *televíziós piacának viszonyait*, másfelől pedig az M1 *műsorstruktúráját* hasonlítottuk a négy szektortárs jellemzőihez.

A műsorstruktúra összehasonlítását az AGB kategorizációjából kiindulva végeztük el. Ez a nemzetközi gyakorlatban gyakran használt felosztás a televíziók műsorkínálatát tartalmi-formai szempontok alapján főcsoportokba sorolja, amelyekben belül műsor kategóriákat különböztet meg, a gyermekeknek szóló műsorok minden főcsoporton belül önálló kategóriát jelentenek.

Az elemzés során a következő főcsoportokat használtuk: *fikciós* művek (mozifilmek, tévéfilmek, tévéorozatok, szappanoperák, rajzfilmek, egyéb gyermekműsorok, irodalmi művek előadás, színházi közvetítés), *nem zenés szórakoztató műsorok* (játék, vetélkedő, szórakoztató magazin, talk-show, showműsor, kabaré, paródia, reality show), *zene* (komolyzene, operett, musical, pop-rock, jazz, népzene, cigányzene, nóta), *sport* (sporthír, sportközvetítés) *hírszolgáltatás* (aktuális hír, híradó, időjárás-jelentés, politikai magazin, vita és riport, parlamenti közvetítés, választási műsor, gazdasági magazin) *információs műsorok* (reggeli információs magazin, szolgáltató magazin, szabadidő magazin, érdekvédelmi riport, nemzetiségi műsor, regionális műsor), *művészet, ismeretterjesztés* (művészeti, kulturális hír, riport, tudományos magazin, ismeretterjesztő film, dokumentumfilmek), *vallási műsorok* (vallási szertartás, vallási szervezetek tevékenysége).

A magyar televíziós piac fejlettebb mint a lengyel. A háztartások hozzávetőlegesen 61 százaléka vezetékcsatlakozással rendelkezik, negyede szoba- vagy tetőantennát használ, az egyéni vagy előfizetéses műholdvevővel rendelkezők aránya 15 százalék. Még mindig jelentős, közel 20 százalék a mindössze 3 csatornával rendelkező háztartások aránya. 2006-ban a lakosság átlagosan mintegy 37 db televízió-csatorna közül választhatott otthonában. Ezzel szemben kábelhálózatok a lengyel háztartások 35 százalékát fedik le, digitális vételi lehetőséggel a háztartások 22 százaléka rendelkezik. A csupán földfelszíni analóg vételre képes háztartások aránya 46 százalék. Ugyanakkor 38 millió lakosával és 14 millió háztartásával Lengyelország rendelkezik a legnagyobb televíziós piaccal Közép-Európában. A televíziós piac 2005 és 2007 között dinamikusan növekedett, elsősorban a műholdas televíziós csatornák indításának köszönhetően. Mind a közszolgálati televízió (TVP), mind a kereskedelmi televíziók (TVN, Polsat) a digitális televíziózásra való átállás keretében számos tematikus csatornát indítottak. A verseny kiéleződését jelzi, hogy a TVN24 nevű hírcsatorna sikere után a lengyel közszolgálati televízió is elhatározta, hogy TVP3 regionális csatornáját hírcsatornává (TVP Info) alakítja.

Az osztrák piac lényegesen fejlettebb mint a magyar vagy a lengyel. 2008. szeptemberi adatok szerint az osztrákok 92 százaléka kábel vagy műholdas vételi lehetőséggel rendelkezik. 2006 végén a tévével rendelkező háztartások (97%) átlagosan 52 csatornából választhattak, ami 2007 decemberében már 61-re emelkedett.

Nagy-Britannia az egyik legmagasabb digitális penetrációt teljesítő ország Európában. 2008 első negyedévének végére a háztartások 87 százaléka rendelkezett digitális hozzáféréssel, 13 százaléka pedig hagyományos analóg módon fogta a televíziós csatornákat. A televíziózás időtartama nem változott, a brit lakosság átlagosan 3,5 órát tölt a készülékek előtt.

A 26 millió *francia* háztartás 95 százalékában van televízió. A háztartások több mint felének van hozzáférése a digitális formátumban sugárzó csatornákhöz, 30 százalékuk a földfelszíni csatornák vételére alkalmas dekóderrel rendelkezik. Az országos analóg földfelszíni televíziózás piacán három közszolgálati (France 2, France 3, France 5), valamint három kereskedelmi csatorna érhető el. 2007-ben az átlagos napi tévézési idő 3,5 óra volt.

A *Magyar Televízió Zrt.* két csatornán sugározza műsorát, az M2 1997 óta műholdon keresztül is. 2004-ben döntés született egy harmadik közszolgálati csatorna létrehozásáról. Bár az ORT a műsorszolgáltatást 2005-ben nyilvántartásba vette, a határozatot megtámadták, így az M3 csatorna nem kezdte meg tevékenységét.

A *lengyel közszolgálati televízió, a TVP*, két országos földfelszíni terjesztésű csatornát működtet (TVP1, TVP2), amelyek a háztartások 99 százalékában elérhetők. 12 regionális csatorna hálózata alkotja a TVP Info-t, a világ öt kontinensén élő lengyelek számára pedig műholdon a TV Polonia sugároz. A digitális átállás közeledtével a lengyel közszolgálati televízió egyre több csatornát indít a digitális multiplexek számára. A TVP Kultúra 2005-ben, a TVP Sport 2006-ban, a TVP Historia 2007-ben kezdte meg a műholdas sugárzást.

Az *osztrák ORF* két televíziós csatorna, négy rádiós csatorna és egy online-szolgáltatás működtetését végzi. Az ORF1 és ORF2 napi 24-24 órás műsort szolgáltat, az országos terjesztésű Ö1, Ö3 és FM4, valamint a tartományokban sugárzó Ö2 összesen 200 órát. 1997 óta üzemelteti a TW1 tematikus csatornát, amely műholdon keresztül, kódolatlan formában elsősorban utazással kapcsolatos információkkal és időjárás-jelentésekkel szolgál, valamint korábban hetente kétszer főműsoridőben sportműsort is sugárzott. Az ORF Sport Plus 2006-tól önálló tematikus csatornaként működik. Szintén kódolatlan a 2005-től induló ORF2 Europe, amely átfogó kínálatot nyújt információs, kulturális, oktatási és szórakoztató műsorokból, valamint osztrák filmalkotásokból. Az ORF a német közszolgálati műsorszolgáltatókkal is együttműködik, így a 3Sat, a BR Alpha, valamint a ZDF-Theaterkanal és a francia-német kulturális adó, az ARTE csatornáit is ellátja.

A *BBC* analóg és digitális földi sugárzáson keresztül egyaránt terjeszti a nagyközönség számára a heterogén műsorszerkezettel bíró BBC One-t, valamint a szórakoztató és rétegműsorokat közvetítő BBC Two-t. Kizárólag digitális terjesztésű csatorna a BBC Three, mely főleg a fiatalok számára összeállított műsorokkal jelentkezik, a BBC Four a kulturális adóként tartják számon, amely jellemzően színvonalas dokumentumfilmeket, színházi közvetítéseket, idegen nyelvű filmeket sugároz. A hírcsatorna BBC News 24, valamint a parlamenti csatorna BBC Parliament. A gyermekeknek szóló CBeebies és a CBBC Channel szintén digitális terjesztésűek. Az interaktív szolgáltatásokat is kínáló BBCi valamint a BBC HD képviseli az új technológiát.

A *France Télévisions* három országos földfelszíni terjesztésű közszolgálati csatornát működtet: az általános tematikájú, nagyközönséghez szóló France 2-t, a szintén általános tematikájú helyi és regionális eseményekről tudósító France 3-t és az oktató és ismeretterjesztő csatornát a France 5-öt. Az RFO a tengeren túli tartományok nyelvi, kulturális, társadalmi integritását hivatott biztosítani, a La Chaîne parlementaire feladata pedig a parlamenti munkáról tájékoztatni a nézőket. Az Arte France elsősorban az európai közönséghez szól kulturális műsoraival.

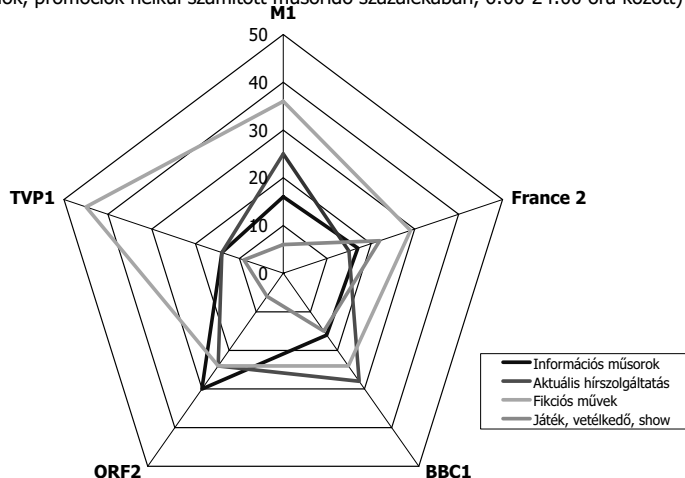
A finanszírozás érdemi összehasonlítására nincs lehetőségünk, ugyanis csatorna szintű bontást csak a BBC-nél találtunk, más adatok pedig meglehetősen régiiek voltak. A csatornákat fenntartó műsorszolgáltatók finanszírozásának összehasonlítása (eltérő csatornaszám, eltérő lélekszámú közönség, stb. miatt) félrevezető lehet.

2006-ban az *MTV Rt.* 30,458 milliárd forint bevételt ért el (kb. 117,150 millió Euró). 2004-ben az M1 egy műsoróra költsége átlagosan 3680 Euró volt. 2004-ban a legdrágább műfaj, a nem zenés szórakoztatás kb. 12 ezer Euró/óra költséget ért el, a hírszolgáltatás műsoróra költsége kb. 4700 Euró volt, az információs műsorok pedig kb. 2930 Euróba kerültek óránként. Hasonló mértékegységen alapuló költségeket csak a BBC-nél találtunk. Eszerint a *BBC1* az egyik legdrágább BBC csatorna, egy műsoróra költsége 2006-ban 79,4 ezer £, 2007-ben és 76,7 ezer £ (kb. 54000 Euró) volt. (2007-ben a *BBC2* 45,5 ezer £, a *BBC3* 28,5 ezer £ műsoróra költséggel működött.) Ezen belül legkisebb műsoróra költséggel a hírek, időjárás-jelentések készültek (12,9 ezer £, kb. 9 ezer €) és a gyerek programok (99,2 ezer £ 70 ezer €,) készültek. A legdrágább produkciók a szórakoztató műsorok (207,4 ezer £, kb. 143 ezer €), valamint a filmek (129,3 ezer £) és az aktuális eseményekkel foglalkozó műsorok (104,2 ezer £, 73 ezer €) voltak. A 2004-ből származó adat szerint az M1-en a hírszolgáltatás a brit finanszírozás felét érte el (2006-os adat). A legdrágább szórakoztatás műsoróra költsége a *BBC1*-en (2006-os adat) tizenkétszer múlta felül az M1 2004-es műsoróra költségeit.

A *műsorstruktúrák* különbségeinek értelmezésekor figyelembe kell venni a kontroll-csatornák jellegzetességeit. A *BBC1*, a *France 2* és a *TVPI* az *M1*-hez hasonlóan *általános orientációjú*, a közönség egészét célzó, *heterogén műsorszerkezettel* működő csatornák. A lehető legszélesebb nézőközönséget megszólítani szándékozó csatornáknak közül a *BBC1* a hírszolgáltatást, a *France 2* a szórakoztatást-informálást kiemelten kezeli. Ezzel szemben az *ORF2* felvállaltan *információs* jellegű csatorna. A csatornák orientációja természetesen alapvetően meghatározza a műsorkínálat összetételét.

Az adatok alapján úgy tűnik, hogy az M1 műsorstruktúrája néhány lényeges szempontból egyaránt különbözik az általános, illetve az információs jellegű televíziók kínálatától, azaz az M1 nem sorolható egyik típusba sem (I.). Az *M1* a *BBC1*-hez és az *ORF2*-höz hasonlóan *nagy terjedelmet szán az aktuális tájékoztatásra*, ugyanakkor az információ orientált osztrák adó más jellemzőit nem követi: *kevesebb információs műsort*, de egyúttal lényegesen *több filmet, sorozatot mutatott be*, mint az *ORF2*. Az M1 a brit és francia adókhöz képest is „túl sok” filmet, sorozatot kínált nézőinek. További különbség, hogy az M1 a nyugati adókon szokatlanul nagy terjedelemben sugárzott sorozatokat, ugyanakkor ez a csatorna biztosította a legalacsonyabb részesedést a nemzeti gyártók számára (fikciós kínálatának döntő része spanyol, olasz, portugál film volt). Az M1 fikciós kínálat a nyugati gyakorlatot meghaladó terjedelemben tartalmazott művészi értéket képviselő filmet.

I. Műsorstruktúrák különbségei
(reklámok, promóciók nélkül számított műsoridő százalékában, 6:00-24:00 óra között)



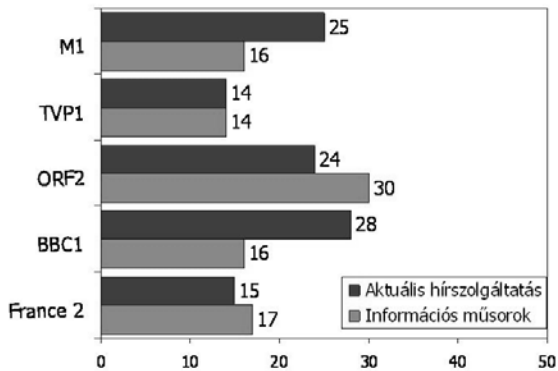
Szembevetően az M1 szórakoztató szegmensének „gyengesége” is, a magyar csatorna, elsősorban a nyugati adókhöz képest túlzottan mellőzte a szórakoztató magazinokat, (talk show-kat. Az „elmaradás” a szórakoztató műsorok másik típusában a vetélkedők, játékok alacsonyabb részarányában is megmutatkozik. Bár az M1 összességében átlagos terjedelemben sugárzott vetélkedőket, de azokon belül a kifejezetten szórakoztató célú vetélkedőket tekintve jelentős elmaradásban van. A nyugati köztelevíziók (és kisebb részben a lengyel csatorna) a szórakoztató célú vetélkedőknek, játékoknak lényegesen nagyobb terjedelmet biztosítottak mint az M1.

Másfelől, a vetélkedők stílusa, határozott szórakoztató-játékos jellege is mutatja, hogy a BBC1 (pl. *Whole in the Wall*, *Thumb Wrestling Federation*), vagy a France 2 (pl. *Les Z'Amours*) alapvetően mást ért a szórakoztatáson.

Az M1 egyik legfontosabb jellemzője, hogy az aktuális (politikai) tájékoztatásnak kiemelt jelentőséget biztosít. Szembevetően az M1 hírszolgáltatásának (kb. 10 százalékpontos) túlméretezettsége a szintén általános jellegű lengyel és francia csatornákhöz képest (TVP1 és France2). Ugyanakkor a magyar köztelevízió az információs orientációjú ORF2-vel (24%) megegyező terjedelemben sugárzott hírműsorokat, háttérműsorokat (II). Ezzel együtt az aktuális tájékoztatás mégis az általános műsorrenddel működő BBC1 kínálatában töltötte be a legnagyobb szerepet, mivel a BBC1 működteti a világ egyik legnagyobb és legelismertebb hírszolgáltatását.

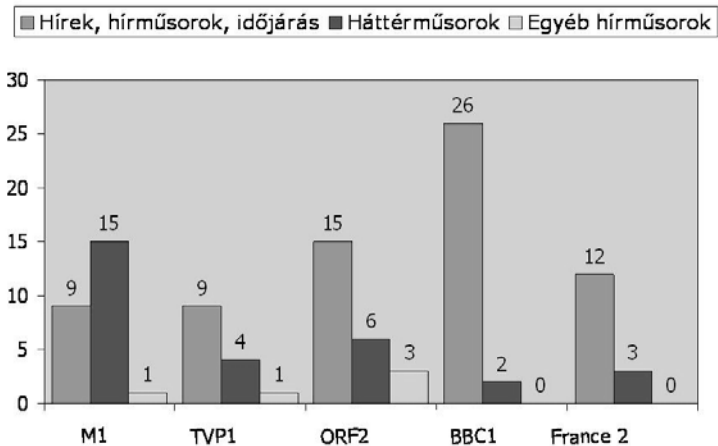
Nem meglepő, hogy az információs jellegű ORF2 — az aktuális (politikai) tájékoztató műsorok mellett — információs magazinműsorokat (30%) is kimagasló arányban mutatott be. Ezzel szemben az általános műsorrendű televíziók műsoridejük 14-17 százalékát fordították információs szolgáltató vagy szabadidő magazinokra. A napi aktuális tájékoztatás és az információs műsorok egyaránt kiugró részaránya kizárólag az ORF2-re jellemző. Ennek megfelelően az M1 (16%) és a BBC1 (16%) annak ellenére, hogy az osztrák televízióhoz hasonlóan nagy energiákat fordítottak a hírszolgáltatásra, információs műsorokat lényegesen kisebb terjedelemben sugárztak.

II. A műsorstruktúrák különbségei: hírszolgáltatás, információs műsorok terjedelme
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



Az aktuális tájékoztató műsorok közül az M1 inkább a politikai *háttérműsorokat* (riportok, interjúk, kerekasztal-beszélgetések) *preferálta*, ezzel szemben szektortársai inkább a tényközlésre koncentrááló híradókra, hírekre helyezték a hangsúlyt (III.).

III. A műsorstruktúrák különbségei: hírszolgáltatás főbb műsортípusai.
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)

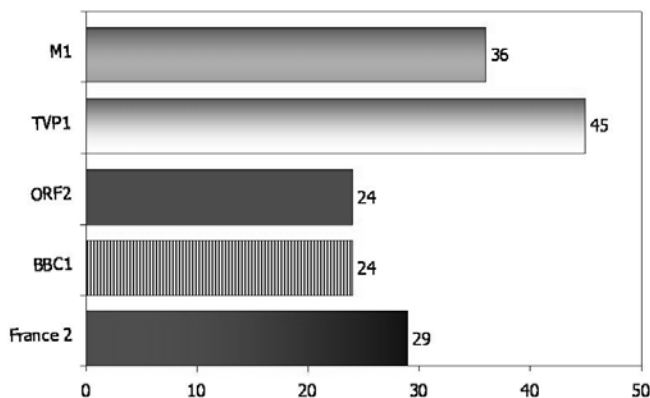


Az M1 műsorkínálatának alappillére a *fikció* (36%), a filmek, sorozatok, egyéb fikciós művek (színházi közvetítés, versek előadása) a csatorna — reklám és promóció nélküli — műsoridejének harmadát tette ki (IV.). A magyar közcsatorna fikciós kvótája lényegesen (7-12 százalékponttal) felülmúlta csaknem valamennyi szektortársának mutatóit. Ez alól a TVP1 (45%) jelentett kivételt, a lengyel csatorna legfontosabb ismérve, hogy kiemelt jelentőséget

tulajdonít filmeknek, sorozatoknak és egyéb fikciós műveknek. A fikciós műsorokra szánt adásidő olyan szempontnak tűnik, amely „elkülöníti” a köztelevíziókat, abban az értelemben, hogy a fikció és a hírszolgáltatás egyaránt kiugró terjedelme csak az M1-re jellemző.

Az M1-hez hasonlóan ORF2 és BBC1 is felül súlyozta hírszolgáltatást, ugyanakkor az M1-nél lényegesen kevesebb fikciós műsort sugároztak. Ezzel szemben a TVP1 és a France 2 az M1-nél kisebb figyelmet fordított a tájékoztatásra, ezzel együtt a lengyel adó kimagaslóan sok, míg a francia a magyarnál kevesebb fikciót sugárzott.

**IV. A műsorstruktúrák különbségei: fikciós szegmens terjedelme
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)**

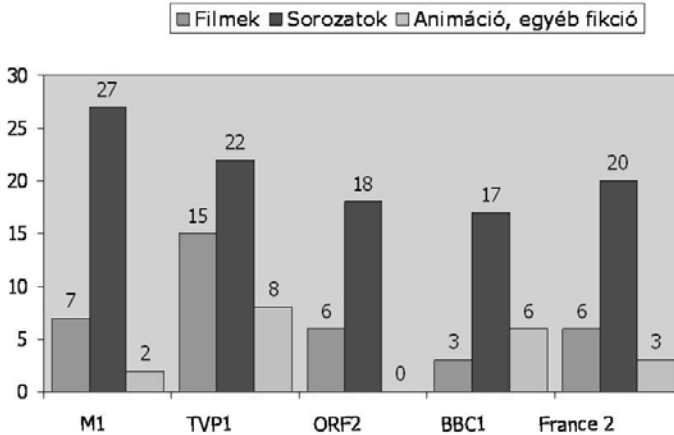


A fikciós műsортípusok közül az *M1* a sorozatoknak, szappanoperáknak tulajdonít kiemelt jelentőséget (27%), ezek műsoridejének negyedét tették ki (V). A külföldi csatornák ennél kisebb mennyiségben, műsoridejük nagyjából ötödében tűztek műsorra sorozatokat, ez igaz még — az összességében legtöbb fikciót bemutató — a TVP1-re is. A másik fikciós műsортípusból (tévé- és mozifilmek) a magyar közönség nagyjából annyit láthatott mint az ORF2 vagy a France 2 nézői, és valamivel többet mint a BBC1 közönsége. Kiemelésre érdemes, hogy a BBC1 és az ORF2 mindkét fikciós műsортípusnak visszafogott terjedelmet biztosított.

Ezzel szemben a harmadik fikciós műsортípus az animáció és egyéb fikciós művek (pl. színházi közvetítés, versek előadása) tekintetében az M1 lényeges elmaradásban van a TVP1-hez vagy a BBC1-hez képest. Az előbbi főként a színházi közvetítésekből, az utóbbi a rajzfilmekből mutatott be az M1-nél többet. Ugyanakkor alacsony animációs kvótájával az M1 nem áll egyedül, ez jellemző a France 2-re, illetve az információs orientációjú ORF2-re is.

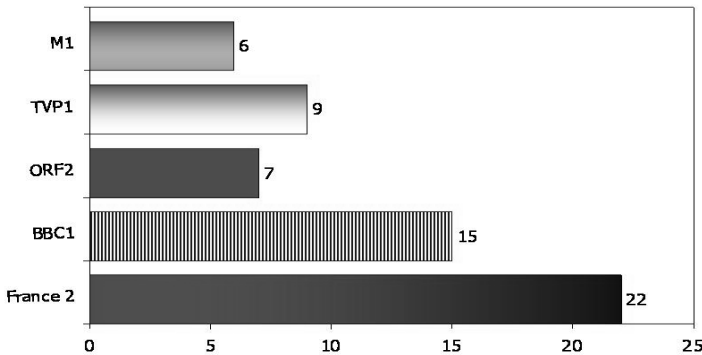
A fikciós szegmens gyártását vizsgálva szembetűnő, hogy a nemzeti gyártók az M1 műsorkínálatában érik el a legalacsonyabb arányt. A magyar közszolgálati csatorna elsősorban európai gyártóktól (olasz, spanyol, portugál) vásárolt.

V. A műsorstruktúrák különbségei: fikciós szegmens főbb műsortípusai
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



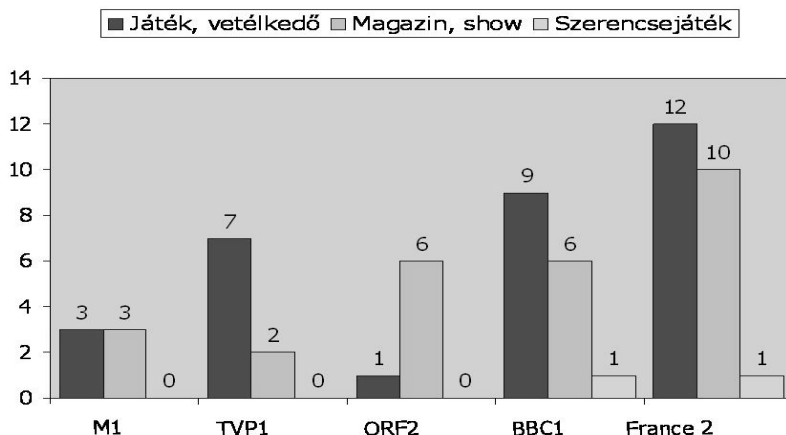
Az M1 „leértékeli” a szórakoztató műsorok (játék, vetélkedő, (talk) show) jelentőségét (VI.). Úgy tűnik ez az információ orientált műsorstruktúra egyik jellemzője, mivel a játékok, vetélkedők, show-k visszafogott jelenléte az ORF2 műsorkínálatára is jellemző. A magyar csatorna „lemaradása” elsősorban a nyugati köztévékhez képest jelentős, de még a TVP1 is felülmúlta az M1 szórakoztató műsor kvótáját. Az M1-nél sokkal kisebb fikciós műsoridőkvótával működő BBC1 és a France 2 szórakoztató műsorkínálata kétszer-háromszor múlta felül a magyar csatorna kínálatát. Ugyanakkor műsorstruktúráját a filmekre, sorozatokra alapozó TVP1 is több szórakoztató műsort sugárzott mint az M1.

VI. A műsorstruktúrák különbségei: szórakoztató műsorok terjedelme
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



A magyar csatorna a szórakoztató műsorok mindkét műsortípusát (vetélkedő illetve show, magazinműsor) szektortársainál lényegesen kevésbé használta (VII.). Az M1 (és az ORF2) három-négyszeres „elmaradásban” van a France 2 és BBC1 műsorkínálatához képest. Ugyanakkor a magyar adó szórakoztató magazinokat, (talk) show-kat, kabarékat is jelentősen alulreprezentálta. A show- és szórakoztató magazinműsorokat a lengyel köztvév szintén mellőzte.

VII. A műsorstruktúrák különbségei: szórakoztató szegmens terjedelme (reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)

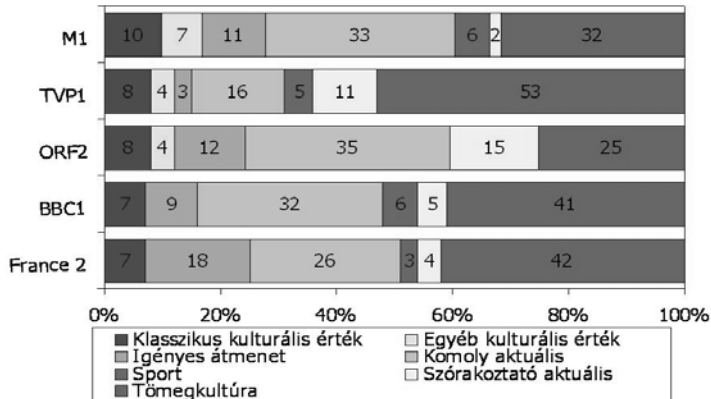


A vizsgálat célkitűzése volt annak leírása, hogy mit értenek a külföldi televíziók a kultúra, a kulturális értékek bemutatásán, illetve szórakoztatási céljaikat hogyan valósítják meg. Ezért a műsorokat kulturális értékek vs. szórakoztató jellegük, valamint műfaji jellemzőik alapján csoportosítottuk (VIII.).

Kulturális elkötelezettsége alapján (összevontan kezelve a *klasszikus* értelemben vett kultúra, az *egyéb* kultúra műsorait és az *átmenetinek* tekintett produkciókat) az M1 az ORF2 és France 2 a felülteljesítők közé tartozik, míg a BBC1 és a TVP1 alacsonyabb mutatókkal jellemezhető. Kizárólag a klasszikus kulturális értékek bemutatásában kisebbek a televíziók közötti különbségek, de az M1 ezen a téren is „éllovasnak” számít. A tendenciák akkor sem változnak, ha az igényes átmenethez sorolt műsorokkal kiegészítjük a kulturális érték fogalmát. Ebben az esetben figyelembe kell azt is venni, hogy a brit és francia televíziók nem sugároztak jelentős terjedelemben az egyéb kulturális értékek közé sorolt vallási és (komoly) zenei műsorokat, amelyek viszont a magyar, lengyel osztrák adók jellemző műsortípusai. Összességében megállapítható, hogy az M1, az ORF2 és a France 2 szánta a legtöbb műsoridőt az igényes televíziózásra és kulturális értékek bemutatására, a TVP1 pedig a legkevésébbet, a BBC1 pedig átlag közeli teljesítményt produkált.

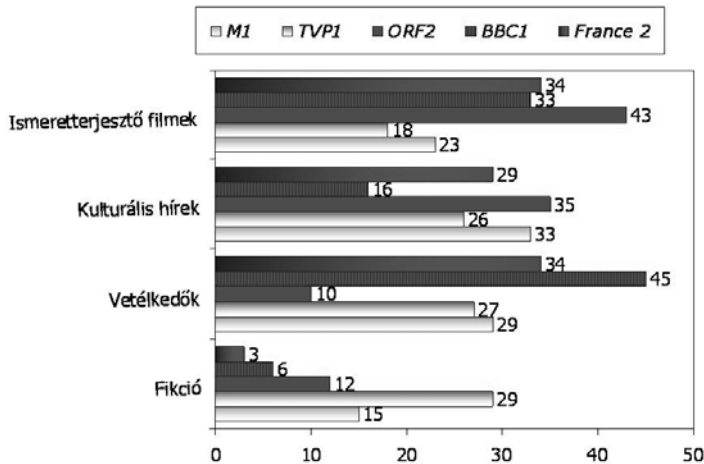
Hasonló megállapításra juthatunk, abban az esetben, ha a másik „végpontot” az egyértelműen szórakoztató célú, megvalósításukat tekintve sematikusnak tekinthető produkciók időkeretét vizsgáljuk. A „tömegkultúra” termékei a TVP1 (64%) műsorrendjében érték el a legnagyobb részesedést, nagyjából másfélszer meghaladva a BBC1 (46%), France 2 (46%), illetve az ORF2 (40%) szórakoztató kvótáját.

VIII. A műsorkínálat kulturális vonatkozása
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



Vizsgáltuk a kulturális funkciót betöltő műsorok típusait is (IX.). A nyugati televíziók kulturális céljait mindenekelőtt ismeretterjesztő filmekkel és vetélkedőkkel, valamint kulturális hírekkel teljesítik, ugyanakkor mindkét televízió mellőzi a művészfilmeket. A BBC1 és a France 2 annyiban különbözik egymástól, hogy a brit adó a kulturális híreknek kisebb, míg a vetélkedőknek nagyobb teret biztosított. Ezekhez képest a magyar közcsatorna (23%) kevesebb természetfilmet, ismeretterjesztő filmet sugárzott. Viszont az M1 (15%) és a TVP1 (29%) sokkal több értékes fikciót mutatott be, mint a BBC1 (6%) vagy a France 2 (3%). A kulturális híradók tekintetében az M1 teljesítménye megfelel az európai átlagnak. A lengyel köztelevízió legfontosabb ismérve, hogy kulturális funkcióját szokatlanul nagy terjedelemben látja el fikciós alkotások sugárzásával. Az információ orientált ORF2 sokkal nagyobb szerepet szánt az ismeretterjesztő filmeknek mint az M1, ugyanakkor lényegesen kevesebb kulturálisan értékelhető vetélkedőt mutatott be.

IX. A kulturális funkció főbb műsortípusai
(reklámok, promóciók nélkül számított műsoridő százalékában, 6:00-24:00 óra között)



A csatornák számára a nagyközönség mellett a fiatalok számítanak a második legfontosabb célcsoportnak, ez mindenekelőtt a TVP1-re és a BBC1-re igaz. Ez a két adó reklámok/promóciók nélküli műsoridejének tizedét a gyerekeknek szánta. Ehhez képest az M1 jelentős elmaradásban van, hiszen harmadannyi gyerekprogramot sugárzott mint a TVP1, vagy a feleannyit, mint a BBC1. Az ifjúsági programok alulsúlyozásával az M1 nincs egyedül, ez a France 2-re is jellemző.

Melléklet

Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France 2, valamint legnagyobb konkurensei közönségarányának (SHR) éves alakulása: **2002-2008**, kor: **18+** (százalék).

Csatorna	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Magyarország</i>						
M1	15	17	20	15	16	
M2	2	2	2	2	2	
RTL Klub	31	30	29	29	27	
TV2	32	29	27	27	26	
Duna TV	2	2	2	3	3	
<i>Lengyelország</i>						
TVP1	26	26	25	25	24	n. a.
TVN	14	14	15	22	21	n. a.
TVP2	21	21	21	15	17	n. a.
Polsat	17	16	16	16	16	n. a.
TVP Regional	5	6	5	5	5	n. a.
TV 4	4	4	3	1	2	n. a.
<i>Ausztria</i>						
ORF 2	32	30	30	28	27	26
ORF 1	22	22	22	20	20	18
SAT 1	5	5	6	6	6	7
RTL	6	6	6	6	6	6
PRO 7	5	5	5	4	4	5
ARD	3	3	3	4	4	4
VOX	2	3	3	3	3	4
ZDF	3	3	4	4	4	4
TF1	n. a.	32	32		32	31
<i>Nagy-Britannia</i>						
BBC1	n. a.	26	25	23	23	22
BBC2	n. a.	11	10	9	9	9
ITV 1	n. a.	24	23	22	20	19
C4+ S4C	n. a.	10	10	10	10	9
Five	n. a.	7	7	6	6	5
Egyéb	n. a.	24	26	30	33	37
<i>Franciaország</i>						
France2	n. a.	21	21	n. a.	19	18
France3	n. a.	16	15	n. a.	15	14
Canal+	n. a.	4	4	n. a.	3	3
M6	n. a.	13	13	n. a.	13	12
France5	n. a.	3	7	n. a.	7	7
Arte	n. a.	2	4	n. a.	3	3

Finaszírozás

A TVP bevétele 2007-ben 610 millió Euró volt. Ennek 60 százaléka volt reklámbevétel, negyede előfizetési díj, a többi egyéb jövedelem. Egy évvel korábban 461 millió Euró, 2005-ben 465 millió Euró, 2004-ben 416 millió Euró bevételt ért el a TVP

Az ORF2 bevétele

Év	Összes bevétel	Nettó bevétel		Licenc- bevételek	Szubvenciók	Egyéb jövedelmek
		Előfizetési díj	Reklám			
Millió EUR						
2002	826,3	388,7	324,8	39,5	1,9	71,5
2003	837,3	402,3	312,4	38,7	2,1	81,8
2004	876,5	444,5	312,1	32,3	3,2	84,4
2005	882,8	450,8	300,8	35,2	2,5	93,5
2006	897,1	462,8	302,0	37,6	0,9	93,7
2007	918,2	472,7	300,2	37,7	1,3	106,2

A France 2 2007-es pénzügyi beszámolója szerint 1,1128 milliárd Euróból gazdálkodhatott, a műsorszolgáltatással kapcsolatos költségek elérték a 789 millió Eurót. A reklámok és a szponzorációk 427 millió Euró bevételt hoztak a csatornának, 15 millió Euróval kevesebbet, mint 2006-ban.

A csatornát birtokló France Télévisions teljes bevétele 2007-ben 2,9277 milliárd Euró volt, melynek 64,2 százaléka az előfizetési díjkból származott (1,879 milliárd Euró)1, 28,1 százalékát tették ki a reklámok és szponzorációk (788 millió Euró), egyéb bevételekből 260 millió Euró jövedelemre tett szert a vállalat.

Bevezetés

Az európai közszolgálati televíziók közül az M1 éri el az egyik legalacsonyabb nézettséget. Az AKTI elemzése a magyar közszolgálati televízió hátrányának okaira keresi a választ. Az M1 lemaradásának okait két területen vizsgáljuk. Egyfelől felmerülhet, hogy a magyar televíziós piac viszonyai tartják alacsonyan a közcsatorna részesedését, másfelől feltételezhetjük azt is, hogy az M1 műsorkínálata hibáztatható az alacsony nézettségért. A kérdés megválaszolásához az M1 jellemzőit külföldi közszolgálati televíziók (TVP1, ORF2, BBC1, France2) mutatóihoz hasonlítottuk. (Valamennyi közszolgálati csatorna országokon belülre, azaz nem határon túlra sugározza műsorát.) Ennek megfelelően a tanulmány két modulból épül fel: az elsőkben közszolgálati televíziók piaci helyzetét írjuk le, a másodikban az M1 műsorkínálatát a szektortársak műsorstruktúrájához hasonlítjuk.

A viszonyítási pontként használt közszolgálati televíziókat úgy válogattuk össze, hogy az összehasonlítás tartalmazzon színvonalas, etalonnak tekinthető műsorszolgáltatókat, valamint az M1 régiós szektortársait. A kontrollként szolgáló televíziók közül a BBC-t a közszolgálati műsorszolgáltatás megteremtőjének, illetve jelenleg is színvonalas műhelyének szokás tekinteni. A francia médiapiac jellemzője az erősen szabályozott volta, amely természetesen érinti a közszolgálati műsorszolgáltatást is. A francia szabályozás bizonyos médiacélokért (pl. a nemzeti kultúra, nemzeti filmgyártás védelme, a hírszolgáltatás mennyiségi kiegyensúlyozottsága) határozott, a magyar viszonyok között szokatlan rendelkezésekkel áll ki. Az osztrák közszolgálati műsorszolgáltatás jellegzetessége erős védettsége és a szabályozás rugalmassága, kompromisszum-készsége. Ausztria hosszú halogatás után csak néhány éve nyitotta meg televíziós piacát, ugyanakkor közszolgálati televíziós csatornáival szemben rugalmasan fogalmazta meg elvárásait. A lengyel közszolgálati televíziózás a magyarhoz hasonló társadalomfejlődési viszonyok között alakult ki, ugyanakkor a lengyel filmkultúra évtizedek óta elismert színvonalon működik.

A mintavételt úgy alakítottuk ki, hogy elkerüljük azt a helyzetet, hogy egy-egy közéleti, politikai, gazdasági stb. esemény határozza meg, „torzítsa” a médiakép egészét, ezért az adatfelvételt különböző hónapokban végeztük el, oly módon, hogy a kijelölt időintervallumban az első hónapból (2008. szeptember 15-25-e), a másodikból (2008. október 5-15-e), illetve harmadikból (2009. január 7-14-e 10-10 napot vizsgáltunk, összesen csatornánként 30 adásnapot).

Az adásnapok alatt praktikus értelemben a 06:00-tól éjfélig terjedő periódust értettük. (A kora reggeli és az éjfél utáni időszakban minimálisra csökken a tévénézők száma.). A minta összesen közel 2600 órányi adásidőt ölel fel, amelynek négyötödét külföldön rögzítettük.

A műsorstruktúra összehasonlítását az AGB kategorizációjából kiindulva végeztük el. Ez a nemzetközi gyakorlatban gyakran használt felosztás a televíziók műsorkínálatát tartalmi-formai szempontok alapján főcsoportokba sorolja, amelyeken belül műsor kategóriákat különböztet meg; a gyermekeknek szóló műsorok minden főcsoporton belül önálló kategóriát jelentenek. Az elemzés során a következő főcsoportokat használtuk:

- *fikciós* művek (mozifilmek, tévéfilmek, tévéorozatok, szappanoperák, rajzfilmek, egyéb gyermekműsorok, irodalmi művek előadása, színházi közvetítés),
- *nem zenés szórakoztató műsorok* (játék, vetélkedő, szórakoztató magazin, talk-show, showműsor, kabaré, paródia, reality show),
- *zene* (komolyzene, operett, musical, pop-rock, jazz, népzene, cigányzene, nóta),
- *sport* (sporthír, sportközvetítés),

- *hírszolgáltatás* (aktuális hír, híradó, időjárásjelentés, politikai magazin, vita és riport, parlamenti közvetítés, választási műsor, gazdasági magazin),
- *információs műsorok* (reggeli információs magazin, szolgáltató magazin, szabadidő magazin, érdekvédelmi riport, nemzetiségi műsor, regionális műsor),
- *művészet, ismeretterjesztés* (művészeti, kulturális hír, riport, tudományos magazin, ismeretterjesztő film, dokumentumfilmek),
- *vallási műsorok* (vallási szertartás, vallási szervezetek tevékenysége).

2. Közszolgálatiáság – a vonatkozó rendelkezések áttekintése

Az alábbiakban a közszolgálatiáság fogalmára vonatkozó jogszabályok, rendelkezések rövid áttekintését adjuk. Az öt ország eltérő eszközökkel szabályozza a közszolgálati működést, bizonyos országokban médiatörvények, máshol műsorszolgáltatókról szóló rendelkezések illetve szerződések az irányadóak. (Az idézetek kétszeres fordítás eredményei, azaz nem tekinthetők jogi szakszövegnek.)

Az **Európa Tanács** tagországainak kommunikációs miniszterei 1994-ben Prágában tartották meg IV. európai konferenciájukat. A tanácskozársra az Európa Tanács információkat kért a tagállamoktól a közszolgálati műsorszórsás jogi értelmezéséről, szabályozási elveiről. A 24 országból érkezett válaszokat Jakab Zoltán¹ rendszerezése alapján idézzük.

1. A közszolgálati műsorszolgáltatók tartalmi kötelezettségei.
2. A műsorok magas minőségi szintje, bármilyen műfajban.
3. A műsorok összkínálatának sokfélesége, változatossága.
4. A nézők, hallgatók társadalmi, kulturális, spirituális igényeinek kielégítése.
5. A politikai életben való részvétel előmozdítása.
6. A kulturális örökség ápolása, a nemzeti és kisebbségi kulturális identitás erősítése.

A tartalmi kötelezettségek konkrétanban:

- tájékoztatás, hírközlés (átfogó, objektív, pártatlan, tárgyszerű),
- a vélemények sokféleségének bemutatása,
- a kormány által kiadott közlemények ingyenes közzététele,
- a parlament üléseinek közvetítése (avagy tárgyszerű beszámoló a parlament üléseiről),
- oktató jellegű, illetve az iskolai oktatást, felnőttoktatást, a speciális helyzetű társadalmi csoportok továbbképzését szolgáló műsorok sugárzása,
- az anyanyelv, hivatalos nyelv ápolása, nemzeti, etnikai kisebbségek nyelvén készített műsorok sugárzása,
- vallási műsorok, az egyházak működését bemutató műsorok közzététele,
- gyermekeknek, fiatalokúaknak szóló műsorok sugárzása, e korcsoportothoz tartozók személyiségfejlődésének előmozdítása, védelme,
- művészeti és tudományos tartalmú műsorok közzététele,
- igényes szórakoztató műsorok közzlése,
- közérdekű információk (például közlekedésbiztonság), a fogyasztók érdekvédelmét szolgáló műsorok sugárzása.

A közszolgálati televíziók összehasonlító tartalomelemzésének alapját az ET ajánlások adták.

¹ Jakab Zoltán: A közszolgálatiáság értelmezése a 20-as évektől napjainkig, in: szerk.: Terestyéni Tamás: A közszolgálatiáság a médiában (55. old.)

Magyarországon az Rttv. 2. § -a az irányadó.

„2. § 18. Közzolgálati műsor: az a műsor, melyben a közzolgálati műsorszámok meghatározó szerepet játszanak, és amely a műsorszolgáltató vételkörzetében élő hallgatókat, nézőket rendszeresen tájékoztatja közérdeklődésre számot tartó kérdésekről.

2. § 19. Közzolgálati műsorszám: a műsorszolgáltató vételkörzetében (országos, körzeti, helyi) élő hallgatók, nézők tájékozási, kulturális, állampolgári, életviteli szükségleteit, igényeit szolgáló műsorszám, így különösen:

- a) a művészeti alkotás, az egyetemes, a magyar és a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségek kultúráját, valamint a magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségek életét, a kisebbségi álláspontokat bemutató közlés,
- b) oktatási, képzési célú ismeretek közzététele,
- c) tudományos tevékenység és eredmények ismertetése,
- d) a vallásszabadság megvalósulását szolgáló, valamint az egyházi és a hitéleti tevékenységet bemutató műsorok,
- e) a gyermek- és ifjúsági műsorok, valamint a gyermekvédelem céljait szolgáló ismeretterjesztő, felvilágosító műsorok,
- f) a mindennapi életvitelt segítő, az állampolgárok jogi és közéleti tájékozási szolgáló, az egészséges életmódot, a környezetvédelmet, a természet- és tájvédelmet, a közbiztonságot, a közlekedésszabadságot elősegítő ismeretek terjesztése,
- g) az életkoruk, testi, szellemi vagy lelki állapotuk, társadalmi körülményeik következtében súlyosan hátrányos helyzetben lévő csoportok számára készített műsorszám,
- h) a hírszolgáltatás.

2. § 20. Közzolgálati műsorszolgáltató: olyan műsorszolgáltató, amelynek működését közzolgálati műsorszolgáltatási szabályzat határozza meg, feladata többségében közzolgálati műsor szolgáltatása, fenntartása alapvetően közpénzekből történik, társadalmi felügyelet alatt áll, alapvető jogait és kötelességeit e törvény állapítja meg.”

A törvényi rendelkezések mellett a MTV Zrt. KMSZ-e is részletes iránymutatást ad a csatorna kulturális missziójának ellátásában.

„A nemzeti közzolgálati televízió különleges szerepet és felelősséget vállal a nemzetet és társadalmat összetartó szellemi, morális, érzelmi-érzületi erők működésbe hozásában, működésük segítésében, a nemzeti összetartozás erősítésében, a nemzeti kultúra megismertetésében és továbbfejlesztésében, az országban kibontakozó társadalmi folyamatok ábrázolásában, a magyar társadalom szerkezeti, kulturális, ideológiai, politikai stb. tagoltságának, helyi és területi sokféleségének tükrözésében, a közéleti szereplők szándékainak árnyalt és semleges bemutatásában, a Kárpát-medence etnikailag sokszínű, gazdag kulturális hagyományainak megőrzésében, az európai értékek felmutatásában, a modern világ legfontosabb változói és fejlődési irányainak közvetítésében, s mindeközben a kiegyensúlyozott tájékoztatás fenntartásában.”²

„A közzolgálati műsorszolgáltatás feladatai

- a) A nemzeti közzolgálati televízió a társadalom megkülönböztetett hatású információtermelő- és továbbító eszköze. Ebben a minőségében fontos közfeladatot teljesít, mindenekelőtt az egyének és csoportok saját tapasztalati körét meghaladóan felfogja, bemutatja és értelmezi a társadalom egészének jelen és múltbeli folyamatait, az egyes személyek, csoportok, helyi közösségek, rétegek

² MTV Zrt. KMSZ Preambulum

jellegzetességeit, s mindebben megjeleníti azok szempontjait, az életviszonyok, az élethelyzetek, a kultúra, a szemléletmódok, az érdekek egységét és sokféleségét. A nemzet, a társadalom számára közvetített szellemi és morális értékek, életmódminták, érintkezési szabályok, az egzisztencia-teremtéshez és fenntartáshoz szükséges, a mindennapi életben eligazítást adó ismeretek és minták nyújtása révén nagyban elősegíti a nemzet, a társadalom közös kultúráján, közös morális értékválasztáson, egymás tisztelőn alapuló magas színvonalú működését, a társadalom tagjainak kölcsönös megértését, a közös érdekek, a közérdek felismerését, a társadalmat egybekapcsoló, integráló és működésben tartó erők kibontakozását. Az ismeretközlés és mintanyújtás révén a társadalmi önismeret és a társadalomintegráció elősegítésével fontos nevelő, személyiség- és közösségalkotó feladatot is ellát. Mindemellett a nézők színvonalas szórakoztatásáról is gondoskodik.”³

Lengyelországban szintén a médiatörvény⁴ rendelkezik a közszolgálati rádiók és televíziók feladatairól.

„21. § 1. A közszolgálati rádiónak és televíziónak közfeladatai teljesítéséhez gondoskodnia kell a társadalom egésze és annak egyes csoportjai számára változatos műsor- és egyéb szolgáltatásokról a tájékoztatás az újságírás, a kultúra, a szórakoztatás, az oktatás és a sport területéről, amelyeknek plurálisnak, pártatlannak, kiegyensúlyozottnak, függetlennek és innovatívnak kell lennie, valamint jó minőség és a tisztesség kell, hogy jellemezze.

1a. A közszolgálati rádió és televízió számára a fenti misszió teljesítéséből származó feladatok a következők:

- 1, országos és regionális műsorszolgáltatás gyártása és közvetítése, műsorszolgáltatás külföldi vételre lengyel és más nyelveken, továbbá műsorszolgáltatás a helyi közösségek számára demokratikus, társadalmi és kulturális elvárásaiknak megfelelően,
- 2, tematikus műsorszolgáltatás gyártása és közvetítése, amennyiben az említett műsorszolgáltatás rendelkezik műsorszolgáltatási engedéllyel,
- 3, rádió és televíziós adótornyok és közvetítőállomások építése és működtetése,
- 4, teletext szolgáltatás továbbítása,
- 5, rádió és televízió műsorok gyártásában és sugárzásában új technológiák alkalmazása,
- 6, gyártás, szolgáltatások biztosítása és kereskedelmi tevékenység folytatása audiovizuális alkotásokkal kapcsolatban, beleértve az export-import tevékenységet,
- 7, művészeti, irodalmi, tudományos és oktatási tevékenységek ösztönzése,
- 8, a lengyel nyelv ismeretének terjesztése (művelése),
8a, őket megillető figyelmet szentelni a regionális nyelveket beszélő nemzeti és etnikai kisebbségeknek és közösségeknek, beleértve hírműsorok sugárzását a nemzeti és etnikai kisebbségek nyelvén és a regionális nyelveken,
- 9, oktatási műsorszámok gyártása és az ezekhez való hozzáférés biztosítása a külföldön élő lengyelek és lengyel származásúak számára.

³ MTV ZRt. KMSZ I. Műsorszolgáltatás 1. A közszolgálati műsorszolgáltatás feladatai a)

⁴ www.krrit.gov.pl/bip/Portals/1/Documents/Broadcasting_Act.pdf

21. § 2. A közszolgálati rádió és televízió műsorszolgáltatása

- 1, a közlés tartalmáért érzett felelősség és a közszolgálati rádiózás és televíziózás jó hírnevének megőrzésének szükségessége kell, hogy vezesse, (alapozza meg),*
- 2, megbízható információt nyújtson a Lengyelországban és külföldön zajló események és folyamatok sokféleségéről,*
- 3, ösztönözze az állampolgárok nézeteinek szabad gyarapodását és a közvélemény formálását,*
- 4, tegye lehetővé az állampolgárok és szervezeteik számára a közéletben való részvételt, kifejezve változatos nézeteiket és megközelítéseiket, szemléletmódjaikat, továbbá hogy gyakorolhassák társadalmi felügyeletre és bírálatra vonatkozó jogukat,*
- 5, segítse elő a kultúra, a tudomány és az oktatás fejlődését, hangsúlyozva a lengyel szellemi és művészeti teljesítményt,*
- 6, tartsa tiszteletben a keresztény értékrendet, az egyetemes etikai normákat kövesse,*
- 7, szolgálja a családi kötelek erősítését,*
- 7a, helyezze előtérbe az egészséges életmód népszerűsítését,*
- 8, működjön közre a társadalmi problémák elleni harcban.”*

Ausztriában külön törvény rendelkezik a közszolgálati műsorszolgáltatókról (ORF Gesetz). Az ORF a törvényi előírásnak megfelelően úgynevezett trimediális kínálatot (televízió, rádió és egyéb kiegészítő szolgáltatások, mint teletext, online média) biztosít. Annak érdekében, hogy az ORF eleget tegyen a feladatainak egy differenciált tájékoztatásból, kultúrából, szórakoztatásból és sportból álló programot kínál a lakosság minden tagja számára. A kínálatnak kiegyensúlyozottnak kell tükrözni a nézők és hallgatók sokszínű érdeklődését.

A közszolgálati műsorszolgáltató közszolgálathoz kapcsolódó feladatait az ORF-Gesetz 4. § tartalmazza. Eszerint az ORF a műsorszolgáltatásai összességén keresztül a következő feladatokat látja el:

- 1, a köz átfogó tájékoztatása minden fontos politikai, társadalmi, gazdasági, kulturális és sporthoz kapcsolódó kérdésről,*
- 2, a demokratikus együttélés minden kérdésére kiterjedő megértés előmozdítása,*
- 3, az osztrák identitás előmozdítása az európai történelem és integráció szemszögéből,*
- 4, az európai integráció megértésének előmozdítása,*
- 5, a művészet, a kultúra és a tudomány közvetítése és előmozdítása,*
- 6, az osztrák művészeti és kreatív alkotások megfelelő figyelembe vétele és előmozdítása,*
- 7, sokszínű kulturális kínálat közvetítése,*
- 8, szórakoztatás nyújtása,*
- 9, minden korosztály megfelelő figyelembe vétele,*
- 10, a fogyatékkal élők igényeinek megfelelő figyelembe vétele,*
- 11, a családok és gyermekek igényeinek megfelelő figyelembe vétele, valamint a női egyenjogúság,*
- 12, a törvényileg elismert egyházak és vallási csoportok jelentőségének megfelelő figyelembe vétele,*
- 13, a nép- és az ifjúsági képzés terjesztése és előmozdítása különös tekintettel az iskolai és a felnőtt oktatásra,*
- 14, tájékoztatás a környezet- és fogyasztóvédelem, valamint az egészség témáiról*
- 15, a lakosság aktív sporttevékenység iránti érdeklődésének előmozdítása,*
- 16, tájékoztatás a szövetségi állam jelentőségéről, működéséről és feladatairól, valamint a szövetségi tartományok regionális identitásának előmozdítása,*

- 17, a gazdasági összefüggések megértésének előmozdítása,
18, az európai biztonságpolitikával valamint az átfogó honvédelemmel kapcsolatos kérdések megértésének előmozdítása,

A BBC közszolgálati feladatait a Royal Charter and Agreement⁵ (3) határozza meg. (3.1) Eszerint a BBC azért jött létre, hogy a közérdeket szolgálja. (3.2) A BBC fő feladata a köz céljainak előmozdítása. (3.3) Kiegészítésként a BBC fenntarthat, alapíthat vagy vásárolhat leányvállalatokat, amelyeken keresztül kereskedelmi tevékenységet folytathat abban a mértékben, amennyiben a Keretmegállapodás megengedi.

A BBC közcéljai a következők (4):

- a) fenntartani az állampolgársági tudatot és a polgári társadalmat,
- b) az oktatás és a tudományok előmozdítása,
- c) a kreativitás és a kulturális kiválóság serkentése,
- d) az Egyesült Királyság nemzeteinek, régióinak, közösségeinek bemutatása,
- e) megmutatni Nagy-Britanniát a világnak, és a világot Nagy-Britanniának,
- f) ezen célokat előmozdítandó segíteni eljuttatni a köz számára a születő kommunikációs technológiák és szolgáltatások előnyeit, ráadásul a digitális átállás területén a vezető hely megtartása.

5. *Hogyan mozdítja elő a BBC közcéljait? A BBC küldetése tájékoztatni, oktatni és szórakoztatni.*

1. *A BBC fő tevékenységét saját közcéljai kell hogy adják, a kibocsátott tartalomnak tájékoztatásból, oktatásból és szórakoztatásból kell állnia, a rendelkezésre álló eszközökön keresztül. Úgy mint:*

- a. *televízió, rádió és online szolgáltatások,*
- b. *hasonló vagy ezekkel összefüggő szolgáltatások, amelyek a kibocsátott tartalmat általánosan hozzáférhetővé teszik, amelyek formájukat vagy technológiájukat tekintve ma még a BBC által nem is használatosak vagy még ki sem fejlesztettek.*

2. *A BBC olyan tevékenységeket is folytathat, amelyek közvetlenül vagy közvetve mozdítják elő közcéljait, de ezeknek a tevékenységeknek perifériusnak, alárendeltnek vagy kiegészítő jellegűnek kell lenniük a fő tevékenységekhez képest. Összességében a BBC ilyen periférius, alárendelt vagy kiegészítő jellegű tevékenységeinek ésszerű arányban kell állnia a fő tevékenységekkel. (...)*

6. *A BBC függetlensége*

1. *A BBC-nek függetlennek kell lennie minden esetben, ami a kibocsátott tartalmat, a bemutatás időtartamát, módját és a saját ügyeinek intézését illeti.*

Franciaországban⁶ a szabad kommunikációról szóló törvény (43-11.) szabja meg a közszolgálati műsorszolgáltatók működésének kereteit. „A közszolgálati műsorszolgáltatóknak a közérdeket kell szolgálniuk, feladatuk: teljesíteni közszolgálati küldetésüket. Biztosítaniuk kell a köz számára - figyelembe véve annak minden összetevőjét, sokféleségét – programkínálatot és szolgáltatásokat, amelyeket változatosság, pluralizmus, minőség és innováció jellemez, tekintettel az alkotmányban meghatározott emberi jogokra és demokratikus elvekre. A rendelkezés szerint sokszínű és változatos műsorokat kell

⁵ http://www.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/regulatory_framework/charter_agreement/bbc_royal_charter.pdf

⁶ http://www.csa.fr/upload/dossier/loi_86_english.pdf, Article 43-11 of the Law of on Freedom of Communication 1986.

szolgáltathatók analóg és digitális módon, a hírek, a kultúra, a tudomány, a szórakoztatás és a sport területéről. Elő kell segíteniük a demokratikus diskurzust a francia társadalomban, valamint az állampolgárok társadalmi integrációját. Biztosítaniuk kell a francia nyelv művelésének előmozdítását és visszatükrözniük a kulturális örökség változatosságának regionális és helyi jellegzetességeit. Hozzá kell járulniuk az eszmék és művészetek gyarapodásához és terjesztéséhez. Terjeszteniük kell az állampolgári, gazdasági, társadalmi és tudományos ismereteket és elő kell segíteniük a médiatudatosságot. A süketek és a hallássérültek számára is elérhetővé kell tenni saját műsoraikat. A közszolgálati műsorszolgáltatóknak tisztességes, független és plurális híreket kell szolgáltatnia, és közre kell működnie abban, hogy a társadalmi és politikai erők szót kapjanak, egyenrangúan a CSA ajánlásai szerint. A közszolgálati audiovizuális kommunikációs szektor intézményeinek - tekintettel feladataik megoszlására - részt kell venniük a külföld felé irányuló francia audiovizuális cselekvésben, hatással kell lenniük a frankofón világra és hozzá kell járulniuk a francia nyelv és kultúra terjesztéséhez. Törekedniük kell új szolgáltatások - amelyek gazdagíthatják és tökéletesíthetik a műsorkínálatukat -, továbbá új gyártási technológiák, audiovizuális kommunikációs műsorok és szolgáltatások sugárzásának fejlesztésére. Természetesen éves parlamenti jelentést kell benyújtania a szakasz rendelkezéseinek alkalmazásáról.

3. A köztelevíziók piaci pozíciója

3.1 M1

3.1.1 Nézettség

Magyarország kizárólag közép-európai viszonylatban tartható számon a legfejlettebb televíziós piacok egyikeként, a sokcsatornás televíziózás elterjedtsége 65 százalék felett van. A háztartások hozzávetőlegesen 61 százaléka vezetékes vételi lehetőséggel rendelkezik, negyede szoba- vagy tetőantennát használ, az egyéni vagy előfizetéses műholdvevővel rendelkezők aránya 15 százalék. A fogyasztók többsége hűsznál több csatornát fog, de még mindig jelentős, közel 20 százalék a mindössze 3 csatornával rendelkező háztartások aránya. 2006-ban a lakosság átlagosan mintegy 37 db televízió-csatorna közül választhatott otthonában.⁷

A két országos kereskedelmi csatorna, a TV2 és az RTL Klub megjelenésével a magyar közszolgálati csatornák nézőik meghatározó részét elvesztették. Míg 1997 első negyedében 70,7 százalékos közönségarányt tudhattak magukénak, 1998 első negyedére a három csatorna együttes részesedése 30,7 százalékra apadt.⁸ Bár úgy tűnt, az MTV egyes csatornájának sikerült az elmúlt években a csökkenést megállítani, sőt átmenetileg növelni a nézők tábort, a két országos kereskedelmi csatorna dominanciája továbbra is megkérdőjelezhetetlen - bár mára ők is veszítettek valamelyest pozíciójukból a speciális igényeket kielégítő tematikus csatornák miatt.⁹ Az országos kereskedelmi szegmens jelentős résztvevője még a Viasat3, amely az elmúlt évben növelte közönségarányát.¹⁰ A 20 műholdas terjesztésű, jobbára tematikus, kereskedelmi csatorna mellett még számos külföldi joghatóság alatt álló magyar nyelvű illetve magyar nyelven is sugárzó csatorna fogható a bekábelezett, illetve műholdvevővel rendelkező háztartásokban. A fentiek mellett közel 600 helyi televízió sugároz műsort földfelszíni (45), illetve kábeles (530) terjesztéssel; többségük kereskedelmi, kisebb részben nem nyereségérdekelt módon. Bár európai összehasonlításban is kiugró a magyarok napi tévénézési ideje (éves átlagban 4 óra 18 perc), a piac mára technológiától függetlenül telítődni látszik, 2004 óta a csatornaszám bővülésének ellenére sem növekszik tovább.¹¹

3.1.2 Szervezeti felépítés

Az 1996. évi I. a rádiózásról és televíziózásról szóló törvény 30. § (1) értelmében „A Magyar Rádió és a Magyar Televízió az ország lakosságának túlnyomó többsége számára, a Duna Televízió elsősorban a Magyar Köztársaság határain kívül élő magyarság számára nyújt közszolgálati műsorszolgáltatást.” A médiatörvény nem szól az Autónia csatornáról, annak indítása a Duna Televízió saját döntése volt. A két műsorszolgáltató jogállását, finanszírozását, felügyeleti és szervezeti rendjét a törvény határozza meg. A hazai jogalkotó a közszolgálati műsorszolgáltatás biztosítására és függetlenségének védelmére létrehozta a közalapítványokat, majd a közalapítványok a nemzeti közszolgálati rádió és televízió

⁷ Szonda Ipsos: MTV alapozó kutatás. Elérhető: <http://old.hirado.hu/download/brand/m1m2alapozo.pdf>

⁸ AGB Nielsen Media Research, Elérhető: http://cs.agbnmr.com/Uploads/Hungary/stat_shr_negyedev.es.pdf

⁹ A teljes lakosságra nézve az RTL Klub 2007-ben 26% éves közönségarányt tudhatott magáénak (2006-ban 27.1%), a TV2 2007-ben 23.1%-ot szerzett (2006-ban 25,6%).

¹⁰ A teljes lakosságra nézve 2007-ben 5,5 % (2006-ban 4.3%).

¹¹ AGB Nielsen Media Research, Elérhető: http://cs.agbnmr.com/Uploads/Hungary/stat_atv_negyedev.es.pdf

feladatainak ellátására megalapították az egyszemélyes részvénytársaságokat. A kuratóriumok egyszerre kezelő szervei a közalapítványoknak, és gyakorolják a választott magánjogi forma, a részvénytársaság szabályai szerint a közgyűlés jogait, vagyis felügyelik az intézmények törvény szerinti működését. Ennek megfelelően a kuratóriumok viszonylag széles hatáskörrel rendelkeznek, de nem szélesebbel, mint az osztrák testület, sőt ellentétben az osztrák példával, a magyar kuratórium sem a személyi állományt illető kérdésekbe (az alelnökök kinevezésével kapcsolatos vétőjogot leszámítva), sem a műsorkínálat tartalmát érintő kérdésekbe nem szólhat bele. A kuratórium feladatköre többek között az elnök megválasztása és visszahívása, a felügyelő bizottsági tagok megválasztása és visszahívása, a közszolgálati műsorszolgáltatás érvényesülésének ellenőrzése, illetve az éves gazdasági és pénzügyi terv jóváhagyása. A magyar törvény igen sajátosságos megoldást alkalmaz, azáltal hogy a kuratóriumokat tulajdonképpen két részre, az elnökségre és a kuratóriumi tagokra osztja. A legalább 8 főből álló kuratórium elnökségét az Országgyűlés a szavazatok egyszerű többségével választja oly módon, hogy felét a kormánypárti, felét az ellenzéki képviselőcsoportok jelölik, míg a kuratóriumi tagságba a különböző társadalmi szervezetek delegálják képviselőiket (21-23 fő). Az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) évenként sorolással dönti el, hogy a különböző civil szervezetek közül melyik delegálhat tagot a kuratóriumba. Az elnökség és a tagság megbízásának időtartama is különböző (4 illetve 1 év), továbbá az elnökség jogosítványai jóval kiterjedtebbek. Komoly többletjogokkal bírnak a pártok jelöltjei az elnökválasztás terén, ugyanis a részvénytársaság elnöki tisztségére való pályázat kiírása és (titkos) elbírálása az elnökség jogköre. Az elnökségnek a jelölt állításáról kétharmados többséggel kell döntenie, s ha ez nem sikerül, joga van egy újabb pályázatot kiírni. A részvénytársaság ügyvezetését az elnök látja el, egy személyben gyakorolva mindazon jogokat, amelyeket a Zrt. igazgatósága gyakorolna. A törvény által előírtak keretében dönt a műsorrendről, kidolgozza a közszolgálati műsorszolgáltató szabályzatot, megállapítja a szervezeti működési szabályzatot, gyakorolja a Zrt. alkalmazottai felett a munkáltatói jogokat, vagyis irányítja a részvénytársaságot. Megbízata négy évre szól, s egyszer meghosszabbítható. A részvénytársasági forma törvényi szabályozásának megfelelően működik az intézmény harmadik szerve, a Felügyelő Bizottság, amely ellenőrzi az intézmény ügyvezetését. Három tagból áll, akiket a dolgozók által választott tag kivételével a kuratórium négy évre választ. A közalapítvány kuratóriumának tevékenységét közvetlen ellenőrző háromtagú ellenőrző testület elnökét és egy tagját az Országgyűlés ellenzéki, egy tagját pedig kormánypárti képviselőcsoportok jelölik. A tagokat az Országgyűlés egyszerű többséggel választja. Az Ellenőrző Testület a kuratóriumra kötelező döntést nem hozhat, jogellenes döntései, illetve a közalapítvány gazdálkodásával kapcsolatos hiányosságok és az alapítványi célok megvalósítását sértő vagy veszélyeztető döntések esetén az Országgyűlés elnökét vagy az Állami Számvevőszéket értesíti. A kuratórium megbízatását csakis az Országgyűlés vonhatja vissza.

Az MTV Zrt. 2006-os Beszámolóját nem fogadták el, 2009. május 19-án ajánlották általános vitára, de a Kulturális és Sajtóbizottság nem javasolja a beszámoló elfogadását¹².

3.1.3 Finanszírozás

Az MTV hosszú ideje a válságok időszakát éli. A két országos kereskedelmi adó 1997-es indulásával szinte azonnal krízishelyzetbe került, drámaian esett a nézettsége, reklámbevételei pedig folyamatosan zsugorodtak. Bevételeit ingatlanjainak értékesítésével próbálta biztosítani a növekvő kiadásainak fedezetére, így az MTV ingatlanvagyonának 95 százalékát elvesztette. Az intézmény működését azóta is a stabil legitim vezetéssel kapcsolatos problémák és állandósult finanszírozási gondok kísérik, bár a 2006-os beszámolója szerint 2006-ban a

¹² <http://www.parlament.hu/irom38/09769/09769.pdf>

Magyar Televízió konszolidálta a működését.¹³ A Zrt. a kiadások összegét mind éves, mind évközi viszonylatban a ténylegesen befolyt bevételekhez tudta igazítani, így az eladósodottság mértéke nem növekedett. (A Magyar Országgyűlés 2006 decemberében elengedte a Magyar Televízió 4 milliárd forintos, a 2004 előtt felhalmozódott tartozások rendezéséhez felvett hitelállományát.)¹⁴

Az MTV Zrt. elsősorban költségvetési forrásokból képes ellátni feladatait, bár az osztrák közszolgálati adóhoz hasonlóan reklámbevételekből is részesedik. 2006-ban a reklámokból származó bevétel 3.026.632.000 Ft volt, a szponzorbevételek pedig elérték a 90.401.000 Ft-ot, s ezek együttesen a Zrt. teljes bevételének (31,406 milliárd Ft) 10 százalékát adták. A hazai szabályozás a közszolgálati médiára szigorúbb reklámkorlátokat érvényesít (óránként 6 perc), a közszolgálati médiumok az egyes műsorszámokat – például a játékfilmeket – nem szakíthatják meg reklámokkal, valamint szigorúbb műsorszponzorálási szabályok vonatkoznak rájuk. Míg a közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozásában a reklám sokhelyütt kevésbé jelentős elem, gyökeresen eltér az általános európai gyakorlattól az a megoldás, hogy a Magyar Televízió költségvetését szinte kizárólag az állam fedezi. A kormány 2002-ben átvállalta az üzemeltetési díjat, amelyet a nem fizető háztartások magas arányával indokolt.¹⁵ A közszolgálati műsorszolgáltatók bevételét gyarapítja az átvállalt üzemeltetési díj törvényben megállapított hányada mellett, (2006-ban 10,2 milliárd Ft) a Médiatörvény 131. §. (2) bekezdése értelmében a korábbi M2 csatornájának műsorszolgáltatási jogosultságáért fizetendő díj 70 százaléka. (2006-ban 1,13 milliárd Ft). Emellett az állam a központi költségvetés „Országgyűlés” fejezetében a részvénytársaságokat a műsorterjesztési költségeiknek megfelelő támogatásban is részesíti (2006-ban 6,75 milliárd Ft). A Zrt. – fő tevékenységének elősegítése érdekében - vállalkozási tevékenységet is végezhet, nyereségét kizárólag a közszolgálati műsorszolgáltatás folytatására, fejlesztésére, illetve vállalkozásainak fejlesztésére használhatja fel. Az egyéb kereskedelmi tevékenységből befolyt bevételek, illetve az export-értékesítésből befolyt nettó bevétel 608 millió Ft volt 2006-ban.

3.1.4 Az MTV Zrt. csatornái

A törvény rendelkezései szerint közszolgálati műsorszolgáltatók a Magyar Rádió Zrt. és a Magyar Televízió Zrt., amelyek az ország lakosságának túlnyomó többsége számára nyújtanak közszolgálati műsorszolgáltatást. A harmadik közszolgálati műsorszolgáltató a Duna Televízió 1992-ben indította műholdas televíziós műsorszolgáltatását, elsősorban a Magyar Köztársaság határain kívül élő magyarság számára¹⁶. A Duna TV mellett 2006-ban megjelent egy második műholdas sugárzású televíziós csatorna, a Duna II Autonómia. A Magyar Televízió Zrt. két csatornán sugározza műsorát, de csupán az M1 rendelkezik országos lefedettséggel bíró földi frekvenciával, amely a lakosság 96 százalékát éri el. Az M2 földi frekvenciáját a pályázat során a TV2 nyerte el, így a közszolgálati műsorszolgáltató második csatornája 1997 óta műholdon keresztül sugározza műsorát. 2004-ben döntés született egy harmadik közszolgálati csatorna létrehozásáról. Bár az ORTT a műsorszolgáltatást 2005-ben nyilvántartásba vette, a határozatot megtámadták, így az M3 csatorna nem kezdhetette meg tevékenységét. A digitális átállás úttörőjeként az M2 2008. augusztus 1-től leállította az analóg műholdas sugárzást, és műsorát digitális HD és SD formátumban továbbítja. Az MTV hangsúlyosan jelen van az új média platformjain:

¹³ 2006. évi Országgyűlési Beszámoló, p.15. <http://www.parlament.hu/irom38/04035/04035.pdf>

¹⁴ 2006. évi Országgyűlési Beszámoló, III. fejezet mellékletei, Beszámoló az MTV Zrt. 2006. évi működéséről és gazdálkodásáról, p.24.

¹⁵ A televízióval rendelkező háztartások 63-68 százaléka fizetett üzemeltetési díjat. Lásd: OSI: Television across Europe. Vol.2. p. 822

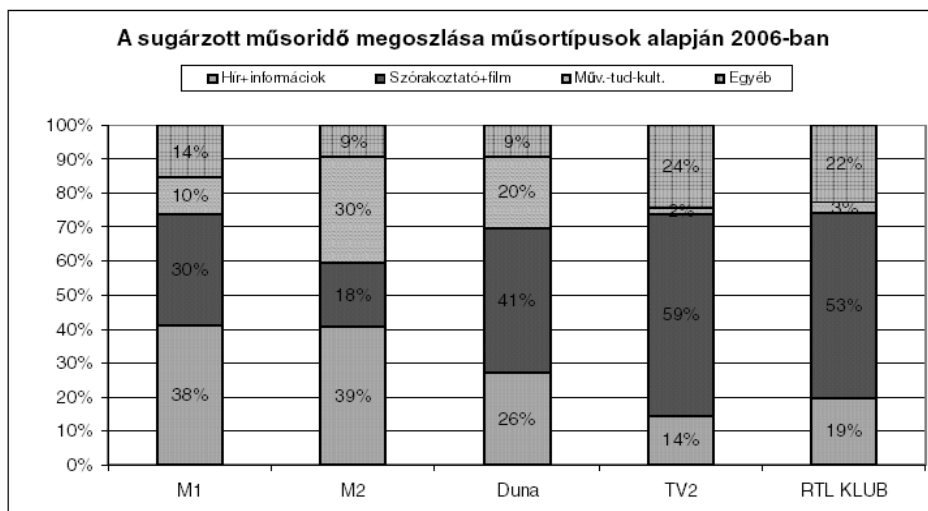
¹⁶ Rttv. 30. § (1)

internetes honlap-csoportot, teletextet, mobil telefonos wap -3G- felületet üzemeltet. Az MTV egyetlen honlapját 2004-ben, az indulás évében még csak 20 ezren nézték, az MTV honlap-csoportjának látogatottsága azóta megharmincszorozódott.¹⁷ Az online adás mellett, a videótár, amelyből korábbi műsorok is letölthetők, továbbá az idén megújult hírportál a hirado.hu, valamint a foci EB elején debütált tematikus honlap a telesport.hu alkotják a kínálat meghatározó szereplőit.

3.1.5 Műsorstruktúra

A 2006-os Beszámoló adatai szerint a részvénytársaság összes bevételeinek 88 százalékát (közel 27 milliárd forintot) közszolgálati, 12 százalékát nem közszolgálati műsorokra fordította.¹⁸ Míg az M1 általános tematikájú csatorna, amelynek műsorai a tájékoztatás, a művelődés, a szórakoztatás és a sportprogramok műsorstruktúrájára épülnek, az M2 a kultúra, az oktatás és ismeretterjesztés tematikus csatornájaként szolgál. A közszolgálati műsorok aránya 2006-ban 72 százalék volt, szemben az M2-vel, ahol ez az arány elérte a 84 százalékot (1. ábra). A hír, információs és sport-jellegű műsorok együttes műsorideje ugyancsak 2006-ban az M1-en a sugárzott műsoridő 47 százalékát tette ki. A csatorna profiája a hír- és információs műsorok dominanciája erőteljesen hat a csatorna törzsközönségére is, amely leginkább az 50 év körüli és annál idősebb korosztályból áll. 2006-ban kis mértékben növekedett az M1 csatorna éves átlagos közönségaránya (14,4%), köszönhetően az olyan kiemelkedő eseményeknek mint a budapesti úszó EB, illetve az országgyűlési választások közvetítése. 2007-ben azonban ismét visszaesett (12,8%), és a csökkenés tartósnak látszik.

1. ábra



Forrás: 2006. évi Országgyűlési Beszámoló

Az M1 reklámok nélküli műsorideje 2006-ban elérte a 463 626 percet, amelynek egynegyedét ismétlések, 60 százalékát pedig saját belső gyártású illetve megrendelésre

¹⁷ 2006. évi Országgyűlési Beszámoló. p.15.

¹⁸ 2006. évi Országgyűlési Beszámoló. p.42.

gyártott műsorok tették ki. A beszerzett műsorok műsoridejének hányada 15,3 százalék, teljes költségét tekintve 695 millió Ft volt. (Ez a csatorna műsorokra fordított büdzséjének 5 százaléka.) Az összes műsorköltség, azaz a 14 024 165 000 Ft 27 százaléka a külső teljesítéssel, 63 százaléka pedig belső kapacitással történt.¹⁹

A Médiatörvény 7. § (1) bekezdése szerint a közszolgálati televíziós műsorszolgáltatóknak évi teljes műsoridejük több, mint felét európai művek és több, mint harmadát eredetileg magyar nyelven készített művek bemutatására kell fordítaniuk. Az M1 2006-ban évi teljes műsorideje 92 százalékát európai, és 73 százalékát eredetileg magyar nyelven készített művek bemutatására fordította. Az előbbieken túlmenően a közszolgálati televíziós műsorszolgáltatónak évi teljes műsorideje 10 százalékát olyan európai művek, minimum 7 százalékát pedig olyan, eredetileg magyar nyelven készített művek számára köteles fenntartani, amelyeket tőle független előállítóval készítettett, vagy attól öt évnél nem régebben készült műként vásárolt. Az M1 évi teljes műsoridejének 36 százalékát független előállítású európai művek, 24 százalékát független előállítású magyar nyelvű művek tették ki.

A Magyar Televízió 2006 nyarán a Szonda Ipsos Média-, Vélemény- és Piackutató Intézetet bízta meg átfogó, alapozó jellegű kutatás elkészítésével, melynek célja a közszolgálati televíziózásról és a Magyar Televízióról alkotott kép feltárása volt a 12 éves és annál idősebb magyar lakosság körében. 2007 augusztusában a Szonda egy újabb vizsgálatot végzett, annak feltárására, hogyan vélekedik a 18 évesnél idősebb magyarországi népesség a közszolgálati televíziókról, kötnek-e hozzájuk speciális értékrendet, betöltik-e a nézők által relevánsnak ítélt funkciókat. A felméréshez egy brit kutatás szolgáltatta a mintát: a BBC által alkalmazott, a közösségi érték („közérték”) fogalmát öt értékdimenzióban (demokratikus érték, kulturális érték, művelődési érték, szociális érték és globális érték). Mindkét vizsgálat eredményeiről készített összefoglaló tanulmány elérhető a Zrt. honlapján.

3.2 TVP1

3.2.1 Nézettség

Közép-Kelet-Európában 38 millió lakosával és 14 millió háztartásával Lengyelország rendelkezik a legnagyobb televíziós piaccal. A 2007-es adatok szerint a háztartások 97,3 százaléka legalább egy televíziókészülékkel, digitális vételi lehetőséggel pedig 22,4 százalékuk rendelkezik. A csupán földfelszíni analóg vételre képes háztartások aránya 46%, a digitális fölfelszíni vétel penetrációja nagyon alacsony, mindössze 30000 háztartásban van erre alkalmas dekóder (a háztartások 0,2%).²⁰ A televíziókészülék előtt eltöltött idő éves átlagban napi 4 óra és növekvő tendenciát mutat.²¹

A kábelhálózatok a lengyel háztartások 35 százalékát fedik le. A szektor – közel 500 szolgáltatóval - rendkívül megosztott, bár közülük a négy legnagyobb (UPC, Vectra, Multimedia Polska és az Aster Group) lefedi a piac 60 százalékát. A kábelhálózatok elsősorban a városokban működnek, a kisebb közösségek számára a műholdas televíziózás marad alternatívaként. A Cyfrowy Polsat szatellit szolgáltató előfizetőinek száma folyamatosan nő, 2007 végén elérte a 1,5 milliót, a francia Canal Plus leányvállalata, a Cyfra Plus 950 ezer előfizetővel áll a második helyen. A piacra legkésőbb, 2006 őszén belépő, ITI Group egy év alatt 200 ezer előfizetőt gyűjtött. A több mint 2,5 millió előfizetővel - amely a háztartások 20 százalékát teszi ki – rendelkező Lengyelország szatellit piaca a legfejlettebb a

¹⁹ Az öt millió Ft feletti vállalkozási és műsorgyártási szerződések összefoglaló táblázata megtekinthető az MTV honlapján: <http://old.hirado.hu/cikk.php?id=255675>

²⁰ <http://mavise.obs.coe.int/country?id=24>

²¹ AGB Nielsen Media Research 2008 második negyedév, Lásd: <http://www.wieninternational.at/en/node/11843>

régióban. Több mint 400 csatorna érhető el, amelynek a fele lengyelül sugároz. A csak műholdon fogható csatornák együttes közönségaránya azonban 2% alatt van.

A televíziós piac 2005 és 2007 között dinamikus növekedett, elsősorban a műholdas televíziós csatornák indításának köszönhetően. Mind a közszolgálati televízió, Telewizja Polska SA (TVP), mind a kereskedelmi televíziók (TVN, Polsat) a digitális televíziózásra való átállás keretében számos tematikus csatornát indítottak. A verseny kiéleződését jelzi, hogy a TVN24 nevű hírcsatorna sikere után a lengyel közszolgálati televízió is elhatározta, hogy a TVP3 regionális csatornáját hírcsatornává (TVP Info) alakítja, majd 2008-ban a Polsat is elindította saját hírcsatornáját (Polsat24).

A nézettség lassú, de folyamatos csökkenése ellenére a TVP1 tartja vezető helyét, a közszolgálati műsorszolgáltató TVP2 csatornáját azonban a legjobban növekvő kereskedelmi adó, a TVN 2005-ben megelőzte. A legújabb adatok szerint a TVP2-nek sikerült a második helyet visszahódítani, de a verseny rendkívül szoros. A nézettségért folyó versenyben a TVP1 23,82 százalékkal vezet (2006: 24,1%), a jelenlegi második helyezett a TVP2 16,88 százalékkal (2006:17%), a következő a kereskedelmi TVN 16,45 százalékkal (2006: 20,6%). A negyedik helyen áll a Polsat 15,21 százalékos közönségaránnyal (2006: 15,7%), majd erős lemaradással következik a TVP Info 4,13 százalékkal (2006: még TVP3 néven 5,2%).²²

A kormány elfogadott stratégiája szerint a digitális átállás 2005-ben kezdődött. Az analóg jelet régióról régióra haladva kapcsolják le 6-12 hónapig tartó párhuzamos sugárzás után. A teljes átállás határidejét 2014-re jelölték ki. A kezdeti szakaszban két multiplexet indítanak 8-10 televíziós csatornával. Az analóg frekvenciák zárása után a digitális földi sugárzású platformok nyolc multiplexet továbbítanak. Az első multiplex 2008-ban el is indult. A digitális földfelszíni televíziózás beindítása jelentős késést szenvedett, mivel a kísérlet egy vegyes tulajdonú konzorcium létrehozására kudarcbba fulladt. A Polsat, a TVN és a TVP közös vállalkozása - egy közös nemzeti MPEG-4-es platform létrehozására - nem jött létre, mivel időközben a TVP elindította saját sugárzását MPEG-2-es szabvánnyal.

3.2.2. Szervezeti felépítés

A lengyel közszolgálati televízió részvénytársasági formában működik, az egyetlen tulajdonos az államkincstár. Az 1992-es, azóta többször módosított lengyel médiatörvény szerint a Telewizja Polska-t az 1-5 tagú Igazgatótanács irányítja, amelyet a műsorszolgáltató Felügyelő Bizottsága négy évre nevez ki. Az 5-9 főből álló Bizottságot - egy tag kivételével, akit a pénzügyminiszter delegál - a lengyel médiahatóság a KRRiT (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji) jelöli. Megbízatusuk három évre szól. Az Igazgatótanács tagjainak - beleértve az elnököt is - kinevezése illetve leváltása a Bizottság háromnegyedének részvételével, kétharmados többséggel történik. Ugyancsak a Felügyelő Bizottság egyetértése szükséges a TVP meghatározott vezetőinek megbízatásához és menesztéséhez, a kollektív szerződés elfogadásához, részesedés illetve érdekeltség megszerzéséhez más vállalatban, valamint az ingatlanvagyon átadásához, megterheléséhez.

A médiatörvény egy 15 tagú Műsortanácsról is rendelkezik, amelynek tagjait négy évre a KRRiT nevezi ki. Tagjainak kétharmada országgyűlési és szenátusi képviselő, harmada a kultúra és tömegkommunikáció területén nagy tapasztalattal rendelkező szakember. A Műsortanács feladata a közérdek képviselője mellett észrevételezni, értékelni a TVP műsorait. Az Igazgatótanács köteles biztosítani a Műsortanács tagjai számára az anyagi és szervezeti feltételeket feladatuk ellátásához. A Műsortanács határozatokat fogad el a műsorfolyam színvonalának és minőségének értékeléséről valamint a műsorterrvről. Ezen határozatok

²² A 2008-as adok AGB Nielsen Media Research-től származnak. Lásd: <http://www.wieninternational.at/en/node/11843>, a 2006-os adatokat Lásd Krajewski, Andrej: Follow-up Report 2008 Poland. in: Television across Europe. OSI. 2008. p.18.

elvben kötelezik a Felügyelő Bizottságot, a gyakorlat azonban azt mutatja, hogy a Műsortanács súlytalan, számos művész és politikus lemondott már emiatt a tagságáról.²³

A TVP Igazgatótanácsának részletes éves és negyedéves beszámolási kötelezettsége van a KRRiT felé pénzügyi forrásainak felhasználásáról. A műsorstratégiát és a közszolgálati kötelezettséget illetően éves jelentést tesz közzé. A pénzügyminiszter számára a Felügyelő Bizottság jelentést tesz a TVP pénzügyi helyzetéről és a vezetők pénzjutalmaival kapcsolatban beleegyezést kér.

A lengyel média erősen átpolitizált. Mind a médiahatóság, mind a közszolgálati televízió vezetésében a tagság kinevezése komoly politikai viharokat kelt. Egyes elemzők szerint a KRRiT létszámának csökkentésében a baloldali kötődésekkel rendelkező testület jobbra tolásának szándéka állt. A TVP Felügyelő Bizottságának és az Igazgatótanács tagjainak kinevezését szintén botrányok kísérik. A szemrehányások leggyakoribb eleme a szakmai tapasztalat hiányát pótló politikai lojalitás.

3.2.3 *Finanszírozás*

A TVP költségvetése folyamatosan szűkül. A 2007-es évben 610 millió euróból gazdálkodott, amelyből 147,4 milliót tett ki az előfizetési díj, 367,7 milliót, azaz a büdzsé 60 százalékát a reklám és szponzorációs bevételek, továbbá 94 millió egyéb forrásból került a költségvetésbe.²⁴

A lengyel közszolgálati televízió finanszírozásának egyik legnehezebb, kezeletlen problémája az előfizetési (üzembentartási) díjak befizetésének, beszedésének kérdése. A 2006-os adatok szerint a 13 millió lengyel háztartás 97 százaléka rendelkezett legalább egy televíziókészülékkel, de 4,6 millió háztartás és 3,4 millió cég egyetlen televízió- vagy rádiókészülékkel sem jelentett be, így előfizetési díjat sem fizetett. A 8,05 millió háztartásból, akik rendelkeznek bejelentett készülékkel, 2,8 milliónyi mentesül a fizetés alól rokkantság vagy a 75 év feletti kor miatt. További 1,8 millió háztartás pedig – bár regisztrált - egyáltalán nem, vagy csak késve fizet, s emiatt a becsült bevételkiesés 32,5 millió euró évente. A nem regisztrált készülékek utáni bevételkiesés viszont eléri a 407 millió eurót. A 2006-os KRRiT jelentés szerint a fizetési hajlandóság folyamatos romlása miatt a közszolgálati médiafinanszírozás 2-3 éven belül romba dől. Komoly probléma, hogy a hatóságok nem ellenőrizhetik a készülékek meglétét és hatékony szankciók sem léteznek. A büntetések alacsony volta nem elrettentő, a kiszabott büntetések összege 2005-ben mindössze 108 ezer euró volt, ami a teljes bevételnek csupán a 0,004 százaléka. A befizetések növelésére vonatkozó javaslatok sorra kudarcot vallottak. A postai beszedés helyett a jövedelemadóval történő befizetés a gazdálkodók adómentessége miatt bukott meg, a villanyszámlához csatolt díj pedig alkotmányellenesnek bizonyult. Szakértők szerint az előfizetési díj fizetési arányát növelni lehetne, a kábel és műholdas megoldásokhoz hasonló feltételes hozzáféréssel, de ez fizetős rendszert igényelne a digitális multiplexeken belül. Az egyre kétségbeesőbb helyzetben a TVP különböző díjakat próbált beszedni kábel és műholdas szolgáltatóktól, digitális platformoktól műsoraik továbbításáért, sikertelenül. A probléma ellenére a médiatörvényhez csatolt 2008-as módosítások nem említik az előfizetési díjat. Ráadásul a kormány a nyugdíjasokat is mentesítette a fizetés alól. A közvélemény-kutatások szerint csak a lengyelek 23% tartaná meg az üzembentartási díjat, a többség szerint azonban az állami költségvetésből kellene finanszírozni a közmédiát. Ezzel ellentétes véleményének csak néhány értelmiségi ad hangot.²⁵

²³ Krajewski, Andrej: Follow-up Report 2008 Poland. in: Television across Europe. OSI. 2008. p.18.

²⁴ Op. Cit. p. 33.

²⁵ Krajewski, Andrej: Follow-up Report 2008 Poland. in: Television across Europe. OSI. 2008. p.33-35.

2006-ban panasz érkezett az Európai Bizottsághoz, hogy a TVP támogatást kap az állami költségvetésből, melyet nem a közérdekű programokra költ. Ezek után a konkurens TVN is az Európai Bizottsághoz fordult azzal, hogy a TVP 2001 és 2006 között 170 millió eurót kapott jogtalanul. A kifogás szerint a közszolgálati műsor meghatározása a médiatörvényben olyan tágan értelmezhető, hogy a TVP tetszőlegesen dönthet az összegek felhasználásáról.

2006-ban a televíziós reklámpiac teljes bevétele 2,04 milliárd euróra rúgott, amely egyúttal fele a teljes lengyel reklámpiacnak. A TVN-é a legnagyobb szelet a tortából 26,2 százalékkal, a TVP1 17,2% részesedéssel csupán a harmadik. Ezen a téren a TVN tudhatja a legdinamikusabb fejlődést magáénak, 2007 első félévében a növekedés 17 százalékos, míg a TVP-é csak 14 százalékos volt. A 2008-as – válság előtti – előrejelzések a piacon az árak 15 százalékos emelkedését és a növekedés kétszeresét várták.²⁶

3.2.4 A TVP csatornái

A piacvezető közszolgálati televízió, a Telewizja Polska (TVP) két országos földfelszíni terjesztésű csatornát működtet, a TVP1-et és TVP2-t, amelyek a háztartások 99 százalékában elérhetők. 12 regionális csatorna hálózata alkotja a TVP Info-t (korábban TVP3), a világ öt kontinensén élő lengyelek számára pedig műholdon a TV Polonia sugároz. A digitális átállás közeledtével a lengyel közszolgálati televízió egyre több csatornát indít a digitális multiplexek számára. A TVP Kultúra 2005-ben, a TVP Sport 2006-ban, a TVP Historia 2007-ben kezdte meg a műholdas sugárzást. A tervezett csatornák még: a TVP Rozrywka (szórakoztató műsorok), a TVP Film, a TVP Dokument, a TVP Parlament, a TVP Wiadomości (hírcsatorna), a TVP 5-10-15 (gyermekcsatorna), a TVP Kino, a TVP Sonda (tudományos műsorok) valamint a TVP Edukacja. A tervek szerint két csatorna magas felbontásban sugároz, az első a TVP HD 2008 augusztusában már elindult. Az elképzelésekben szerepel egy interaktív televízió indítása, továbbá a nézők számítógépen és mobiltelefonon is elérhetik a jövőben a köztvéte szolgáltatásait. Az infrastruktúráért felelős minisztérium egyébként támogatta a lakosság számára a 2008 előtt beszerzett set-top box-ok vásárlását, a mobiltvéte multiplexet pedig 2009-ben indítanák.

3.2.5 Műsorstruktúra

A lengyel televíziós piaci viszonyok között a drámai, komolyzenei, dokumentumfilmes műfajok olyan drágának számítanak, hogy csak a TVP engedheti meg magának a gyártásukat. Ezen műfajok a hírműsorokkal, az információs műsorokkal, az oktatási és vallási műsorokkal együtt a TVP1 műsorfolyamának harmadát adják, a főműsoridőből azonban - a hírműsorokat és a politikai magazinműsorokat kivéve - teljesen kiszorulnak.

A műfajok szerinti megoszlás tekintetében 2006-ban a filmek vezetnek 43,2 százalékkal, ezután következnek a magazinműsorok 13,1%, hírek 7,3%, dokumentumfilmek 6,3%, sport 5,5%, oktatási műsorok 4,9%, popzene 2,9%, vallási műsorok 2,6%, szórakoztató műsorok 1,2%, színházi közvetítés 0,4%, klasszikus zene 0,3%, reklám 9,1% önreklám 3,3 %.

A KRRiT 2007-es jelentésében kifogásolja, hogy a médiatörvény meghatározása szerinti közszolgálati kötelezettségeknek megfelelő programok összessége a TVP1 műsor kínálatában folyamatosan csökken, a 2003-as 34,3 százalékhoz képest 2006-ban 29,1% volt.²⁷ A közszolgálati programok jelentős része fokozatosan átkerül a kevésbé népszerű, alacsonyabb nézettségű TVP2-re, valamint a TVP Kultúra nevű adóra, amely csak kábel- vagy műhold-előfizetők számára elérhető és közönségaránya nagyon alacsony, mindössze 0,15%. Etnikai

²⁶ Krajewski, Andrej: Follow-up Report 2008 Poland. in: Television across Europe. OSI. 2008. p.41-42.

²⁷ Ezen belül: a kultúra, a tudomány és az oktatás fejlődése 19,6%, a családi értékek védelme, a családi kapcsolatok erősítése 5,8%, az egészséges életmód propagálása 2%, a társadalmi problémák megoldásának elősegítése 1,5%. Lásd: Op.cit. p.48-49.

kisebbségeknek szóló műsor csak lengyelül érhető el a TVP két országos földfelszíni terjesztésű csatornáján, kizárólag a TVP Info csatornán vannak saját nyelvű kisebbségi műsorok, ám azok sem rendszeresen. A szakértők szerint a TVP1 erősen commercializálódott, a közszolgálati funkció egyre inkább háttérbe szorul, műsorát a gyenge minőség és alacsony színvonal jellemzi. A médiatörvény legutóbbi tervezete ezért fontolgatja a kvóták bevezetését a közszolgálati műsorokra nézve.

Az európai kvóták teljesítése tekintetében a TVP1 csatornáján a 2006-os adatok alapján az európai gyártású művek aránya 72,25 százalék. A független gyártóktól származó produkciók aránya ugyancsak 2006-ban elérte a 41 százalékot, ezen belül az öt évnél nem régebbi alkotások részesedése közel 60%.²⁸

A lengyel média helyzetéről, érintve a közszolgálati csatornákat, a KRRiT végez kutatásokat. A vizsgálatok lefedik a műsorszolgáltatók piaci viszonyait és a műsorok tartalomelemzését is. Jelentősebb, a TVP-t érintő médiakutatást a Stefan Batory Foundation végzett a közszolgálati média hírműsorokban nyújtott gyenge és elfogult teljesítményéről a 2006-os választások idején.

²⁸ Commission Staff Working Document (SEC(2008)2310) were adopted on 22.07.08. http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/art_4_5/2008_2310_en.pdf

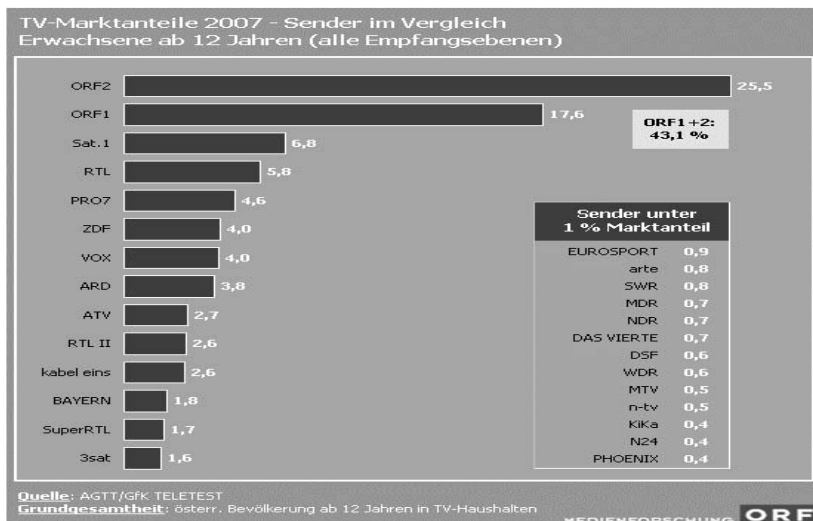
3.3 ORF2

3.3.1 Nézettség

A legfrissebb (2008 szeptember) adatok szerint az osztrákok 92 százaléka kábel- vagy műholdas vételi lehetőséggel rendelkezik. A digitális vételi technikák elterjedtségének növekedésével a csatornaválaszték is folyamatosan bővül. 2006 végén a tévével rendelkező háztartások (az osztrák háztartások 97 százalékában van legalább egy televízió) átlagosan 52 csatornából választhattak, 2007 decemberére ez a szám 61-re emelkedett. Átlagosan 75 adó fogható, de a digitális műholdas vétellel rendelkezők (a háztartások 44%) már 127 csatornából válogathatnak (ebből 68 illetve 96 német nyelvű).

Bár az osztrák közszolgálati adó közönségaránya 2007-ben valamelyest csökkent, pozíciója továbbra is kikezdhetetlen, a szektor legerősebb szereplőjeként tartható számon (2. ábra). A két csatorna együttes részesedése 43,1 százalékot mutat (2006-ban 46,7%), s ezzel együttal messze a legnézettebb adók Ausztriában. A piaci rangsorban az ORF2 vezet 25,5 százalékkal, az ORF1 17,6 százalékkal követi. Tőlük jóval elmaradva 6,8 % illetve 5,8 % részesedéssel foglalja el a harmadik és negyedik helyet a két nagy kereskedelmi műsorszolgáltató, a SAT1 és az RTL, melyeket még további németországi csatornák követnek.

2. ábra



A németországi csatornák - a nyelvi azonosságból adódóan – rendkívül fontos piaci pozícióval rendelkeznek Ausztriában. 1990 óta folyamatos – sokáig kizárólagos – konkurenciát jelentettek, illetve jelentenek a közszolgálati adóknak. A hazai versenytársra egészen 2003-ig kellett várni, az Osztrák Alkotmánybíróság ugyanis 1996 márciusában úgy döntött, hogy Ausztriában 2002 tavaszáig fennmarad az osztrák közszolgálati televízió monopóliuma. Ausztria utolsó európai orszádként, Albánia után, engedélyezte az országos privát (kereskedelmi) televízió megjelenését. Az első osztrák országos fölfelzárni terjesztésű kereskedelmi csatorna 2002. február 1-jén kapott engedélyt, és 2003 júniusában kezdte meg ATV Plus néven a működését. Az egyetlen országos licenc mellett három regionális adó került még engedélyezésre. A Salzburg TV már 2002-ben, a Linzt és környékét besugárzó

LT1 2003-ban, a Bécsben fogható Puls City TV pedig 2004-ben indította meg az adást. Ez utóbbit 2007 augusztusában átvette a német ProSiebenSat1-Csoport, s így a Puls4 tulajdonképpen a negyedik olyan tévéadó Ausztriában, amely a ProSiebenSat1-Csoport tulajdonában van.²⁹

3.3.2 Szervezeti felépítés

A privat televíziók bevezetése előtt a 2001-ben elfogadott ORF törvény (ORF Gesetz) alaposan átalakította az osztrák közszolgálati adót. A jogalkotó a műsorszolgáltató működését közalapítványi formában képzelte, amelynek élén az Alapítványi Tanács (Stiftungsrat) áll. A Tanács 35 főből áll, amelyből kilencet a szövetségi kormány, kilencet az egyes tartományok, hatot a Közönségtanács, ötöt az ORF központi üzemi tanácsa delegál. További hat tagot a szövetségi kormány nevez ki a parlamenti pártok javaslata alapján. A Tanács tagjainak mandátuma négy évre szól. A Tanács feladata többek között a vezérigazgató kinevezése és visszahívása, de a műsordíjat és a reklámtarifákat is a Tanács állapítja meg, illetve dönt a szerződések nyilvánosságra hozataláról, jóváhagyja az éves beszámolót. A vezérigazgatót öt évre választják egyszerű többséggel, és kétharmados többséggel hívhatják vissza. A vezérigazgató ellátja a közalapítványi ügyvezetését, és lefekteti a Tanács beleegyezésével a műsorra vonatkozó általános irányvonalakat, javaslatokat tesz a Tanácsnak minden jelentős személyi kérdésben, valamint ellenőrzi és koordinálja a vezetők tevékenységét. Ezen túlmenően kidolgozza az alapítványi tanács részére a hosszú távú terveket a műsorra, a finanszírozásra, a technikai és a személyi állományra vonatkozóan.

Az osztrák közszolgálati média szervezeti felépítésének harmadik szereplője a Közönségtanács, a korábbi Hallgatók és Nézők Képviselője. A négy évre megválasztott, 35 tagból álló grémium elsődleges feladata a közönség érdekeinek védelme. Jogköre ennek ellenére meglehetősen korlátozott, az előfizetési díj jóváhagyásán kívül a műsor tartalmát, illetve a műszaki fejlesztést érintő kérdésekben csak javaslatot tehet. Ugyanakkor jogában áll a vezérigazgatótól, az igazgatóktól valamint a tartományi igazgatóktól felvilágosítást kérni, amennyiben a feladata ellátásához szükséges, amely azonban megtagadható, ha azt a közérdek vagy az ORF érdeke úgy kívánja. Végül a háromtagú Ellenőrző Bizottság ellenőrzi, hogy az ORF gazdálkodása megfelel-e a jogszabályoknak. A vizsgálat nemcsak a könyvvitel helyességére, hanem a takarékosagra, a gazdaságosságra és a gazdálkodás célszerűségére is kiterjed. A pénzügyek ellenőrzését a számvevőszék látja el.

Az ORF 2007-es programreformját az ORF vezérigazgatója, Alexander Wrabetz az adó történetének legnagyobb műsorreformjaként hirdette meg. Az átalakítás oka a 49 év alatti nézők egyre erősebb elpártolása volt, akik a közszolgálati adó helyett egyre inkább a német csatornákat tűntették ki figyelmükkel. A nézők visszaszerzése mellett a reform további célja a közszolgálati érték hangsúlyozása volt, amelyet a színvonalas dokumentumfilmek és vitaműsorok rendszeres műsorra tűzésével igyekeztek elérni. A reform legvitatottabb pontja a főműsoridős hírműsor megszüntetése volt az ORF1-en, amelynek helyébe egy osztrák szappanopera került.

Egyébként az osztrák közszolgálati adó évek óta viták kereszttüzében áll. A 2006 májusában alakult polgári kezdeményezés,³⁰ az SOS ORF, mindenekelőtt a műsorok alacsony színvonalára, valamint a 2000 óta megerősödő politikai beavatkozásra igyekszik felhívni a figyelmet, és tiltakozó aláírásokat gyűjt. Időközben közel 75000-re duzzadt az aláírók tábora, közöttük számos ismert osztrák személyiség található, írók, művészek, egyetemi tanárok, publicisták.³¹ A kezdeményezés elindítója szerint a külső közvetlen politikai nyomásgyakorlás

²⁹ ProSieben Austria, Sat 1 Österreich, Kabel Eins Austria

³⁰ Ausztriára jellemző, hogy polgári/népi kezdeményezéseken keresztül csinálnak médiapolitikát, pl. Ausztria első népszavazása 1964 októberében került sor, és 832 000 osztrák szavazott a közszolgálati média depolitizálására.

³¹ http://www.sos-orf.at/show_content.php?hid=7

ugyan csökkent, az adó szórakoztató műsorainak kínálata azonban még mindig színvonalatlan. A legnagyobb problémát mindeközben az Alapítványi Tanács pártpolitikailag motivált tagjai jelentik.³²

3.3.3 *Finanszírozás*

Az ORF vegyes finanszírozású műsorszolgáltató, előfizetési díjakból és reklámbevételekből részesedik. A viszonylag magas reklámbevételi arányt a kis népességű országból adódóan a korlátozott bevételű előfizetési díjak indokolják. Ebből következően az ORF1 és ORF2 kifejezetten magas reklámáránnyal dicsekedhet, összevetve például a német közszolgálati csatornákkal (ARD, ZDF), amelyeket éppen reklámkvótájukkal korlátozzák. Eredetileg 20 óra után valamint vasárnap és ünnepnapokon reklámtiltalom volt érvényben, a 90-es évek végén azonban hatályon kívül helyezték a rendelkezést annak érdekében, hogy az ORF versenyképes legyen az újonnan megjelenő konkurensokkal.

A televíziós díjak beszedéséért az ORF leányvállalata, a GIS Gebühren Info Service GmbH felelős. 2007 végére 3.354.226 előfizetőt regisztráltak. Ez azt jelenti, hogy a nem fizetők aránya mindössze 2,5 százalékra tehető. Ez az arány messze elmarad az Európában átlagos 7 százaléktól. A beszedett díjak (2007-ben 682,5 millió euró) 66 százalékát kapja az ORF. (Az előfizetési díjak összege 2007-ben 243 euró volt.) Az ORF teljes bevétele 2007-ben 949,9 millió euró volt. A teljes bevételek 49,8 százalékát az előfizetési díjak adták, 31,6 százalékát a klasszikus tévé és rádióreklámok, továbbá 18,6 százalékot licenbbevételek illetve egyéb jövedelmek jelentették³³. A klasszikus reklámból származó bevételek 2007-ben 300,2 millió eurót tettek ki, amelyből 73 százalékban a tévék, 23 százalékban a rádiók részesedtek.

3.3.4 *Az ORF csatornái*

A törvény az osztrák közszolgálati műsorszolgáltató részére megállapított ellátási kötelezettség keretében két televíziós csatorna, négy rádiós csatorna és egy online-szolgáltatás működtetését írja elő. Az ORF1 és ORF2 napi 24-24 órás műsort szolgáltat, az országos terjesztésű Ö1, Ö3 és FM4, valamint a tartományokban sugárzó Ö2 összesen 200 órát. A két televíziós csatorna mellett az ORF a német közszolgálati műsorszolgáltatókkal is együttműködik, így a 3Sat, a BR-alpha, valamint a ZDF-Theaterkanal és a francia-német kulturális adó az ARTE csatornáit is ellátja műsoraival. 1997 óta üzemelteti a TW1 tematikus csatornát, amely műholdon keresztül, kódolatlan formában elsősorban utazással kapcsolatos információkkal és időjárás-jelentésekkel szolgál, valamint korábban hetente kétszer főműsoridőben sportműsort is sugárzott. A sportsáv később azonban kivált, és 2006-tól önálló tematikus csatornaként sugározza műsorát ORF Sport Plus néven. A csatorna 2007-ben a digitális földfelszíni platformra is felkerült. Ugyancsak kódolatlanul nyújt 2005-től az ORF2 Europe átfogó, változatos kínálatot információs, kulturális, oktatási és szórakoztató műsorokból, valamint osztrák filmalkotásokból.

Az ORF a teljes földfelszíni sugárzású programcsomagját a digitális Astra 1H műholdon keresztül is közlésezi. A két televíziós csatorna, az ORF1 és ORF2 a szerzői jogok miatt azonban kódolt formában kerül műholdas sugárzásra. 2008 júniusától az ORF1 műsora HD minőségben is fogható.

Az ORF az interneten is jelen van. Az Ö1, Ö3 és FM4 közösségi portáljain kívül az ORF hírportálja, az orf.at alkotja a kínálatot. Ez utóbbi a 90-es évek végétől a leglátogatottabb híroldalnak számít, amelyet az ORF leányvállalata, az *ORF Online und Teletext GmbH*

³² http://www.sos-orf.at/show_content2.php?s2id=12

³³ <http://kundendienst.orf.at/unternehmen/menschen/gremien/80611.html>

működött. Az ORF egyik első online megjelenése között tartható számon az ORF vallási portálja.

3.3.5 Műsorstruktúra

Az ORF2 közönségének túlnyomó többségét az 50 év feletti korosztály alkotja (76%).³⁴ A nézők nem egészen egyötödét teszik ki a 30 és 49 év közöttiek (19%), továbbá 5 százalékkal részesednek a 30 év alattiak. Az ORF1 ezzel szemben inkább a fiatalabb közszolgálati csatornája, 59 százalékból a nézők a 49 év alatti korosztályból kerülnek ki. Míg az ORF1 műsorkínálata sokkal inkább egy kereskedelmi csatornával mutat rokonságot, addig az ORF2-nél a szórakoztató jelleg még mindig kevésbé hangsúlyos, bár ezen műsorok aránya 2007-ben a korábbi évhez képest 7 százalékkal növekedett.³⁵ A fikciós műsorok aránya 34,5 százalékot ért el, míg a nem fikciós szórakoztatás 5,5 százalékkal részesedett a kínálatból. A csatorna műsoridejének meghatározó részét az információs műsorok alkotják (41,4%). A 24 órás napi műsoridő 28 százalékában kínált az ORF2 közszolgálati csatorna információs műsorokat a társadalmilag releváns kérdésekről (hírműsorok, politikai magazinok, szolgáltató műsorok), míg 11,2 százalékuk az infotainment kategóriába tartozott, illetve további 0,5 százalékot tettek ki a sportmagazinok.³⁶ A reklám, támogatás, közvetlen ajánlat együttesen a napi műsoridő 3,3 százalékát, míg az ajánlók és egyéb műsorelemek 15,3 százalékát tették ki.

2007-ben a műsorok³⁷ mindössze 26,2 százaléka volt vásárolt, 55,2 százaléka saját, illetve koprodukcióban gyártott, esetleg megbízásból készült alkotás volt, köszönhetően az információs műsorok relatív magas hányadának.³⁸ Az ismétlések aránya a tavaszi műsorstruktúra elemzés során 28,3 százalékot mutatott (20,6% saját, illetve koprodukcióban gyártott, vagy megbízásból készült műsor, 7,7% vásárolt alkotás). A műsorok származási helyének tekintetében 70,3 százalék volt európai gyártású, ezen belül 34,6 százalék a hazai, azaz osztrák produkció.

Az elmúlt években több panasz is érkezett az Európai Bizottsághoz az ORF állami támogatása kapcsán. Főleg azt kritizálták, hogy a műsorszolgáltató finanszírozásának módja átláthatatlan. Mivel a közszolgálati megbízás ellátása mellett az ORF kereskedelmi tevékenységet is folytat, annak eldöntésén volt a hangsúly, hogy a finanszírozása nem lépi-e túl a közszolgáltatás meghatározott megbízásának tényleges költségét, és esetleg nem befolyásolja az Európai Unióban a kereskedelem feltételeit és a versenyt olyan mértékben, amely ellentétben állna a közösségi érdekekkel. A Bizottság szerint az ORF közszolgálati feladat-meghatározása nem elég pontos, a közszolgálati feladatok végrehajtása fölött nincs megfelelő ellenőrzés, továbbá nincsenek beiktatva megfelelő mechanizmusok a túlkompenzálás elkerülésére, azaz az előfizetési díjak magasabbak, mint ahogy azt a közszolgálati feladatok ellátása igényelné. A Bizottság megjelölt olyan intézkedéseket, amelyek megfelelőek lehetnek az esetleges hiányosságok megszüntetésére (pl. a közszolgálati megbízás pontosítása). 2008 októberétől indult az 580.000 Euró költséggvetésű és öt főállású kutatót foglalkoztató „Public Value” vizsgálat, amely a közszolgálati csatorna jövőbeli pozicionálásával foglalkozik, legfőbb célja, hogy az osztrák közszolgálati adót megfelelő módon felkészítse a digitális korszak kihívásaira.

³⁴ TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich. <http://www.rtr.at/de/komp/SchriftenreiheNr12008/Band1-2008.pdf> 15.o.

³⁵ Op.cit.72-73.p.

³⁶ Op.cit. 120. p. (az információs műsorok 1,7 százaléka téma szerint nem volt besorolható).

³⁷ Nem számítva a reklámot, a támogatást, közvetlen ajánlatokat, az ajánlót, önpromóciót, társadalmi célú hirdetést, stb.

³⁸ Az ORF1 kínálatának 86 százaléka a nézők szórakozását szolgálja (74% fikciós, 7% nem fikciós kínálat, 4% sport, 1% infotainment). Ebből következően a saját- illetve koprodukciós gyártású műsorok aránya is meglehetősen alacsony, ismétlésekkel együtt 27%. A vásárolt műsorok aránya ezzel szemben 71,7%.

3.4 BBC1

3.4.1 Nézettség

Nagy-Britannia az egyik legmagasabb digitális penetrációt teljesítő ország Európában. 2008 első negyedévének végére a háztartások 87,2 százaléka rendelkezett digitális hozzáféréssel. A legnépszerűbb vételi mód a digitális földfelszíni, a háztartások 38 százalékában van erre alkalmas set-top-box, míg 34 százalékuk műholdas vételre fizet elő. Azoknak az aránya, akik még hagyományos analóg módon fogják a televíziós csatornákat, folyamatosan csökken, 2008 első negyedévében a háztartások 13 százaléka tartozott ide. Ugyancsak 13 százalék kábelen keresztül, 3 százalék pedig saját szatellit-vevő segítségével nézi a televíziót.³⁹ A televíziózás időtartama nem változott, a brit lakosság átlagosan 3,5 órát tölt a készülékek előtt.

Nagy-Britanniában a televíziós csatornák száma eléri a 470-et. A tévészésre fordított idő nem egészen kétharmadán (63,5%) az 5 földi sugárzású csatorna (a BBC One, a BBC Two, valamint a több engedély alapján működő nyereség orientált közszolgálati csatornát tömörítő ITV, a Channel 4 és a Five) osztozik. A BBC One továbbra is a legnézettebb csatorna (22,6%), melyet az ITV (20,8%) követ.⁴⁰ Az elmúlt 25 évben az új műsorszolgáltatók megjelenése, többek között a két földi konkurens, a Channel 4 (1982-től) és a Five (1996-tól) komoly közönségvesztéssel járt a két csatornára nézve. 1982 és 2007 között az ITV 31 százalékot, a BBC One 16 százalékot, a BBC Two ellenben csak 3 százalékot veszített közönségarányából. A sokcsatornás háztartások arányának növekedése egyaránt sújtja a szektor jelentős szereplőit, a nézőszám csökkenését új digitális csatornák indításával és új szolgáltatások bevezetésével igyekeznek kompenzálni. A BBC és az ITV 2008 májusában egy közös szolgáltatást indított Freesat néven, amelyben előfizetési díj nélkül biztosítanak hozzáférést 80 televíziós csatornához, beleértve a BBC és az ITV1 HD adását is.

3.4.2 Szervezeti felépítés

A British Broadcasting Corporation Nagy-Britannia állami tulajdonú, független brit közszolgálati műsorszolgáltatója. Csak az Egyesült Királyságban 24 000 alkalmazottat foglalkoztat, bevételei alapján Európa hatodik legnagyobb médiavállalata, illetve második legnagyobb közszolgálati műsorszolgáltatója az ARD után.⁴¹ Jogi státusa a királyi alapítólevélből (*Royal Charter*) származik, amelyben meghatározásra kerültek a társaság működésének alapvető követelményei. A Charter-t tízévente meg kell újítani, a jelenlegi 2007. január 1-jén lépett életbe. Az Alapítólevelet a BBC és a kormány közt létrejövő, időről időre megújított Egyezmény (*Agreement*) egészíti ki, amely részletesen rögzíti a közszolgálati feladatokat és a műsorszolgáltató ezekhez rendelt finanszírozását. Az új Charter életbe lépésével 2007 januárjában a társaságot addig felügyelő Kormányzótanácsot (*Board of Governors*) – melynek tagjait, a kormány ajánlását figyelembe véve a királynő nevezte ki – felváltotta egy bizalmi testület, a BBC Trust. A 12 tagú grémium a BBC legfőbb szerve, feladata a közérdek megjelenítése és szem előtt tartása, valamint a BBC függetlenségének megőrzése a kereskedelmi és politikai befolyástól. A BBC közfeladatait, az egyszerű megmondattal mellett, "tájékoztatni, oktatni és szórakoztatni" a BBC Trust hat pontban határozta meg:

³⁹ OFCOM: The Communications Market 2008. 3. Television. P.211.

⁴⁰ 2007. szeptemberi közönségarány a BARB adatai alapján. Lásd: <http://www.nationmaster.com/encyclopedia/Broadcasters'-Audience-Research-Board>

⁴¹ OSI: Television across Europe. Regulation, Policy and Independence (2005) p.1619.

1. A média eszközeivel fenntartani az állampolgárok számára a jól informált és a felelős részvétel lehetőségét egy demokratikus, polgári társadalomban.
2. A kultúra, a művelődés és az oktatás előmozdítása.
3. A kreativitás és a magas kulturális színvonal serkentése.
4. Az Egyesült Királyság nemzeteinek, régióinak, közösségeinek kulturális sokszínűségének bemutatása.
5. Megmutatni Nagy-Britanniát a világnak, és a világot Nagy-Britanniának.
6. A digitális átállás területén a vezető hely megtartása.

A BBC Trust feladata a vállalat stratégiai irányítása és az Igazgatótanács (*Executive Board*) – amely a napi működésért felelős – teljesítményének ellenőrzése, melynek során örökdik afelett, hogy a BBC magas minőségű közszolgálati műsorokat sugározzon, valamint szolgáltatásokat tegyen hozzáférhetővé, amelyeket a közönség igényel. A Trust e mellett felügyeli a BBC pénzügyi és üzleti teljesítményét, figyelemmel kíséri a vállalat finansziális szükségleteit továbbá, hogy miként gazdálkodik a pénzügyi forrásokkal, mindenekelőtt az előfizetési díjakból befolyó összegekkel. A pénzügyek ellenőrzését a „brit számvevőszék”, a National Audit Office látja el, a takarékosagra és a gazdálkodás célszerűségére is kiterjedően.

A BBC-t az igazgatótanács vezeti, elnöke a vezérigazgató (*Director General*). Az igazgatótanács alatt négy albizottság működik, amelyek a kinevezésekért, a javadalmazásért, az ellenőrzésért valamint a Fair Trade-ért felelősek. A tartalom alapján a vállalat Vision, Audio & Music, Journalism, és Future Media & Technology néven csoportosítja és irányítja a vállalat részlegeit. A BBC Trust a 2003-as kommunikációs törvény (*Communications Act*) szerint az Ofcom-mal, a brit szabályozótestülettel együttműködve felügyeli a közmédiát. Az új Alapítólevél következtében számos új feladattal felruházott műsorszolgáltató működését elősegítendő a BBC Trust és az Ofcom között létrejött egy Megállapodás (*Memorandum of Understanding*), amely elveiket és céljaikat határozza meg, a két testület jogköreit tisztázza, biztosítja a folyamatos párbeszédet és információáramlást a közös feladatokkal kapcsolatban. A közös feladatok fontos eleme a közszolgálati érték-teszt (*Public Value Test*) és a közszolgálati érték-mérés (*Public Value Assessment*).

A BBC Trust feladata, hogy a BBC bevezetendő szolgáltatásait a közérdek szempontjából értékelje, minősítse, míg az Ofcom a Trusttól függetlenül piaci hatásértékelést (*Market Impact Assessment*) végez. A hatóság ebben a folyamatban azt vizsgálja, hogy a közszolgálati műsorszolgáltató egy-egy új szolgáltatása hogyan befolyásolná a kereskedelmi szférába áramló tőkét, és ezzel milyen hatással lenne az innovatív befektetésekre. Az Ofcom ezen tevékenysége azonban nem független a BBC-től, a két szervezet ugyanis egy közös bizottságot hozott létre (*Joint Steering Group*), amelyben együtt határozzák meg a piaci hatásértékelés menetét és területét.

3.4.3 Finanszírozás

A BBC a brit médiaszektor legjelentősebb szereplőjeként tartható számon. A 2007/2008-as adatok szerint 3,5 milliárd fontot költött, ezen belül 1,2 milliárd fontot fordított külső, független produkciókra, művészekre és egyéb műsorforrásokra.⁴² A BBC működési költségeit elsősorban a brit állampolgárok által fizetett előfizetési díjak fedezik. Reklámbevételekből a hazai műsorszolgáltatásaiban nem részesülhet, kereskedelmi tevékenységet azonban folytathat. Az utóbbi években jelentősen növekedtek a saját készítésű programok nemzetközi értékesítéséből származó jövedelmei. A BBC 2007/2008-as éves beszámolója szerint az

⁴² Annual Report and Accounts 2007/8.p. 45. http://downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/bbc_ara_2008_exec.pdf

előfizetési díjából származó bevétele 3,63 milliárd font volt, amely közel 4 százalékkal több mint az előző évben.⁴³ A BBC Worldwide, a vállalat kereskedelmi részlege ehhez további 916 millió fonttal járult hozzá.

Az éves előfizetési díj 135,5 font (fekete-fehér készülékekre 45,4 font) háztartásonként. A díjat a kormány határozza meg, fizetésére törvény kötelezi az állampolgárokat. Mivel a 75 év felettiek mentesülnek a díj megfizetése alól, ezért a munkaügyi és nyugdíjfolyósító hivatal további összegeket fizet be helyettük. A befolyt összeg az Államkincstár kezelésébe kerül át és a Parlament hagyja jóvá. A BBC évről évre igyekszik a díjak beszedését hatékonyabbá és olcsóbbá tenni. A nem fizetők aránya jelenleg 5,1 százalék.⁴⁴ Az előfizetési díjak a rádiós és televíziós műsorszolgáltatások mellett az online szolgáltatások finanszírozását is fedezik. A Charter valamint a BBC és a kormány közötti Egyezmény ezenfelül a digitális átállással kapcsolatosan is megfogalmaz kötelezettségeket, melyeknek pénzügyi forrásaként szintén az előfizetési díjakat nevezi meg.

3.4.4 A BBC csatornái

Analóg és digitális földi sugárzásokon keresztül kerül terjesztésre a nagyközönség számára szánt heterogén műsorszerkezettel bíró BBC One, valamint a szórakoztató műsorok mellett a speciálisabb rétegű műsorokat is közvetítő BBC Two. Kizárólag digitális terjesztésű csatorna a BBC Three, mely főleg a fiatalok számára összeállított műsorokkal jelentkezik, a kulturális adóként számon tartott BBC Four, mely jellemzően színvonalas dokumentumfilmeket, színházi közvetítéseket, idegen nyelvű filmeket sugároz, a hírcsatorna BBC News 24, valamint a parlamenti csatorna BBC Parliament, amely a Brit Parlament mellett a nemzetközi politika eseményeivel is foglalkozik. Két gyermekeknek szóló csatorna, a hat évnél fiatalabbaknak szánt CBeebies és a hat évnél idősebbeknek szóló CBBC Channel szintén digitális terjesztésű. Az interaktív szolgáltatásokat is kínáló BBCi valamint a BBC HD képviseli az új technológiát. Ez utóbbit 2007 novemberében engedélyezte a Trust, és első ingyenes közzszolgálati HD csatornaként 2007 decemberében kezdte meg a működést. Egy ideig műholdon és földfelszíni terjesztésen keresztül is közzétették a napi 6-8 órát felölelő műsorát, jelenleg azonban kizárólag a szatellit vagy vezetékes vétellel rendelkező háztartásokban fogható.

A digitális földfelszíni multiplexen várhatóan 2009 elején indítja a BBC a HD adást. A BBC hangsúlyosan jelen van az új média platformjain is az 1997-ben indult bbc.co.uk honlapon keresztül, amelyet heti átlagban 12 millióan keresnek fel,⁴⁵ valamint a 2007 decemberében startolt BBC iPlayer-által, amely sugárzásuk után azonnal letölthetővé teszi a televíziós és rádiós tartalmakat. 2008. áprilisi adat szerint az iPlayer átlagosan napi 700000 letöltést illetve streaminget regisztrált.⁴⁶

A BBC One a britek legnépszerűbb műsorszolgáltatása, heti átlagban 44 millió nézőt ér el. A BBC One célját abban határozták meg, hogy minden lehetséges mérce szerint az Egyesült Királyság legértékesebb csatornája legyen a minőségi műsorok legszélesebb választékát nyújtva. Az éves adásidő 8466 óra, melyből a hírműsorok és időjárás-jelentések 2400 órával a legnagyobb részt teszik ki, ezt követik a factual műsorok 2021 órával, a drámai műsorok 1114 órával, a filmek 690 órával, sportműsorok 603 órával, gyermekműsorok 496 órával, szórakoztató műsorok 481 órával, időszerű események 206 órával, zenei és művészeti műsorok 109 órával, és végül a vallási műsorok 105 órával.⁴⁷

⁴³ Op. Cit. p.87.

⁴⁴ Op. Cit.p.29.

⁴⁵ Annual Report and Accounts 2007/8.p. 31. http://downloads.bbc.co.uk/annualreport/pdf/bbc_ara_2008_exec.pdf

⁴⁶ http://mavise.obs.coe.int/documents/countries/GB/country_description.html

⁴⁷ Annual Report and Accounts 2007/8. p.793

A BBC One műsorköltése, amely tartalmazza a saját, a beszerzett és a független gyártóval készített műsorokat, az egyéb jogok vásárlását és az ismétléseket, 2007-ben elérte a 802 millió fontot. Ebből a kurrens gyártású műsorok tekintetében a külső gyártásra fordított összeg 165 millió fontról 218 millió fontra nőtt, ezzel párhuzamosan a saját gyártás költségei 561 millióról 513 millióra csökkentek 2006 és 2007 között.⁴⁸ Az elköltött összegek nagysága mellett a független gyártású műsorórak műfajonkénti megoszlása is változott, a BBC két vezető csatornáját figyelembe véve a szórakoztató műsorok aránya 10 százalékról 15 százalékra, az ismeretterjesztőké 11 százalékról 15 százalékra nőtt, míg a gyermekműsorok részesedése 18 százalékról 12 százalékra apadt. A múltban gyakorta érte a BBC-t kritika, hogy nem teljesíti a független gyártású produkciókra vonatkozó 25 százalékos kvótát.⁴⁹ Erre reagálva a vállalat meghirdette a „*Window of Creative Competition*” elnevezésű programot, mely igyekszik garantálni a műsorok minimum negyedének külső, felének saját gyártását. A program sikeresnek mondható, hiszen 2007-ben összességében 7 százalékkal csökkent az előző évhez képest a saját gyártás aránya, míg 31 százalékkal nőttek a külsős produkciós vállalkozásoknak kifizetett összegek a BBC-nél. A BBC One esetében a független gyártású műsorok mennyisége egy év alatt 30 százalékról 33 százalékra, főműsoridőben pedig 24 százalékról 31 százalékra növekedett. Bár a 25 százalékos kvóta nem vonatkozik az egyes műfajokon belüli megoszlásra, de a BBC One és Two összesített adatai alapján megállapítható, hogy a két csatorna az ismeretterjesztő, a szórakoztató, a szabadidős és a gyermekprogramok esetében meghaladja, míg a zenei, művészeti és vallási műsorok esetében messze nem teljesíti a 25 százalékos arányt.

3.4.5 Műsorstruktúra

Az úgynevezett eredeti műsorok (*Original productions*) kapcsán az angol szabályozás igen magas kvótákat ír elő. Ezen műsorok alatt olyan produkciók értendők, amelyek saját házon belüli gyártásban, illetve független gyártók által megrendelésre készültek, és máshol még nem kerültek bemutatásra. A 2007-es adatok szerint ilyen típusú műsorok tekintetében a BBC One jelentősen túlteljesített, főműsoridőben az előírt 90 százalék helyett 99 százalékos, az egész napot tekintve az előírt 70 százalék helyett 85 százalékos aránnyal.⁵⁰

A BBC One rendelkezik a hírműsorokra vonatkozó legnagyobb, éves szinten 1380 órás kvótával. 2007-ben ezt 1620 órával túlteljesítette, amely heti szinten azt jelenti, hogy a kitűzött 31 óránál négy és fél órával sugárzott több hírműsort. Az időszerű eseményekkel foglalkozó műsorok aránya a BBC One és a BBC Two számára együttesen van megállapítva. A kettejük számára meghatározott 365 műsorórát rendre túllépi, az elmúlt években kivétel nélkül több mint 400 műsorórát sugároztak ebben a műfajban.

Az ismétlések arányára vonatkozóan - a műsorfolyamban betöltött eltérő szerepük miatt - nincs hivatalos kvóta. A nézők igényeinek megfelelően azonban a BBC One az egész napot tekintve 28 százalékról 25 százalékra, a főműsoridőt figyelembe véve 9 százalékról 7 százalékra csökkentette ismétléseinek arányát 2007-ben az előző évi adatokhoz képest.

A közszolgálatóság ikonjának tartott BBC-nél több olyan botrány történt az elmúlt években, amely megrendítette a nézők bizalmát a műsorszolgáltatóval szemben. A legnagyobb port felvert ügyek között van a királynőről forgatott dokumentumfilm előzetese, amelyben a nagyobb hatás kedvéért az uralkodó fotózás közbeni reakcióit manipulálták az egyes jelenetek felcserélésével. Továbbá a BBC-nek fel kellett függeszteni egy kvízműsor és több interaktív vetélkedő sugárzását, amikor kiderült az eredmények meghamisítása.

⁴⁸ OFCOM: The Communications Market 2008. 3. Television. p.184. http://www.ofcom.org.uk/research/cm/cmr08/cmr08_1.pdf

⁴⁹ A brit norma előírása szerint, a hírek, ismétlések, és beszerzett műsorok kivételével számolt adásidő legalább 25 százalékában független gyártók műveit kell bemutatni.

⁵⁰ OFCOM: The Communications Market 2008. 3. Television. p.195.

Előfordult, hogy stábtagok a vetélkedő résztvevőjének kiadva magukat megnyerték a díjakat. A bizalomvesztéshez hozzájárult, hogy több éven keresztül, a BBC népszerű jótékonyági műsorai által összegyűjtött összegek nem hiánytalanul jutottak el a támogatottakhoz. A botrányokat elbocsátások, Ofcom szankciók és tömeges dolgozói továbbképzések követték.

A BBC Trust a botrányok után természetesen a bizalom és hitelesség helyreállítását tűzte ki fő feladatának. Az általuk elvégzetett kutatások között éppen ezért szerepel a „Bizalom a televíziózásban” (Trust in Broadcasting) című is. A rendszeres kutatások között vannak elégedettség-vizsgálatok a BBC műsoraival kapcsolatban. A Trust megbízást adott annak felderítésére is, hogy a nézők mennyire tolerálják a fikciós elemeket a nem fikciós műsorokban, felmérték a közönség attitűdjeit az ismétlésekkel kapcsolatban és megvizsgálták, vajon az Egyesült Királyság nemzeti pártatlanul és megfelelő módon reprezentáltak-e a hír- és magazinműsorokban.⁵¹

⁵¹ Annual Report and Accounts 2007/8, p.9-11., p.17.

3.5 France2

3.5.1 Nézettség

A 26 millió francia háztartás 95 százalékában van televízió, 42 százalékuk több készülékkel is rendelkezik. Az elmúlt években a több készülékes háztartások aránya folyamatosan növekedett, ez a tévé nézési szokások fokozott individualizálódását jelzi. 2007-ben az átlagos tévé nézési idő a 4 év fölötti lakosság körében napi 3 óra 27 perc volt. A háztartások több mint felének van hozzáférése a digitális formátumban sugárzó csatornához, 30 százalékuk a földfelszíni csatornák vételére alkalmas dekóderrel rendelkezik. A földfelszíni digitális műsorszolgáltatás Franciaországban 2005. március 31-én indult, s az átállás még jelenleg is folyik. Várhatóan 2011-ben fejezik be teljesen az analóg sugárzást, bár 2008 első negyedében a digitális földfelszíni televíziózás műszaki lefedettsége már meghaladta a 80 százalékot.⁵² Franciaországban hat multiplex működik. A francia médiahatóság, a CSA 2002. október 23-án választotta ki a 23 kereskedelmi (ebből 11 fizető) és 7 közszolgálati csatornát, melyek a multiplexeken sugározhatnak, a regionális/helyi lehetőségek pályázatát pedig folyamatosan zajlik. Franciaországban a műholdas és földfelszíni műsorok mobiltelefonos terjesztése már egy ideje működik, saját tartalmú szolgáltatást az a 13 szolgáltató indíthat, amelyeket a CSA 2008 májusában kiválasztott⁵³ valamint a France 2, France 3 és az Arte. A TF1, az M6, a France 2, az Arte és a Canal+ HD adásai a digitális földfelszíni terjesztésen október végén indultak, s további nyolc nagyfelbontású csatorna még 2008 végéig kezdi meg működését. Franciaország a világ egyik legfejlettebb országa az IP-televíziók elterjedtsége terén, az előfizetők száma 2007 végére elérte a 4,5 milliót, amely 75 százalékkal több mint 2006-ban.⁵⁴

3.5.2 Szervezeti felépítés

A France Télévisions és a leányvállalatok a részvénytársaságok szabályai szerint működnek. A France Télévisions igazgatótanácsa 14 tagból áll, két főt a parlament (egyét a Nemzetgyűlés, egyet a Szenátus), öt állami képviselőt a kormány, öt magasan szakképzett személyt a CSA (amelyek közül legalább egy tag valamely civil szervezet, egy a tengeren túli tartományok, egy pedig az audiovizuális illetve filmipar képviselőiből kerül ki), két tagot pedig a France Télévisions alkalmazottai választanak.⁵⁵ Megbízatusuk öt évre szól. Az elnököt a CSA választja egyszerű többséggel az igazgatótanács tagjai közül, szintén öt évre. Az így megválasztott tag nemcsak a France Télévisions, de a törvény által alapított leányvállalatok, a France 2, France 3, France 5 igazgatótanácsainak az elnöki posztját is betölti. A leányvállalatok igazgatótanácsai - az RFO kivételével - hét főből állnak. A tagokat az elnök javaslatára a France Télévisions igazgatótanácsa választja a kormányzat, a parlament, a CSA és a France Télévisions alkalmazottai által delegált képviselőkből. A leányvállalatok vezérigazgatóit ugyancsak a France Télévisions igazgatótanácsa választja az elnök javaslatára. A két állami csatorna minden évben beszámol a kulturális és kommunikációs miniszternek, valamint a CSA-nak a közszolgálati műsorszolgáltatás kapcsán előírt rendelkezések végrehajtásáról. A CSA minden évben közzé tesz egy jelentést, amelyben ezeket értékeli. Amennyiben valamelyik csatornánál közszolgálati feladatainak ellátásában

⁵² <http://mavise.obs.coe.int/country?id=1>

⁵³ BFM TV, Canal+, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1, Orange Sport, TF1, Virgin 17, W9.

⁵⁴ <http://mavise.obs.coe.int/country?id=1>

⁵⁵ Kovács András Péter: Médiaszabályozás Franciaországban. p. 46

komoly hiányosságot tapasztalnak, a CSA észrevételeivel a társaság igazgatótanácsához fordul.

3.5.3 *Finanszírozás*

A francia közszolgálati műsorszolgáltatók finanszírozása elsősorban a nézők és hallgatók által befizetett előfizetési díjakra, valamint a kereskedelmi reklámok sugárzásából származó bevételekre támaszkodik. Bizonyos feladatok elvégzése, illetve célok megvalósítása érdekében alkalmanként speciális állami támogatásokhoz is juthatnak. A közszolgálati műsorszolgáltatások költségvetésének tervezetét a pénzügyminisztérium és a kommunikációs minisztérium együttesen készíti elő, s mielőtt a parlament elé kerül, a miniszterelnök hagyja jóvá. A parlamentnek nemcsak a költségvetés összegéről kell döntenie, hanem a várható reklámbevételeket, a személyi kiadásokat, a beruházásokat és egyéb tevékenységeket is meg kell szavaznia. Ebből következően a műsorszolgáltatók valójában kevés ellenőrzést gyakorolhatnak pénzügyeik felett, elképzeléseiket elsősorban lobbitevékenységen keresztül igyekeznek érvényesíteni.⁵⁶ A finanszírozási folyamat bizonytalanságának enyhítésére 2000 augusztusában törvény került elfogadásra, amely lehetővé tette a kormány és műsorszolgáltatók közötti 3-5 éves megállapodást annak érdekében, hogy olyan kívánatos célok megvalósításához, mint a technológiai fejlesztések, változatos, sokszínű kínálat, a szükséges források biztosítva legyenek. Bár a szerződés lehetőséget nyújt középtávú stratégiák kidolgozásához, az éves költségvetés elfogadásának kialakult gyakorlatát nem érinti.⁵⁷

Az előfizetési díjak összegét évente határozza meg a parlament a közszolgálati műsorszolgáltatók költségvetésének megállapításával egyetemben. A díj összege 2004 óta változatlan, 116,5 Euró évente, amelyből 78,8 Euró illeti a France Télévisions csoportot, a fennmaradó összegben a többi közszolgálati műsorszolgáltató és az INA (Nemzeti Audiovizuális Archívum) osztozik. Nem kell előfizetési díjat fizetni a 65 évnél idősebb kisnyugdíjasoknak, valamint a fogyatékkal élőknek. A nem fizető háztartások száma körülbelül 1,5-3 millióra tehető. A díjak beszedését 2005-ig a pénzügyminisztériumhoz tartozó speciális szolgálat végezte, azonban a beszedés költségeinek nagysága, valamint alacsony hatékonysága állandó kritika tárgyát képezte. 2005 januárjától az előfizetési díjak a helyi adókkal együtt kerülnek beszedésre.

A France Télévisions teljes bevétele 2007-ben 2,9277 milliárd Euró volt, melynek 64,2 százaléka az előfizetési díjakból származott (1,879 milliárd Euró)⁵⁸, 28,1 százalékát tették ki a reklámok és szponzorációk (788 millió Euró), egyéb bevételekből 260 millió Euró jövedelemre tett szert a vállalat. A France 2 a 2007-es pénzügyi beszámoló szerint 1,1128 milliárd Euróból gazdálkodhatott, a műsorszolgáltatással kapcsolatos költségek elérték a 789 millió Eurót.⁵⁹ A reklámok és szponzorációk 427 millió Euró bevételt hoztak a csatornának, 15 millió Euróval kevesebbet mint 2006-ban.

Bár a reklámköltségek nagysága évről évre növekszik, a televíziók reklámpiaci részesedése csökkenő tendenciát mutat, szemben az internettel, amely 2003-ban még mindössze 2 százalékos részesedést tudhatott magáénak, 2007-re pedig ez az arány 13 százalékra növekedett.⁶⁰ Franciaországban egyébként sem a televízió a „reklámtorta” legnagyobb

⁵⁶ OSI: Television across Europe. Vol.2. p.670.

⁵⁷ ibid.

⁵⁸ A előfizetési díj megoszlása: France 2 (27%), France 3 (35 %), France 5 (7 %), RFO (10%), France 4 (1%) Lásd: <http://www.journaldunet.com/economie/communication/enquete-budget-france-televvisions/9-redevance.shtml> .

⁵⁹ France Télévisions: Rapport Financier 2007.p.52.

⁶⁰ CSA: Les chiffres clés de l'audiovisuel français *Édition du 1er semestre 2008. p.14.*

kedvezményezettje (29%), megelőzi a nyomtatott média (32%), igaz, az elmúlt években a sajtó is veszített előnyéből. A földfelszíni terjesztésű analóg országos csatornák közül a France 2 a reklámbevételek tekintetében évről évre a TF1 és az M6 mögött végző⁶¹, miközben 18,1 százalékos közönségarányát tekintve a második legnézettebb csatorna Franciaországban.

A TF1 privatizációja a 80-as évek második felében oly mértékben aláásta a France 2 gazdasági egyensúlyát, hogy az államnak többször be kellett avatkoznia - beruházási szubvenciók és tőkejuttatások formájában -, hogy biztosítsa a két állami csatorna működőképességét és közszolgálati feladatainak ellátását. A hirdetési források folyamatos apadását és a műsorköltségek növekedését az előfizetési díjak nem képesek kompenzálni, így az állam 2008-ban is 150 millió Eurót juttatott a France Télévisions-nak. Ugyanakkor a francia közszolgálati csatornákkal szemben gyakorta megfogalmazott kritika, hogy műsoraik – az Arte és a France 5 kivételével – nemigen különböznek a kereskedelmi adóktól. 2009-ben a francia közszolgálati adók egy új korszak elé néznek, amennyiben elfogadásra kerül a törvénytervezet, melyet az elmúlt 20 év legnagyobb reformjaként tartanak számon a szektorban. A reform kezdeményezője maga Sarkozy elnök, aki 2008 januárjában bejelentette, hogy száműzné a reklámokat a közszolgálati adókról. A szakértői bizottság, amely a francia közszolgálati műsorszolgáltatást hivatott újradefiniálni, 2008 júniusában nyújtotta át a jelentését, amely mindenekelőtt a France Télévisions csatornáinak fokozatos reklámmentesítését tűzi ki célul, annak reményében, hogy a nézettségért folyó küzdelem megszűnése színvonalasabb kínálatot eredményez a jövőben. Először csak az esti órákban kerülne ki a reklámok a műsorfolyamból, a teljes reklámmentesség 2011-re tehető. A kiesett bevételeket a javaslat két forrásból tervezi pótolni. Egyrészt a televíziós díjak inflációkövetésével, valamint a kereskedelmi műsorszolgáltatók illetve a mobilszolgáltatók külön adójával. Az előbbieket reklámbevételeik 3 százalékaival viszonyozná magasabb reklámbevételeiket, a mobilszolgáltatók a forgalmuk 0,9 százalékaival járulnának hozzá a színvonalasabb közszolgálathoz. A reform strukturálisan is érintené a műsorszolgáltatókat. Az öt állami tulajdonban levő csatorna egy kézbe kerülne, a France Télévisions alá vonva, melynek elnökét a köztársasági elnök nevezné ki az illetékes parlamenti bizottság jóváhagyásával. A reformot a francia nemzetgyűlés elfogadta, a szenátus januárban tárgyalja. A France Télévisions csatornáin 2009. január 5-től 20:00 és 06:00 óra között – az RFO kivételével – nem lehet reklámot közzétenni.

3.5.4 A France Télévisions csatornái

Az országos analóg földfelszíni televíziózás piacán három közszolgálati - France 2, France 3, France 5 -, valamint három kereskedelmi csatorna található. A piacvezető az egykori közszolgálati adó, az általános tematikával bíró, kereskedelmi műsorszolgáltató TF1. A kereskedelmi szektort gazdagítja még az 1987-ben indult, tévésorozatokra és zenére fókuszáló, elsősorban a fiatalabb, 50 év alatti korosztályt megcélzó M6, valamint a világ első előfizetéses földfelszíni csatornája, a Canal+, amely hozzávetőlegesen 5 millió háztartásban látható, többnyire filmeket és sportprogramokat közvetít. Külön említést érdemel az 1990-ben létrehozott francia-német kulturális csatorna az Arte, amely a műholdas terjesztés mellett a France 5-tel osztozik a földfelszíni csatornán, mivel ez utóbbi 06:00 és 19:00 óra között sugároz elsősorban oktató és ismeretterjesztő műsorokat.

Franciaországban a törvény nevezi meg valamennyi közszolgálati műsorszolgáltató vállalkozást, melyeknek műsorszolgáltatási jogosultsága a törvényből származik. A France Télévisions működteti a három országos földfelszíni terjesztésű közszolgálati csatornát az általános tematikájú, nagyközönséghez szóló France 2-t, a szintén általános tematikájú, helyi

⁶¹ A 2007-es adat szerint a TF1 55%, M6 24,1% reklámrészesedéssel bír, miközben a TF1 közönségaránya 30,7%, az M6 pedig 11,5%. Lásd: CSA: Les chiffres clés de l'audiovisuel français *Édition du 1er semestre 2008*, p.17.

és regionális eseményekről tudósító France 3-t, valamint az oktató és ismeretterjesztő csatornát, a France 5-öt. A Réseau france outre-mer (RFO) a tengeren túli tartományok nyelvi, kulturális, társadalmi integritását hivatott biztosítani, a La Chaîne parlementaire feladata pedig a parlamenti munkáról tájékoztatni a nézőket, míg az Arte France a nemzetközi, elsősorban az európai közönséghez szól kulturális műsoraival. A Radio France feladata az országos és helyi rádióműsorok készítése és szolgáltatása, a Radio France Internationale (RFI) külföldiek illetve a külföldön élő franciák számára sugároz híreket és információkat, beszámol a franciaországi, valamint a frankofon országok eseményeiről.

A 2000. augusztus 2-án⁶² kihirdetett törvény egyrészt megalakította a France Télévisions csoportot, másrészt létrehozta azt a holdingtársaságot, amely a csatornák tevékenységét koordinálja. Ez utóbbi elsődleges felelőssége a csoport teljes átfogó stratégiájának meghatározása, valamint az állami szervekkel történő megállapodás az adott célkitűzésekről és erőforrásokról. A csúcsvállalat igazgatótanácsa osztja szét a pénzügyi forrásokat a társaság leányvállalatai között, és biztosítja a pénzügyi egyensúlyt. Ellenőrzi a fejlesztéseket és a tartalmi sokszínűséget, valamint az általános műsorpolitikát (a gyártást, koprodukciónkat, vásárlást, a műsorszerkezetek összehangolását, az új technológiák alkalmazását).

A France Télévisions kizárólagos állami tulajdont képez. Az eredetileg két televíziós csatornából álló vállalkozás az évek folyamán fokozatosan bővítette a televíziós csatornák számát és tevékenységeinek körét.⁶³ Jelenleg öt televíziós csatorna egyedüli tulajdonosa (France 2, France 3, France 5, RFO, France Ő,) és 89 százalékban birtokolja az Arte-vel közösen üzemeltetett, elsősorban a 15-34 év közötti korosztályt megcélzó közszolgálati csatornát, a France 4-et. Emellett részesedéssel bír több tematikus adóban (Ma Planète, Planète Thalassa, Gulli, Mezzo) és számos nemzetközi, illetve külföldre irányuló műsorszolgáltatásban (Euronews, France 24, CFI, TV5 Monde, Arte). A hozzávetőlegesen 40 vállalatból álló és 11000 főt foglalkoztató csoport az elmúlt években az egész televíziós szektorban terjeszkedett. Például a France Télévisions Distribution-on keresztül érdekelt a műsorok forgalmazásában, a France 2 Cinema és France 3 Cinema valamint MFP nevezetű gyártó cégeken keresztül film- és műsorkészítésben. A France Télévisions Publicité a reklámértékesítéssel foglalkozik, az új interaktív szolgáltatások fejlesztéséért és koordinációjáért a France Télévision Interactive felelős. Ez utóbbi a csatornák honlapjainak üzemeltetése mellett fizetős, illetve ingyenesen elérhető VOD szolgáltatásokat is kínál a France 2, France 3, France 4 és France 5 műsoraiból.

3.5.5 Műsorstruktúra

Franciaországban a France Télévisions mindhárom országos csatornájának különböző közszolgálati feladatokat kell ellátnia. A műsorkínálat tartalmára vonatkozó előírásokat a kormány dekretumok alapján a Cahiers des missions et des charges tartalmazzák. (A jelenlegi a 2006-2011 közötti időszakot fogja át). Ezek gyakorta csak általánosan megfogalmazottak, csupán néhány műfaj kapcsán köthetők konkrét értékhez.⁶⁴ A France 2 teljes műsorideje 2007-ben elérte a 8760 órát, amelynek közel 10 százaléka (összesen 865,5 óra) volt reklám, hirdetés és önpromóció (**1. táblázat**). A hír- és információs műsorok aránya 2007-ben 20,8 százalékot, a dokumentum és magazinműsoroké 23 százalékot tett ki. A szórakoztatást célzó műsorok

⁶² The law n° 2000-719 of August 1st,

⁶³ France Television (a France Télévisions elődje) 1992-ben alakult a két közszolgálati televíziós adó, az Antenne 2 (későbbi France3) és az FR3 (későbbi France3) működtetőjeként. 2000 augusztusában a France 5 (korábbi La Cinquième), 2004. júliusában pedig az RFO is a tulajdonába került. 2005-ben további két csatornával bővült a műsorszolgáltatás, France Ő (korábbi RFO Sat.) valamint a France 4 (korábbi Festival) is a vállalat vezetése alá került. A Chaîne parlementaire adását szolgáltató két vállalkozást a Nemzetgyűlés és a Szenátus birtokolja.

⁶⁴ Mint például a lírai, táncművészeti, drámai műsorokból legalább 15 évente, zenei műsorokból min. 2 óra havonta, európai és francia komolyzenei műsorokból min. 16 évente, stb.

hányada összesen 46,3 százalék volt (24,1% fikciós, 16,9% nem fikciós, 5,5% sport). A kvóták terén a francia szabályozás igen részletesen rendelkezik, különbséget téve filmalkotások és audiovizuális művek között. A földfelszíni terjesztésű műsorszolgáltatókra rendkívül bonyolult szabályozási rendszer vonatkozik. A különleges részletességgel megalkotott előírások halmazát elsősorban arra lehet visszavezetni, hogy a francia médiapolitika a filmek és audiovizuális művek gyártásának előmozdítása mellett egyúttal a filmszínházak látogatottságát is próbálja elősegíteni. A televízióban bemutatható filmalkotások számát a jogszabály például 192-ben maximalizálja, így a France 2 2007-ben csupán 164 filmalkotást tűzött műsorra, amelyből mindössze 56 esett a főműsoridőre (20:30 és 22:30 között). Ebből következően a filmalkotások aránya (289 óra) az éves műsorstruktúra mindössze 3,3, százalékát tette ki.

1. táblázat

<i>Műsorszerkezeti kvóták</i>	<i>Előírt minimum</i>	<i>Realizált</i>
Filmalkotások		
Európai művek	60% / (60% főműsoridőben)	60,4% azaz 99 film / (60,7% azaz 34 film főműsoridőben)
Eredetileg francia nyelven gyártott művek	40% / (40% főműsoridőben)	45,7% azaz 75 film / (42,8% azaz 24 film főműsoridőben)
Audiovizuális művek		
Európai művek / (főműsoridőben)	60% / (60%)	79,4% azaz 2513, 5 óra / (55,9% azaz 546,5 óra főműsoridőben)
Eredetileg francia nyelven gyártott művek / (főműsoridőben)	40% / (40%)	55,9% azaz 1768,75 óra / (56,3 azaz 401,2 óra főműsoridőben)

Forrás: CSA: Bilan de la société nationale de programme France 2. Année 2007.

A francia gyártási illetve beruházási kvóták terén a ráfordítás költségeit az előző évben elért bevételek alapján számítják ki (**2. táblázat**). Mivel 2006-ban a France Télévisions 1003,477 millió Euró éves bevételt ért el, a csatornának az előírt kvóták szerint (3,2% filmalkotások /18,5% audiovizuális művek) legalább 217,754 millió Eurót kellett 2007-ben gyártásra illetve vásárlásra fordítani.⁶⁵ Amint ezt az alábbi táblázat is mutatja, a csatorna rendre teljesítette az előírtakat.

⁶⁵ A címetek valamint gyártókat a CSA: Bilan de la société nationale de programme France 2. Année 2007. Melléklete tartalmazza.

2. táblázat

<i>Gyártási/műsorkészítési kvóták</i>	<i>Előírt minimum</i>	<i>Realizált</i>
Filmalkotások		
Európai művek	Éves bevétel 3,2%-a 32,111 millió Euró	32,111 millió Euró / 28 alkotás
Eredetileg francia nyelven gyártott művek	Éves bevétel 2,5%-a 25,087 millió Euró	30,311 millió Euró / 26 alkotás
Független gyártás	A 3,2 %-os kötelezettség 75%-a 24,083 millió Euró	27,311 millió Euró /23 alkotás
Audiovizuális művek		
Tejes kötelezettség	Éves bevétel 18,5%-a 185,643 millió Euró	19,1% 191,180 millió Euró / 575,25 óra
Eredetileg francia nyelven gyártott művek	Éves bevétel 16%-a 160,556 millió Euró	18,7% 187,597 millió Euró / 569 óra
Európai művek	A teljes kötelezettség 25%-a 46,411 millió Euró	0,4% 3,582 millió Euró
Független gyártás	A 18,5%-os kötelezettség 3/4-e 139,232 millió Euró	189,595 millió Euró
Első sugárzás	A 18,5%-os kötelezettség 2/3-a 123,762 millió Euró	130,968 millió Euró

Forrás: CSA: CSA: Bilan de la société nationale de programme France 2. Année 2007.

A fentiekén túl a csatornának minimum 120 óra európai vagy eredetileg francia nyelven gyártott mű első alkalommal történő sugárzásának kötelezettségét (közel 264 órát realizált) messze túltejesítette a csatorna.⁶⁶ A saját kapacitásban gyártott műsorokra 60, 211 millió Euró maradt, amelyből 49,5 millió Eurót fikciós műsorokra költött a csatorna.

A France Télévisions 2007-től rendszeresen vizsgálja a nézői elégedettséget. A 10000 fős panel lekérdezése, melyet a Harris Interactive intézet végez, interneten keresztül történik. A látott műsort a 15 éves, illetve ennél idősebb paneltagok egy tízes skálán értékelhetik. A „Qualitatif Baromètre” célját a műsorszolgáltató mindenekelőtt abban állapítja meg, hogy a vizsgálaton keresztül rendszeres visszajelzést kapnak arról, hogy a közszolgálati csatornák megfelelően látják-e el a feladatukat.⁶⁷

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ France Télévisions: Rapport Annuel 2007.

4. Műsorstruktúrák különbsége

A Bevezetőben jeleztük, hogy az M1 jellegzetességeit egyrészt a műsorkínálat, másrészt a piac jellemzői felől közelítve próbáljuk leírni. A tartalomelemzési modul alapkérdése, miben különbözik az M1 műsorkínálata a figyelemre érdemes színvonalon működő, számottevő nézettséget elérő köztelevíziók műsorstruktúrájától. Az elemzés első lépésében a televíziók műsorait műsортípusokba soroljuk, ezután az egyes műsортípusok – praktikusán értelmezett műsoridőn belüli – részesedését vetjük össze. A televíziós műsorok csoportosítására Magyarország mellett több más országban is az AGB osztályozási rendszerét használják, ezért a köztvétel műsorkínálatát mi is ezek alapján hasonlítjuk össze (**3. táblázat**).

Az öt közszolgálati csatorna közül a lengyel TVP1 sugároz legnagyobb arányban megszakító műsorszámokat, reklámokat, illetve promóciókat. A reklámok a TVP1 6:00-tól éjfélig terjedő műsoridejének 11 százalékát tették ki, az M1 ennek a kvótának kétharmadát, az ORF2 és a France 2 nagyjából felét sugározta, a BBC1 műsorstruktúrája pedig reklámmentes. A műsorajánlók vonatkozásában kevésbé jelentősek a különbségek, a legtöbb promóciót az M1 mutatta be (6%), a többi közszolgálati csatorna nagyjából feleennyit használ. A megszakító műsorok okozta különbségek kezelése céljából a továbbiakban a megszakítások nélküli műsoridőt vizsgáljuk, ezt tekintjük vetítési bázisnak.

3. táblázat: Műfaji csoportok aránya az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 műsorkínálatában, a műsoridő százalékában, 6:00-24:00 óra között

	M1	TVP1	ORF2	BBC1	France2
Reklám, politikai hirdetés	7	11	4	0	5
Promóció	6	3	4	3	4
Fikció (filmek, sorozatok)	31	39	23	24	24
Szórakoztatás (játék, vetélkedő, show)	5	8	7	16	19
Zene	2	1	2	1	2
Sport	5	5	1	6	4
Aktuális események	22	10	22	25	13
Információs műsorok	15	11	26	15	20
Művészet, ismeretterjesztés, tudomány	5	9	10	9	7
Vallás	2	3	1	1	2
Összesen:	100	100	100	100	100

A különbségek értelmezésekor figyelembe kell venni a kontroll-csatornák jellegzetességeit. A BBC1, a France 2 és a TVP1 *általános orientációjú*, a közönség egészét célzó, heterogén műsorszerkezettel működő csatornák, azaz műsorstruktúrájukat nem rendelik alá egy kiemelt kommunikációs (kulturális, hír-, kisebbségi, oktatási, stb.) cél szolgáltatásnak. A megállapítás azzal a korlátozással igaz, hogy a BBC1 működteti a világ egyik legnagyobb (és legnívósabb) hírszolgáltatását, és ezen a területen brandnek számít. Azonban ezzel együtt sem tekinthető „szakosodott” csatornának, közszolgálati „hírtelevízióknak”. Az M1 kommunikációs missziója a BBC1, France 2, és a TVP1 hármasáéhoz áll legközelebb, mivel a csatorna általános műsorrenddel működik⁶⁸. Ezzel szemben az ORF2 felvállaltan az *információs-szolgáltató*, az ORF1 pedig a szórakoztató és fikciós műsorokat preferálja. (Ez az osztrák köztelevíziózás különlegessége, következetessége. Ennek jegyében például az ORF1 nem sugároz esti főhíradót.) A magyar viszonyoktól annyiban tér el, hogy az M1 illetve az M2 műsorstruktúrájában nincs jelentős különbség sem a filmek (34%, 30%), sem a híradók (6%, 4%) részesedését tekintve.

4.1 Az M1 jellemzői

A továbbiakban az M1 jellegzetességeit a közép-európai, illetve a nyugati csatornákhöz történő hasonlítással próbáljuk meghatározni (**4. táblázat**). (Az összevetést a megszakítások nélküli műsoridő bázisán végezzük el.)

A **hírszolgáltatás** terjedelme alapján az M1 (25%) a BBC1-hez (28%) és az ORF2-höz (24%) hasonlít, viszont a TVP1-nél és France 2-nél mintegy 10 százalékponttal nagyobb műsoridőt tartott fenn az aktuális (politikai) eseményekkel foglalkozó műsorai számára. A magyar hírszolgáltatás egyedi jellemzője, hogy a híradókkal szemben inkább a politikai háttérműsorok (riportok, interjúk, kerekasztal-beszélgetések) számára biztosított adásidőt. Az M1 (15%) mind a hírszolgáltatás etalonjának tekintett brit (2%), mind a felvállaltan hír- és információs orientációjú osztrák (6%) szektortársainál nagyobb teret ad a politikai háttérműsoroknak.

A hírszolgáltatás terjedelme alapján az M1 és az ORF2 közötti hasonlóság az információs műsorszegmens tekintetében már nem áll fenn, az M1 számottevő elmaradásban van az osztrák adóhoz képest. Az M1 teljesítménye megegyezik a többi televíziót jellemző értékkel.

Az M1 (34%) műsorkínálatának legnagyobb szegmensét a fikciók alkotják. A hírszolgáltatás terjedelme alapján az M1-hez hasonlító BBC1 és ORF2, de az általános orientációjú France 2 is, 8-14 százalékponttal kisebb fikciós kvótát sugározott. A fikciós műsorok „felülsúlyozása” nem tekinthető egyedinek, az a TVP1-re (37%) is jellemző. Eltérés viszont a lengyel és magyar adók között, hogy az M1 szerkesztési elvei „torzabbak” abban az értelemben, hogy – reklám- és promóciómentes – műsoridejének negyedét (27%) sorozatok tették ki, és mindössze hét százalékát tévé-mozifilmek, illetve egyéb fikciós műsorok. A lengyel csatornán is közkedveltek a sorozatok (22%), arányuk közelít az M1-en mérthez, de a TVP1-en a tévé- és mozifilmek részesedése kétszerese a magyar adatnak. Így összességében kisebb a különbség a fikció két típusa között.

Az M1 további jellegzetessége, hogy gyakorlatilag nem használja az animációs műfajt, de ezen a téren nem áll egyedül, az ORF2-vel és a France 2-vel mutat hasonlóságot. Ezzel szemben a BBC1 és a TVP1 műsoridejének négy-hat százalékát fordította animációkra.

⁶⁸ „Ennek megfelelően az M1 műsorai a **tájékoztató, a művelődés, a szórakoztatás és a sportprogramok** műsorstruktúrájára épültek.” 2006-os Beszámoló 37. o.

Az M1 műsorkínálatának további jellemzője, hogy leértékeli a szórakoztató műsorok jelentőségét. A nyugati adók kétszer-háromszor nagyobb terjedelemben tűzték műsorra vetélkedőket, show-kat. Az M1 (3%) hasonlóan az ORF2-höz (1%), de eltérően az általános jellegű csatornáktól, csak minimális arányban sugároz vetélkedőket. A BBC1 (9%), a France 2 (12%) többszörösen, de még a TVP1 (7%) is kétszeresen múlta felül az M1 játék, vetélkedő kvótáját. A szórakoztató műsorok másik csoportjának (magazinok, talk show-ok, show, kabaré, stb.) tekintetében a magyar adó csak a TVP1-hez képest nincs elmaradásban (a TVP1 viszont több játékot, vetélkedőt sugároz), az ORF2, BBC1, France 2 a show műfajában is kétszer-háromszor nagyobb kvótával működik.

A művészeti, ismeretterjesztő műsorok tekintetében nincs jelentős különbség a csatornák között, ezen a téren leginkább az ORF2 tűnik elkötelezettnek. A sport vonatkozásában az M1 nem mutat jelentős eltéréseket, az osztrák adó nem foglalkozik sporteseményekkel.

A vallási műsorokra fordított műsoridő tekintetében az M1 az európai sztenderdeket képviseli. Ugyanakkor a nyugati csatornák részben másként közelítenek a valláshoz. Szembetűnő, hogy a brit adó a vallást a nemzeti kultúra szerves részeként mutatja be. Erre példát a BBC1 *Songs of Praise* című programja szolgáltat: a keresztény himnuszokat éneklő kórusok produkcióját – meglehetősen előkelő időpontban, vasárnap késő délután – évek óta közel három millió néző kíséri figyelemmel. A France 2 a vallást a laicitás elvét követve mutatja be, helyt ad katolikus, protestáns mohamedán, buddhista, zsidó műsoregységeknek.

4. táblázat: Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 műsorstruktúrája a reklám- és promóciómentes műsoridejének százalékában

	M1	TVP1	ORF2	BBC1	France2
Filmek (tv, mozifilmek)	7	15	6	3	6
Sorozatok, szappanoperák	27	22	18	17	20
Animációs filmek	0	6	0	4	0
Ifjúsági műsorok	2	2	0	2	3
Játék, vetélkedő,	3	7	1	9	12
Szórakoztatás (magazin, talk show, show)	3	2	6	6	10
Szerencsejáték	0	0	0	1	1
Zene	2	1	2	1	2
Sport hírek	2	4	0	3	2
Sport közvetítés	4	1	0	3	1
Aktuális események: hírek, időjárás	9	9	15	26	12
Aktuális események: háttérműsorok	15	4	6	2	3
Aktuális események: egyéb műsorok	1	1	3	0	0
Információs műsorok: egyéb műsorok	13	10	17	14	10
Információs műsorok: szolgáltató, szabadidő magazinok	3	4	13	2	7
Művészeti, kulturális műsorok	3	3	4	1	3
Tudományos híradók, ismeretterjesztés	4	5	6	6	5
Vallási műsorok	3	2	1	1	2
Vallási szertartás közvetítése	0	2	0	0	1
Összesen:	100	100	100	100	100

4.2 Kulturális funkció

Elemzésünk célkitűzése volt a csatornák kultúra illetve szórakoztatás fogalmának megismerése. Konkrétan azt vizsgáltuk, hogy a köztévék milyen terjedelemben és mely műsортípusok sugárzásával töltenek be kulturális funkciókat (3. ábra). A kulturális jellegű műsorok körének meghatározásakor a témaválasztás mellett az információk rendszerezettségét is figyelembe vettük, azaz csak azokat a produkciókat soroltuk ide, amelyek műsoridejük egészét valamilyen kulturális jellegű információ közzétételére szánták.

A kulturális funkció szempontjából és a műfaji jellemzők alapján a következő kategóriákat különböztettük meg:

(i) *klasszikus* értelemben vett *kultúra* témáinak feldolgozását (filmművészet, színház, táncművészet, zene, irodalom, képzőművészet, történelem), tudományos-művészeti ismeretterjesztés; műveltségi vetélkedők;

(ii) *egyéb kulturális* kategóriát (egyházi műsorok);

(iii) *igényes átmenet* kategóriáját (pl. filmek, riport- és útfilmek);

(iv) aktuális-információs műsorokat;

(v) a szórakoztató magazinműsorokat;

(vi) nyilvánvalóan *tömegtermékeket*;

(vii) sport.

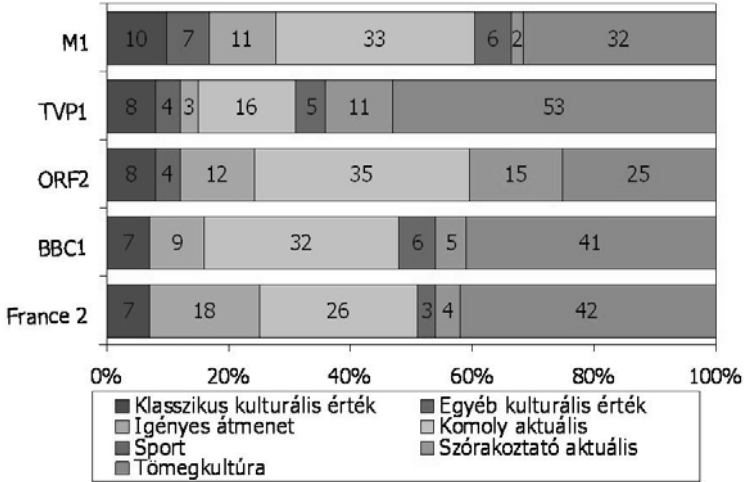
Kulturális funkciókat ellátó műsorok elméletileg előfordulhatnak bármilyen műfaji csoporton belül.

Az államilag finanszírozott csatornák hírszolgáltatási, sport, vallási kvótáit kiegészítő kulturális szegmens terjedelmében nincsenek lényeges különbségek a köztelevíziók között. A „magaskultúra” vonatkozásban legmagasabb értéket az M1 (10%) műsorrendjében mértünk, de a TVP1 (8%), az ORF2 (8%), a BBC1 (7%), és France 2 (7%) is hasonló arányban mutatott be ilyen műsorszámokat. Abban az esetben sem változik a csatornák kulturális elkötelezettségének sorrendje, ha a televíziók kultúra definícióját tágabban értelmezzük, azaz összevonjuk a *klasszikus* értelemben vett kultúra, az *egyéb*, elsősorban vallási vonatkozású kulturális műsorait, továbbá ide soroljuk az *átmenetinek* tekintett produkciókat. Az M1 (28%), az ORF2 (30%) és France 2 (25%), illetve a BBC1 (16%), és TVP1 (15%) tartoznak azonos „súlycsoportba”. Figyelembe kell azt is venni, hogy a brit és francia televíziók nem sugároztak vallási és (komoly) zenei műsorokat, ami a magyar, lengyel, osztrák adókon jellemző műsортípus. Ezzel együtt is az M1 és az ORF2 fordította a legtöbb műsoridőt kulturális céljai elérésére.

A határozottan szórakoztató jellegű produkciók (aktuális szórakoztatás, tömegtermékek) felől közelítve hasonló csoportosítás rajzolódik ki: a TVP1 (64%) műsoridejének kétharmadát, az angol (46%) és francia adók (45%) műsoridejük közel felét állították a szórakoztatás szolgálatába. Az M1 (34%) és az ORF2 (40%) hasonló mértékben fordította műsorperceit szórakoztatásra.

3. ábra

A műsorkínálat kulturális vonatkozása
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



Lényeges kérdés, hogy a klasszikus értelemben vett kultúra milyen műsортípusokon keresztül jelenik meg a nézők előtt (5. táblázat). Ez esetben is a nyugat-európai illetve a közép-európai csatornák hasonlósága érdemel kiemelést. A BBC1 és a France2 elsősorban vetélkedők és művészeti-ismeretterjesztő filmek sugárzásával látja el kulturális misszióját. A BBC1 vonatkozó műsorkvótájának közel felét, a France 2 harmadát vetélkedőkkel teljesítette. A vetélkedők az általános jellegű csatornákon, így az M1-en (29%) és a TVP1-en is kiemelt szerep töltötték be, viszont a hír- és információ orientált ORF2 perifériájára szorultak. Az osztrák adó a *Legyen Ön is milliomos!* című produkcióval elégítette ki a vetélkedők kedvelőinek igényeit. A kontinentális televíziókon a kulturális híradók, magazinok is fontos szerepet töltöttek be, a BBC1 kevésbé preferálta azt. Ezen a téren az ORF2 (33%) volt élvonalas, az M1 (27%) teljesítménye pedig megfelel az átlagosnak.

A közép-európai köztelevíziók nyugati szektortársaiknál gyakrabban mutattak be művészfilmeket és egyéb (nem filmes) fikciókat, viszont ritkábban tűztek műsorra ismeretterjesztő filmeket. Az M1 (23%) és a TVP1 (18%) feleannyi értékes ismeretterjesztő filmet sugárzott, mint az ORF2 (43%), de a BBC1-hez (33%) és a France 2-höz (34%) képest is jelentős az elmaradása.

5. táblázat Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 kulturális funkciót betöltő műsортípusai a vonatkozó műsoridő százalékában

	M1	TVP1	ORF2	BBC1	France2
Fikció	15	29	12	6	3
Vetélkedők	29	27	10	45	34
Zene	6	0	0	0	0
Kulturális hírek	27	26	33	13	24
Ismeretterjesztő filmek	23	18	43	33	34
Egyéb	0	0	2	3	5
Összesen:	100	100	100	100	100

Az M1 ismeretterjesztő filmkínálata nem tűnik elavultnak, a filmek kétharmada (64%) 2008-ban készült, további 17 százalék a az elmúlt nyolc évben, ötöde pedig még a rendszerváltás előtti időkből származott. Az ismeretterjesztő filmkínálat az TVP1-en és az ORF2-n is hasonló korú, a lengyel csatornán 67 százalékuk, az osztrákon 73 százalékuk készült 2008-ban, a BBC1 és a France 2 gyakorlatilag csak 2008-as filmeket sugárzott.

A kulturális produktumok körének meghatározása nagyban függ attól, hogy az azt létrehozó társadalom tagjai mit tartanak fontosnak. Így a televíziók kultúra definíciója is eltérő. A tartalomlemezés adatai szerint az M1 kulturális kvótája legalábbis megfelel az európai sztenderdeknek, függetlenül attól, hogy elismert színvonalon működő általános (BBC1, TVP1, France 2) vagy pedig hír- és információ orientációjú (ORF2) köztelevíziókhöz hasonlítjuk a magyar csatorna adatait. Ugyanakkor a nyugati csatornák is eltérően értelmezik feladataikat a kultúra vonatkozásában.

A France 2 kulturális szempontból egyfajta médiaplatformként írható le, ami inkább „hírverést” csinál a klasszikus/magaskultúra értékeinek, eseményeinek, de ilyen műsört igazából keveset sugároz. A csatorna célja, hogy a kultúrát a köztudatban jelenlévő témaként rendszeresen „felszinen tartsa”, ezt pár perces ismeretterjesztő adásokkal, valamint a hírműsorokban, információs magazinokban rendszeresen megjelenő beszámolókkal éri el. A tömegkultúra és elitkultúra viszonya a France 2-n az igényesség felé történő orientálás feladatában összegezhető. A France 2 kifejezetten elitkultúra műsorai késő este jelentek meg, háttérműsorok, riportok formájában. A széles rétegeket érdeklő kultúrát a France 2 diszkrét, „kulturális reklám” szerepét betöltő kb. négy perces, képzőművészetet, komolyzenét, kortárs szépirodalmat megjelenítő műsorokkal (*D'Art d'art, Presto, Dans quelle étagerre*) igyekszik „felfelé” orientálni.

A BBC1 sem tekinthető a magas kultúra bázisának. A csatorna – szemben a France 2-vel – még késő este sem mutatott be elitkultúrához tartozó művészfilmeket vagy háttérműsorokat. Kulturális kvótájának felét a hétköznapi délutánonként látható, Magyarországon is ismert műveltségi vetélkedővel (*The Weakest Link*) tölti ki. A BBC1 kulturális szegmensének második legfontosabb elemei az ismeretterjesztő filmek, természetfilmek voltak (*Big Cat Live, The Story of the Guitar, The Secret Life of Elephants*). Megjegyezzük, hogy a *The Weakest Link* az ORTT nem tekintette kulturális vonatkozásúnak, mivel kifogásolta annak stratégiai játékokra hasonlító szabályait. A brit szórakoztató műsorokban a stratégia megválasztása, a helyzet racionális mérlegelése lényeges elem.

Az ORF2 a kultúra bemutatása alatt egyfelől ismeretterjesztő és dokumentumfilmeket (*Menschen und Mächte, Universum*), másfelől értelmiségi háttérműsorokat (*Kreuz und Quer, Club2*) ért. Az utóbbi produkciók a magyar *Mélyvíz*, vagy *Záróra* című műsorokhoz hasonlíthatók. A hozzászólók eltérő területek képviselői (teológus, politikus, közgazdász,

színházi rendező), de a műsor is széles spektrumon választja ki témáit (halálos betegség, szex idős korban, a piacgazdasági rendszer vesztese). A *Kulturmontag* című kulturális híradó sem ismeretlen a magyar nézők számára, hazai megfelelője a *Kultúrház*. A vasárnap délelőtti *Viso*, a következő hét legfontosabb kulturális programjait mutatja be, az ezt követő *Matinee* pedig a kortárs művészekre koncentrálnak. A *Newton* című tudományos híradó, közérthető módon és szinte már játékos modellezési technikák segítségével ismerteti a tudomány és a technika legújabb vívmányait. Az ORF2 kevés műsoridőt fordított művészfilmek bemutatására, ezek szombat kora délutánoként kerültek adásba (*Mädchen in Uniform Wenn der weiße Flieder wieder blüht*).

A TVP1 egyedi jellemzője, hogy bár nagy terjedelemben sugároz kulturális szempontból értékes fikciós műsorokat, ennek csak kisebb részét teszik ki filmek. A lengyel adó hétfő esténként színházi előadásokat közvetít, illetve tévéjátékokat mutat be. A TVP1 bőséges filmkínálata ellenére egyetlen művészfilmet sem regisztráltunk. A klasszikus értelemben vett kulturális értékek megjelenítésében a vetélkedőknek is jelentős a szerepe. A *300 % normy* című vetélkedőnek a kommunista diktatúra a témája. A kérdések hétköznapi szituációkkal, tárgyakkal, régi slágerekkel, filmekkel kapcsolatosak. (Például, a játékosoknak egy ismert sláger szövegét vagy egy ismert film párbeszédét kell folytatniuk, vagy az első lengyel tv-készülék márkáját kell feleleveníteniük.) Ezen kívül a hét minden napján jelentkezik a műsor rövid változata, melyben a kérdések nem stúdióvendégekhez, hanem a nézőkhöz szólnak. A France 2-höz hasonlóan a TVP1 is sugároz könyvajánlókat, a szerzőkkel készített interjúkat (*Czytajmy, Hurtownia książek*).

Az M1 szintén érdeklődik a színházi produkciók iránt, a vizsgált időszakban mozdulat-színházi, bábszínházi előadást, színházi tárgyú vetélkedőt sugárzott, a *Mobilvers* című sorozatával a versek kedvelőihez szól. Az M1-en késő esti kezdéssel hetente egy-két alkalommal a filmművészet néhány darabja került bemutatásra (*Szerelem*, 2009. 01. 10., *Hotel Ruanda* 2008. 08. 24. *Az új* 2008. 10. 08.)

4.2.1 Szórakoztatás

Vizsgáltuk a kérdés inverzét is, azt, hogy a csatornák szórakoztatási célú műsoridejüket milyen műfajú programokkal töltötték fel (**6. táblázat**). A kérdés elemzésekor eltekintettünk a hírszolgáltatástól, a sport- és vallási műsoroktól.

A korábbiakkal összehangban a (mozi)filmek a TVP1 szórakoztató kvótájában értek el kiugró arányt, a lengyel köztelevízió vonatkozó műsorperceinek ötödét (22%) ezzel töltötte fel. A többi csatorna ebből a szempontból azonosan teljesített (3%-5%). Az M1 (79%) kedvelt műfajának a sorozatok, szappanoperák számítottak, ebből építette fel szórakoztató célú műsoridejének háromnegyedét. Ezen a téren az M1 egyedül áll. Így például az információ orientált ORF2 (45%) vagy az általános műsorrendet követő France 2 (44%) is nagymértékben támaszkodott a sorozatokra, de mutatóik messze elmaradnak az M1-et jellemző értékektől. Mi több, az M1-hez hasonlóan kimagaslóan nagy fikciós műsoridővel működő TVP1 szórakoztató kínálatában a sorozatok, szappanoperák az M1 kvótájának felét sem érték el. A kevesebb fikciót bemutató BBC1 pedig messze elmaradt a magyar köztelevízió arányaitól.

Az M1 (3%) összességében átlagos terjedelemben sugárzott vetélkedőket, de a szórakoztató célú produkciókat tekintve jelentős elmaradásban van. Az ORF2 általában sem preferálja a vetélkedőket, így érthető, hogy ez a műfaj az osztrák szórakoztató szegmensben belül sem kapott helyett. A szórakoztató célú vetélkedők a nyugati adókon és a lengyel csatornán a vonatkozó szegmens tizedét (8-13%) foglalták el. A France 2 *Les Z'Amours* (Szerelmek) című játékában a három szerelmespárnak tréfás-meglepető kérdéseken keresztül azt kell bizonyítani, hogy mennyire ismerik egymást, a fődíj egy utazás. (A produkció

jelentős műsoridőt kapott, a France 2 reklámok/promóciók nélküli adásidejének három százalékát teszi ki.) A BBC1 *Thumb Wrestling Federation* című játékában hüvelykujj párbajt vívnak a szereplők. A *Bargain Hunt* című játékban két csapat azonos összegért vásárol, alkudozik a bolhapiacon. A show végén szakértő értékeli teljesítményüket. A *Hole in the Wall* című játékban egy falfelületből kivágott formát kell kitöltenie a játékosoknak a testükkel, miközben a falfelület mozog. A *Cash in the Attic* című játékban felkeresik a rejtett kincseket egy otthonban, majd eladják azokat egy aukción a tulajdonosok számára. A *Put Your Money Where Your Mouth Is* egy reality show, melynek lényege, hogy régiség szakértők csapnak össze, ki ért jobban szakterületéhez és kinek van több üzleti érzeke. A TVP1 *Jaka to melodia?* című játékában zeneszámokat kell felismerni a játékosoknak.

Talk show-knak, magazinoknak, show-knak mind az ORF2 (14%) (*Die Barbara Karlich Show, Seitenblicke, Vera exklusiv*), mind a France 2 (14%) az M1-nél (7%) lényegesen nagyobb szerepet tulajdonított. A TVP1 és a BCC1 viszonylatában a magyar csatorna nincs elmaradásban. A France 2 *Toute une histoire* című produkciója az emberi kapcsolatokról szól (például, mi marad meg a nyári szerelmekből), amely hangulatos bejátszásokkal, a szereplők közegében készített riportokkal, humorral, érzelmes hangnemben szórakoztatja a nézőket. A magyar kereskedelmi csatornákon láthatókhöz képest tiszteletteljes, intelligens hangneme különbözteti meg a France 2 produkcióját. A *Panique dans l'oreillette* című talk show-ban hírességeket faggat a műsorvezető, akinek ismerőseit a nézők között elrejtették a szervezők. Az ismerősök által feltett kérdéseket a műsorvezetőnek fülhallgatón adják be, amiket a híresség nagy meglepetésére a műsorvezető tolmácsol.

A szórakoztató célú információs jellegű szolgáltató műsorok, szabadidő magazinok gyakorlatilag hiányoztak az M1 műsorrendjéből. Ez a műsortípus természetesen a hírszolgáltatásra koncentráló ORF2-n (*Frisch gekocht, Natur im Garten*) kapott kiemelkedő műsoridőt. Az információs és egyéb jellegű szolgáltató magazinokkal elsősorban a BBC1 (24%), kisebb mértékben a TVP1 (12%) és az ORF2 (9%) szórakoztatta nézőit az M1-nél lényegesen nagyobb arányban.

A BBC1 *A Homes Under the Hammer* műsora – amely 2003 óta látható – három ingatlan sorsát követi nyomon, melyeket aukción vettek meg. Az egyik műsorvezető még az aukció előtt bemutatja a házat, a lehetséges problémákat, előnyöket, majd egy helyi ingatlanügynök is elmondja a véleményét. Ezek után következik az aukció. A műsorvezetők interjút készítenek az új tulajdonossal, miért vette meg az ingatlant, mik a tervei azzal, stb. 3 hónappal később a műsorvezető megint interjút készít a tulajdonossal. A *Car Booty* című műsort 2004 óta adják. A műsor alapkonceptiója, hogy olyan családot mutat be, amelynek szüksége van tőkére, ezért az egyik műsorvezető segít kiválasztani és felbecsülni azokat az értékeket, amelyek eladhatók a házból. Így nem adják el kevesebbért a kiválasztott tárgyakat, viszont eladják a fölösleges kacsákat. Gyakran előfordul, hogy egy-egy antik tárgy túl jó ahhoz, hogy bolhapiacon adják el, ilyenkor az egyik családtag elviszi egy antikváriushoz és megpróbálja ott eladni, újra becsültetni. Az *Open House* című műsorban a résztvevők általában valamilyen indokkal szeretnék eladni házukat, ehhez kéri a műsorvezetők segítségét. A tulajdonos betekintést enged házába a potenciális vásárlóknak.

6. táblázat: Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 szórakoztató funkciót betöltő műsортípusai, a szórakoztató célú műsorszegmens százalékában

	M1	TVP1	ORF2	BBC1	France2
Filmek (tv, mozifilmek)	4	22	3	3	5
Sorozatok, szappanoperák	79	32	45	34	44
Animációs filmek	0	10	0	7	0
Ifjúsági műsorok	3	4	0	2	7
Játék, vetélkedő,	1	8	0	11	13
Szórakoztatás (magazin, talk show, show)	7	5	14	9	14
Zene	3	1	4	0	0
Információs műsorok: egyéb műsorok	2	12	9	24	2
Információs műsorok: szolgáltató, szabadidő magazinok	0	6	20	3	11
Egyéb műsorok	1	0	5	7	4
Összesen:	100	100	100	100	100

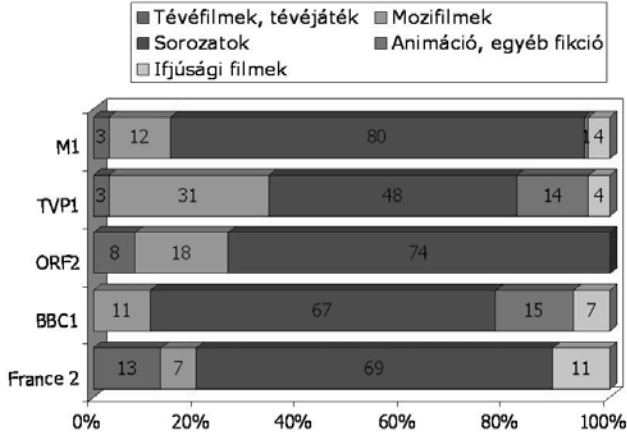
4.3 Fikciós műsorok

A továbbiakban az M1 műsorstruktúrájának legfontosabb elemét, a műsorkínálat harmadát kitevő fikciós kvótát elemezzük. Tendencia, hogy a csatornák fikciós kínálatának kétharmadát-háromnegyedét sorozatok, szappanoperák, nagyjából tizedét pedig mozifilmek foglalták el (**4. ábra**). Ez alól a TVP1 és az ORF2 kivételt jelent, a lengyel adón szembeűnően alacsony a sorozatok (48%) és kiugróan magas a mozifilmek (31%) részesedése. Az ORF2-n a sorozatok (74%) aránya megfelel az átlagosnak, ugyanakkor a mozifilmeknek (18%) szektortársainál valamivel nagyobb adásidőt biztosít. A France 2 a francia filmpolitika eredményeként korlátozottan mutathat be mozifilmeket, ez tükröződik az adatokban is: a televíziók közül a francia csatornának volt a legalacsonyabb a mozifilm mutatója.

Animációkat gyakorlatilag csak a TVP1 és a BBC1 sugárzott, a két adó fikciós műsoridejének 14-15 százalékát szánta erre. Ezzel szemben az ORF2 és a France 2 mellőzte a rajzfilmeket, az M1 pedig csak jelzésszerűen, fikciós kvótájának egy százalékában sugárzott animációkat. Ifjúsági filmeket az ORF2 kivételével valamennyi csatorna jelentős terjedelemben mutatott be. A nyugat-európai adók (7%-11%) a közép-európai csatornák kínálatánál kétszer nagyobb kvótával működtek. Az ORF2, információ orientált csatorna lévén, nem sugárzott se animációt, se ifjúsági műsorokat.

3. ábra

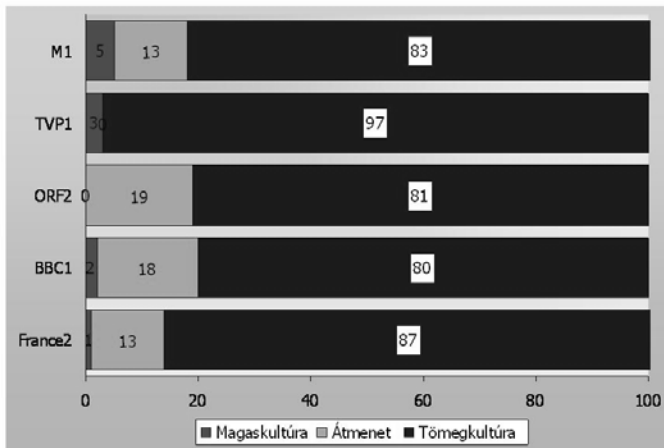
A fikciós műsorszegmens különbségei
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



Az általános műsorrendű csatornák fikciós kvótájának nagyjából ötöde tekinthető kulturálisan értékesnek vagy igényes tömegfilmnek (5. ábra). Ezen belül a művészfilmek, színházi produkciók aránya egy-öt százalékpontot ért el. Az M1 teljesítménye ebből a szempontból az egyik legnívósabbnak tekinthető. Kiemelést érdemel a TVP1 (97%), amely egyértelműen populáris fikciókat kínál nézőinek. Az információs műsorrendet követő ORF2 filmjei megfelelnek az európai trendnek, azzal a megkötéssel, hogy a művészfilmek aránya nem érte el az egy százalékot sem.

4. ábra

A fikciós műsorok kulturális funkciója,
(fikciós műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



Szembetűnő, hogy fikciós műsorain belül az M1 biztosítja a legalacsonyabb részesedést nemzeti gyártóknak (**7. táblázat**). A magyar köztévé vonatkozó kvótájának mindössze tizede származik magyar gyártóktól, szemben a France 2-vel, a TVP1-el, az ORF2-vel, amelyek kétszer-háromszor, a BBC1 pedig hatszor nagyobb részesedést biztosítottak nemzeti gyártóiknak. Az M1 fikciós kínálatát – minimális amerikai jelenlét mellett – elsősorban európai (angol, francia, olasz, német, spanyol, portugál) beszállítóktól vásárolta. Az amerikai produkciók aránya az öt csatorna közül az M1-en volt a legalacsonyabb. Jellemző a magyar viszonyokra, hogy nemzeti gyártók, ázsiai illetve – az igazán nem túl ismert – ausztrál gyártók azonos arányban töltötték fel az M1 fikciós kínálatát. Az európai gyártóktól az ORF2 (64%) és a France 2 (47%) is kiugró arányban vásárolt. Érdekeség, hogy mindkét csatornán a német gyártók részesedése volt a legmagasabb. (A francia-német televíziós együttműködésnek vannak hagyományai, az ARTE kulturális televíziót az ORF is ellátja műsoraival.) A TVP1 saját utat jár, a nemzeti gyártók mellett gyakorlatilag csak az USA-ból származó produkciókat tűzött műsorra.

A műsorstruktúrák ebből a szempontból történő összehasonlítása annyiban pontatlan, hogy az angol és német nyelv kitüntetett pozíciója miatt az amerikai (32%), illetve német (61%) produkciók is szinkron nélkül szólalhatnak meg az angol, illetve az osztrák adókon. Abban az esetben, ha a nyelvi, kulturális hatásokat is figyelembe vesszük, az angolszász, illetve a német nyelvű műsorok szerepe gyakorlatilag egyeduralgokodóvá válik a BBC1-en (99%), illetve az ORF2-n (93%).

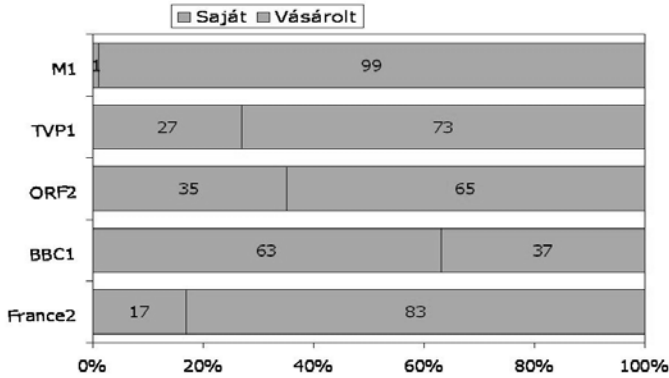
7. táblázat: Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 fikciós műsorainak gyártói, a fikciós műsoridő százalékában

	M1	TVP1	ORF2	BBC1	France2
Magyar	10	0	0	0	0
Lengyel	0	30	1	0	0
Osztrák	0	0	32	0	4
Brit	10	4	1	67	2
Francia	6	2	0	0	22
Egyéb európai	42	5	62	0	41
USA, Kanada	12	55	2	32	26
Ázsia	8	1	0	0	0
Kooprodukció	2	3	2	1	4
Egyéb	10	0	0	0	1
Összesen:	100	100	100	100	100

Az M1 fikciós kínálatának további lényeges jellemzője a saját gyártású produkciók elenyészően alacsony hányada (**6. ábra**). Az M1 fikciós műsoridejének csak egy százaléka származott saját gyártásból. A BBC1-re jellemző kétharmados arány egyedinek számít, az osztrák (35%), lengyel (27%), francia (17%) köztévék ennél lényegesen alacsonyabb mutatókkal működnek, de ezek az alacsonyabb értékek is nagyságrendileg múlják felül a magyar csatorna mutatóit.

5. ábra

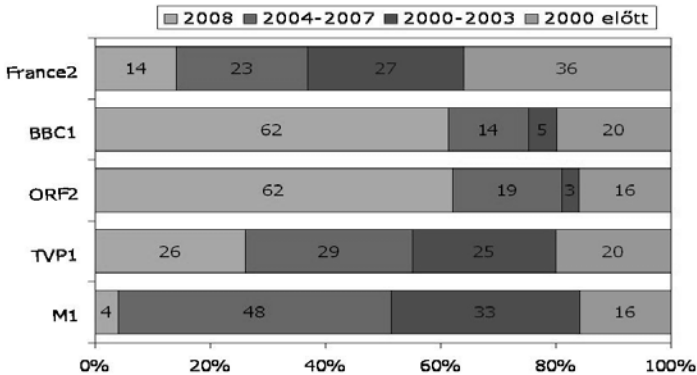
A fikciós műsorsegmentus gyártása
(reklámok, promóciók nélkül számított műsoridő százalékában,
6:00-24:00 óra között)



A fikciós műsorok, mozifilmek gyártási éve alapján a magyar köztelevízió filmkínálata nem tekinthető elavultnak (7. ábra). Az öt évnél nem régebbi produkciók aránya megegyezik a lengyel köztvév jellemzőivel, mi több felülmúlja a France 2 mutatóit. Adatainkból úgy tűnik, hogy a francia köztelevíziókra vonatkozó szabályozás – amelynek célja a moziipar támogatása – kissé avítottá teszi a France 2 fikciós kínálatát. Az M1-nél az ORF2 és a BBC1 kínál aktuálisabb fikciós programokat.

6. ábra

A fikciós műsorok gyártási éve
(fikciós műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



4.4 Rétegműsorok

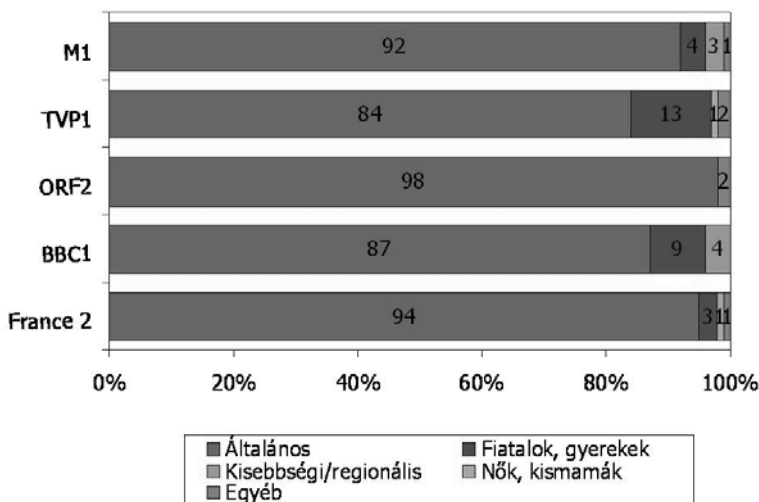
Elemeztük azt is, hogy a televíziók milyen arányban szólítanak meg konkrét célcsoportokat programkínálatukkal. Mivel többségében általános orientációjú csatornákról van szó, ezért ennek a vizsgálati szempontnak a kisebbségek és a fiatalok megcsóválása a lényegi kérdése. Nem meglepő, hogy az ORF2 gyakorlatilag „egynemű” műsorkínálattal rendelkezik, speciális célcsoportoknak (idősek, községekben élők, vallásos közösségek tagjai) műsoridejének két százaléka szolt (8. ábra).

A csatornák számára a nagyközönség mellett a fiatalok számítanak a második legfontosabb célcsoportnak, ez mindenekelőtt a TVP1-re és a BBC1-re igaz. Ez a két adó reklámok/promóciók nélküli műsoridejének tizedét a gyerekeknek szánta. Ehhez képest az M1 jelentős elmaradásban van, hiszen harmadannyi gyerekprogramot sugárzott, mint a TVP1 és feleannyit, mint a BBC1. Az ifjúsági programok alulsúlyozásával az M1 nincs egyedül, ez a France 2-re is jellemző. A TVP1 és a France 2 a nőket, a kismamákat is megszólította.

Az etnikai kisebbségek bemutatásának csak az M1 tulajdonít kiemelt jelentőséget. Ezt jelzi, hogy a kisebbségi műsorok a gyermekprogramokkal azonos műsoridőt kaptak a magyar csatornán. A BBC1 műsoridejének négy százalékát kitevő regionális programok walesieknek és londoniaknak szóló hírműsorokat takarnak.

7. ábra

A műsorok célcsoportjai
(reklámok, promóciók nélküli műsoridő százaléka, 6:00-24:00 óra között)



4.4.1 Kisebbségi műsorok

Az M1 szektortársai alapvetően másként értelmezik az etnikai kisebbségek média jelenlétének szervezett, formális bemutatását. A külföldi televíziók inkább a regionális, mintsem az országos televíziózást tartják fenn az etnikai kisebbségek számára, illetve nem készítenek magyar értelemben vett önálló kisebbségi műsorokat.

Lengyelország népességének nagyjából három százaléka tartozik nemzeti kisebbséghez a 2002-es népszámlálás adatai szerint. A TVP 1-en nem találtunk önálló kisebbségi műsort. Kisebbségi témájú műsorokat a TVP regionális adói sugároznak az adott régióban élő

kisebbségek számára. A TVP Info havi rendszerességgel mutatja be a „Telenowyny” című műsort, mely az ukrán kisebbség ügyeivel, az ukrán-lengyel kapcsolatokkal, az ukrán-lengyel történelemmel foglalkozik. A TVP Historia csatorna „Portal” című történelmi témájú műsora a Lengyelországban élő kisebbségeket mutatja be. (Az adatfelvétel időszakában a TVP honlapja az ukránokról és a tatárokról szóló epizódról közölt információt.)

Az ORF2 Ausztriában élő migránsokkal foglalkozó műsora a Heimat, fremde Heimat (Otthon, idegen otthon) mintánkban havi másfél óra terjedelemben szerepelt. A műsor a bevándorlók beilleszkedési lehetőségeit vizsgálta az adatfelvétel időszakában (pl. Hogyan viszonyulnak a vezető pártok politikusai az Ausztriában élő bevándorlókhoz? Nincs esélyegyenlőség az oktatásban, a bevándorlók vagy azok gyerekei már az általános iskolában lemaradnak. Mit lehet tenni? Peter Handke felolvasása Karintiában, mit szól az interkulturalitáshoz.)

Arman T. Riahi iráni származású rendező, aki a nyolcvanas évek eleje óta él Ausztriában, az elmúlt év augusztusában akciótervvel fordult az ORF-hez. Azt hangsúlyozta, hogy Ausztriában is emelkedik a második és harmadik generációs bevándorlók száma, és őket is meg kellene szólítani a közszolgálati csatornának. Riahi javaslatai közé tartozott például, hogy a Frisch gekocht (Friszen főzve) című műsor mutasson be török, szerb, stb. ételeket is. Arra is felhívta a figyelmet, hogy a kisebbségekre nem csupán nézőként kellene számítani, hanem be kellene őket vonni a műsorok összeállításába, a szerkesztési munkálatokba, a műsorvezetésbe. Így a többség figyelme is könnyebben irányulhatna a kisebbségek felé.

A gazdasági válságra hivatkozással 2008 októberében az ORF vezetősége változtatások bevezetését tervezte. Ennek keretében a Heimat, fremde Heimat heti sugárzását havi kiadásúra tervezte változtatni A tervezet további részletei:

- Kelet-Ausztria anyanyelvi televízió- és rádióadásait ezentúl a burgenlandi ORF-stúdió készíti;
- a Radio Burgenland hétfői népcsoportokról szóló rádióadását hosszabbra tervezik;
- ebbe az időszávba kerülnek az új, cseh és szlovák nyelvű műsorok;
- a Radio Burgenland magyar nyelvű adásai, valamint a Bécsben élő és a burgenlandi magyarokról szóló műsorok Bécsben is foghatók;
- 2009 márciusától a magyar tévémagazint minden év január, március, május, július, szeptember és november második vasárnapján az ORF2 Burgenland és az ORF2 Bécs is sugározza;
- 2009 augusztusától minden év február, április, június, augusztus, október és december hónapok minden második vasárnapján sugároznak egy új tévémagazint csehül és szlovákul az ORF2 Bécsen;
- a karintiai szlovének számára készülő műsorok rövidebbek lesznek.

A BBC1-en az etnikai kisebbségek médiajelenléte nem különül el a többség képviselőinek szerepléseitől. A vizsgált műsorok közel fele mutatott be kisebbségi szereplőt, interjúalanyt, műsorvezetőt, stb. A BBC1 a műsortípustól, a műsorok témaválasztástól függetlenül gyakran szerepelteti a kisebbségi közösség tagjait (brit rövidítés szerint: EMG). Ennek eredményeként az EMG a brit televíziós médiaanyag aktív résztvevőjeként jelenik meg. Ebben az összefüggésben a BBC1 nem készít önálló nemzetiségi műsort. A napi gyakorlat szintjén ez úgy jelenik meg, hogy például a hírműsorok, információs műsorok napi események kapcsán rendszeresen együtt mutatják be a többség és az etnikai kisebbségek tagjainak véleményét, cselekedeteit. Ez a médiagyakorlat éppen ellentéte a magyar médiát jellemző gyakorlatnak. Az M1 a kisebbségeknek jelentős önálló műsoridőt tart fenn, ugyanakkor a médiabemutatók egészében, más műsortípusokban, műsorvezetői pozícióban, stb. a kisebbségek tagjai általában nem jelennek meg.

A francia kulturális, politikai tradíciót követve a France 2-n a kisebbségek nem önálló műsorokkal vannak jelen, hanem mint demokratikus jogokkal rendelkező egyének vagy ritkán azok csoportjai, amelyek a nemzetállami közösségben vesznek részt, és elfogadják annak kulturális, nyelvi, adminisztratív szupremáciáját. A France 3 rendelkezik regionális stúdiórendszerrel, a csatorna készít központi programot, valamint a 13 régiós szerkesztőség külön-külön helyi jelentőségű kulturális és információs műsorait is programra tűzi természetesen regionális szórásban. Ezek a csatornákon jelenhetnek meg a bizonyos régiókhoz kötődő, hagyományos etnikai, nyelvi kisebbségek, leginkább azok, amelyek tehát területiálisan azonosíthatók.

4.4.2 Ifjúsági műsorok

Az M1 meglehetősen szerény ifjúsági kvótáját elsősorban fikciókkal (84%) teljesítette, fiataloknak szánt programjainak felében sorozatokat, báb- és gyerekszínházi programokat, esetenként rajzfilmeket (8 százalékpont) tűzött műsorra. Ehhez képest az ifjúsági ismeretterjesztés (11%) periférikus szerepet játszott, vetélkedőket pedig nem találtunk. A csatorna gyerekeknek szánt vallási programokat (4%) is sugározott.

A BBC1 alapvetően másként építette fel ifjúsági szegmensét. Annak legnagyobb elemét animációk (58%) tették ki. Ezek a magyar néző számára jobbára ismeretlen típusú, színészeket is alkalmazó (Lazy Town, Blue Peter) animációk. (A főszereplő Stephanie, aki a városba érkezve ösztönzi az új barátait, Ziggyt, Trixiét, Stingyet és Pixelt, hogy menjenek ki a szabadba és legyenek aktívak, táplálkozzanak egészségesen, ahelyett, hogy otthon maradnak és videójátékokkal játszanak egész nap.) (Megjegyezzük, hogy az aktuális brit közgondolkodás és ennek megfelelően a médiaszabályozás, az egészséges táplálkozást nagy társadalmi súlyú kérdésként kezeli. Az egészségre ártalmas édességek, chipsek, stb. reklámozását az erőszakos filmekhez hasonlóan kezelik, életkori csoportoknak szóló programokhoz kötik.)

A BBC gyerekprogramok műsoridejének hetedét vetélkedők adták, ezek többsége szintén ismeretlen a magyar nézők számára. Az Outback 8-ban a gyerekek birkóznak meg egy vidéki farmon a különböző feladatokkal, kihívásokkal. A Do Something Different szervezett formában arra próbálja rávenni a gyerekeket, hogy a tévénézés helyett valami mást csináljanak. A Raven, BAFTA díjat nyert ismeretterjesztő kalandjáték-show, itt egy hét vetélkedés után derül ki, hogy ki lesz a győztes. A Beat the Bossban három gyerek és három üzletember közösen találják ki egy új terméket. A BBC1 egyedülálló módon gyerekhíradót is sugároz (Newsround), a gyerekeknek szánt műsoridő tizedét erre fordította. Hasonló terjedelemben jelentkezett a The Revenge Files of Alistair Fury (amelyben egy 11 éves gyerek kisebb bosszúkat eszel ki a családjá ellen), a Merlin és a Young Dracula című sorozatok a fiatalok fantáziáját ragadják meg.

A France 2 két műfajjal, az ifjúsági sorozatokkal, szappanoperákkal (KD2A), valamint könnyűzenei műsorral próbálta megragadni a fiatalok figyelmét. A KD2A alapja egy rövid részekben folytatódó, saját gyártású ifjúsági szappanopera, ami tagolja az egymást váltó, jellemzően amerikai, európai, ausztrál, kanadai sorozatokat. A KD2A a tanév folyamán szerdán és szombaton jelentkezik, a vakáció alatt minden nap. A sorozatok részben álomrészben reális világban játszódnak, hol érzelmesek, hol kalandosak, hol satirikusak.

A TVP1 gyermekprogramjainak felét rajzfilmek tették ki. Érdekeség, hogy a TVP1 megőrizte az esti mese műfaját. A TVP1 gyerekeknek szóló műsorkínálatán belül jelentős részt tettek ki a csatorna saját készítésű gyermekműsorai. A Jedynkowe przedszkole (TVP1-es óvoda), Domisie. A Moliki ksiązkowe egy könyvekkel kapcsolatos műsor gyermekeknek, a Teleranek hétvégi műsor, amely aktuális programokat ajánl a családok figyelmébe. Ezek

stúdiófelvételek, amelyekben az utóbbi kivételével színészek szórakoztatják a gyerekeket. A nem animációs gyerekprogramok a vonatkozó műsoridő 36 százalékát tették ki.

A gyerekeknek szóló ismeretterjesztés (Moliki ksiązkowe) minimális részesedést ért el (4%) a TVP1-en is. Kiemelést érdemel a vallási műsorok többi csatornához képest szokatlanul magas (7%) aránya. A csatorna két korcsoportot szólít meg egyházi műsoraival: a Ziarno inkább gyermekek részére készül, míg a Raj inkább a kamaszoknak és fiataloknak szól.

A közszolgálati csatornákon nem elfogadott az ázsiai rajzfilmek bemutatása (8. táblázat). Ugyanakkor, szemben az M1-el a TVP1 (55%) és a BBC1 (45%) is nagymértékben támaszkodik az amerikai stúdiók termékeire.

8. táblázat: Az M1, TVP1, ORF2, BBC1, France2 rajzfilmjeinek gyártói, az ifjúsági műsoridő százalékában

	M1	TVP1	BBC1
Magyar	75	0	0
Lengyel	0	3	0
Osztrák	0	0	0
Brit	0	15	54
Francia	0	4	1
Egyéb európai	25	18	0
USA, Kanada	0	55	45
Ázsia	0	0	0
Kooperáció	0	5	0
Egyéb	0	0	0
Összesen:	100	100	100

A TVP1 rajzfilm kínálata nem tekinthető aktuálisnak. Az animációk műsoridejének két százaléka 2008-ban, harmada-harmada (36%) az elmúlt öt évben, illetve 2000-2003 között készült. A rajzfilmek műsoridejének negyede az ezredforduló előttről származik. A BBC1 ennél aktuálisabb programokat sugárzott. Rajzfilmjeinek harmada 2008-ban, további 43 százaléka az elmúlt öt évben, a fennmaradó negyede pedig 2000 előtt készült.