

**Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából**



**Elemzés a médiaszabályozó hatóságok munkájáról,
valamint a nemzetközi audiovizuális szabályozás irányairól
2005. augusztus**

Készítette:

Dr. Nyakas Levente

**Elemzés a médiaszabályozó hatóságok munkájáról, valamint
a nemzetközi audiovizuális szabályozás irányairól
(2005. augusztus)**

készítette:

Dr. Nyakas Levente

I.

A médiaszabályozás egészét és a médiaszabályozó hatóságok működését érintő általános kérdések

1. Médiapiaci trendek az OECD országokban

A kommunikációs iparág újra nyereségessé vált, ám az internetes technológiák fejlődése megkérdőjelezi a hagyományos telekommunikációs vállalatok szerepét és üzleti modelljét, valamint egyre sürgetőbbé teszi az iparági szabályozás új megközelítésének kidolgozását – áll az OECD Kommunikációs kilátások 2005 című kiadványában,¹ amelyet a szervezet 2005. augusztus 24-én tett közzé.

Az OECD jelentésének egyik legfontosabb következtetése, hogy az internetes telefonálás, (Voice over Internet Protocol – VoIP) egyre jobban fenyegeti a hagyományos telekommunikációs cégek vezetékes telefonálásból, azon belül is leginkább a nemzetközi hívásokból származó bevételeit. A 2003-as volt az első olyan esztendő, amikor csökkent a vezetékes telefonvonalak száma az OECD országokban, miközben a mobiltelefon szolgáltatók a hagyományos telekom vállalatok „kárára” tudtak piaci részesedést szerezni. A folyamat azután folytatódott 2004-ben és 2005-ben is.

Egyebek mellett a jelentés előrejelzése szerint:

- A szolgáltatók egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek majd arra, hogy egyetlen szolgáltatáscsomagban kínáljanak integrált videó-, hang-, és adat termékeket (*data product*).
- Az internetről történő videó letöltések növekvő népszerűsége csökkenti majd azt az időt, amelyet az emberek az ingyenesen fogható televízióadások nézésére fordítanak. Ennek betudhatóan nemcsak a televíziót nézők aránya csökken majd, de a műsorszolgáltatók reklámokból származó bevétele is, amely megnehezíti a közszolgálati műsorszolgáltatóknak, hogy a közszolgálatiáshoz kapcsolódó célkitűzéseiket megvalósítsák.
- Az új platformok, ezen belül is legfőképpen a szélessávú internet-hozzáférést biztosító szolgáltatások, illetve a hagyományos műsorszolgáltatásban, vagy telekommunikációs szolgáltatásokban érdekelt vállalatok között egyre élesedő verseny a már meglévő szabályozói keretek újragondolására készítheti ez utóbbi vállalatokat. Legfőképpen azonban a szabályozó testületeknek kellene fontolóra venniük az általános telekommunikációs szolgáltatásokra vonatkozó kötelezettségek felülvizsgálatát, mivel sok vállalkozás nyújt az interneten keresztül telefonos szolgáltatást, anélkül, hogy a vállalat maga jelen lenne az adott országban.

¹ OECD Communications Outlook 2005 – Information and Communications Technologies.

Az OECD jelentése (Jelentés) a technológiai konvergenciára tekintettel egységes keretbe foglalva elemzi az utóbbi években, különösen az utóbbi két évben, az OECD országok kommunikációs piacain lejátszódó konvergens folyamatokat (értsd: politika, szabályozás valamint a távközlési és a műsorszolgáltatási szektor méretét és struktúráját). Ezen belül külön részt szentel a televíziós műsorszolgáltatásnak, illetve a vele rokon audiovizuális tartalomszolgáltatásokról is szót ejt.

A Jelentés **általánosságban** megállapítja, hogy ez a szektor az utóbbi években jelentős szerkezeti átalakuláson ment keresztül, mely tovább folytatódik. A szerkezeti átalakulás egyik legfőbb jellemzője, hogy a sokcsatornás háztartások száma megnövekedett, ami főként a kábel és műholdas platformok és – ezzel együtt – az előfizetési csatornák előretörését jelenti. Ez egyben a „csak” földi műsorszórású csatornákkal ellátott háztartások számának csökkenését is magával hozta. A háztartásokban elérhető csatornák száma is jelentős növekedést mutatott az utóbbi időszakban. A csatornaszám növekedésén belül pedig egyértelmű eltolódás mutatható ki a fizetős (előfizetési) csatornák javára, szemben az ingyenesen fogható közszolgálati és kereskedelmi adókkal szemben. Ez egyben azt is jelenti, hogy az ingyenes csatornák részesedése a teljes nézettségéből visszaesett.

Mindez a Jelentés szerint több együttes kihívás elé állítja a televíziós ipart. Ha a **közszolgálati** műsorszolgáltatásra tekintünk, akkor észrevehetjük, hogy egyre élesedő verseny alakult ki közöttük és a kereskedelmi televíziók (utóbbi alatt értsd együtt: az ingyenesen fogható és előfizetési kereskedelmi televíziókat) között.² A kínálatbővülés és a fizetős, előfizetési rendszer erősödése mindenképpen a közszolgálati műsorszolgáltatók pozíciójának romlását idézte elő. Nem hiába tapasztalhatjuk úgy a nemzetközi, mint a hazai szinten, hogy a közszolgálat arra törekszik, hogy a bővülő műsorkínálatban maga is új, tematikus csatornákkal jelenjen meg. Az egyre élesedő verseny, valamint a megfelelő nézettség hiánya egyben azt is jelenti a Jelentés szerint, hogy a rájuk bízott társadalmi funkcióknak egyre nehezebben lesznek képesek megfelelni. Másrészt ezek a tendenciák a jelenlegi közszolgálati finanszírozási modellt is megkérdőjelezzik. Az OECD jelentés úgy értékeli, hogy e helyzet ellen Nagy-Britannia tett egyedül határozott lépéseket, ami alatt egy új, alternatív közszolgálati modell kidolgozását érti.³

A kínálatbővülés és a digitalizáció ugyanakkor a szabadon fogható klasszikus **kereskedelmi** műsorszolgáltatók jövőjére is jelentős hatással van. Az egyre erősödő verseny számukra is nézettségcsökkenést jelent a konkurensikként jelentkező előfizetési csatornák nézettségnövekedésének, valamint a fizetős szolgáltatások elterjedésének hatására. A csatornaszám növekedés számukra is azt jelenti, hogy a nézettség egyre több csatorna között oszlik meg. A nézettség csökkenése viszont felborítja a reklámalapú finanszírozási rendszert, amely egyben kihatással van a frekvenciáért fizetett koncessziók díjak mértékére is. A szabadon fogható klasszikus nagy kereskedelmi televízióknak így új bevételi források után kell nézniük. Ne feledkezzünk meg arról sem, hogy a jelzett folyamatok a vegyes finanszírozású közszolgálati műsorszolgáltatók esetén is jelentős bevételkiesést jelentenek. A kereskedelmi televíziók ezeket a tendenciákat oly módon próbálják ellensúlyozni, hogy egyre nagyobb szerepet szánnak a mobiltelefonos szolgáltatásoknak, összekapcsolva azokat az általuk sugárzott tartalmakkal (értsd: call media szolgáltatások).⁴ E finanszírozási rendszer átalakulását csak felgyorsítja a PVR-ek elterjedése, mely a reklámtartalmak elkerülését teszi

² A közszolgálat és kereskedelmi televíziók közötti versenyre ld. Elemzés (2004. szeptember) 8-10.o.

³ Erre vonatkozóan ld. Elemzés (2004. március-április) 15-18.o., (2004. szeptember) 8-10.o.

⁴ ld. Elemzés (2005. február) 11-12.o.

lehetővé.⁵ A Jelentés a reklámozás jövőjéről is ejt néhány szót, melyről korábbi Elemzéseinkben szintén szóltunk. E szerint a reklám iránt érdeklődők körében a célzott, személyre szabott reklámok lehetnek a jövőben sikeresek, ezen túl pedig a reklámok szórakoztató jellege, illetve az integrált kereskedelmi tartalmak játszhatnak még döntő szerepet.

A Jelentés a nagy kihívások között említi a **digitális átállás** lebonyolításának folyamatát is. Itt a zökkenőmentesség biztosítását látja a legnagyobb problémák egyikének, azaz azt, hogy a fogyasztók számára a televíziós műsorszolgáltatással való ellátottság mindvégig biztosított legyen. Bár az OECD országok közül az EU tagállamoknak kötelező volt megadni az átállás időpontját,⁶ ezek nem nevezhetők teljesen rögzített időpontoknak. A sikeres átállást követően a Jelentés szerint a fő kérdést a DVB-T piaci pozíciójának megtalálása jelenti. Ez megvalósulhat úgy, hogy sikeres versenytársai lesznek a fentebb említett sokcsatornás platformoknak, de az is elképzelhető, hogy inkább univerzális televíziós szolgáltatást nyújtó hálózatok lesznek. Utóbbi profil azt jelentené, hogy azoknak a területeknek az ellátásában játszik jelentős szerepet, melyeket a fizetős platformok nem érnek el vagy éppen azokat a háztartásokat is televíziós kínálatához juttatja, melyek anyagi helyzetüknél fogva nem képesek a fizetős televíziós szolgáltatásokat megfizetni.

A **szabályozás, a televíziós ipar és az internetes hálózat** viszonyáról is érdekes problémákat vet fel a Jelentés. Az internetes hálózaton terjesztett mozgókép tartalmak (*internet video distribution*) bár még korai fázisban vannak, kihívást jelenthetnek a televíziós ipar számára. Jelenleg a letöltés uralja ezt a területet, ugyanakkor egyre inkább lehetségessé válik a szélessáv elterjedtségének és kapacitásának növekedésével, hogy az internetes videotartalmak nagyközönséget szimultán módon érhessenek el. Ez egyrészt további kínálatbővülést hoz, ráadásul megszünteti a földrajzi határokat a fogyasztók előtt. Másrészt további versenyt generál a hagyományos platformok és az internet között. Ez egyben azt is jelenti, hogy a hagyományos platformokon a szabályozott keretek között (értsd: médiaszabályozás) folyó tartalomszolgáltatások a szabályozásban lefektetett nemzeti társadalmi célokat egyre kevésbé tudják elérni, megvalósítani. Jelenleg nem szabályozott az internetes tartalomterjesztés. Így az audiovizuális szabályozás hosszútávú kihívásának kell tekinteni, hogy miként hozható létre egy legitim társadalmi célokat előtérbe helyező tartalomszabályozás úgy, hogy ne képezzen akadályt a világhálóban rejlő említett potenciálok kihasználása előtt!

⁵ Id. Elemzés (2004. július-augusztus) 10-12.o.

⁶ Erről szóló írásunkat ld. Elemzés (2005. május) 2-3.o.

II.

A digitális műsorszolgáltatás

2. A digitális televíziózás bevezetésével kapcsolatos fejlesztések – Finnország

2.1. A digitális televízióadások immár Finnország egész területén elérhetők. Öt évig tartott a teljes nemzeti hálózat digitalizálása, ugyanakkor az elkövetkező két évben további átjátszóállomások üzembe helyezésére kerül majd sor. Az analóg műsorszugárzás 2007. augusztus 31-én szűnik meg teljesen. Fokozatosan bővül a digitális programkínálat. Jelenleg 12 ingyenes és 4 fizetős televíziós csatorna műsorai állnak az ország lakossága 74%-ának rendelkezésére, ugyanakkor a nézők 94%-a immár 10 digitális csatorna adásait is fogni tudja. A finn háztartások körülbelül egyharmadának van már digitális adás vételére alkalmas televíziókészüléke.

2.2. 2005. augusztus 29-től a finn közszolgálati műsorszolgáltató, az YLE, egy új szolgáltatást: finn nyelvű hangalámondást készül biztosítani az YLE TV1 nevű digitális csatornáján, a gyengén látók és az olvasási nehézséggel küzdők számára. Az idegen nyelvű műsorok finn feliratozása „géphang” (*synthesized speech*) formájában lesz majd hallható. „A digitális televíziós technológia lehetőséget biztosít számunkra, hogy az eddiginél jobban ki tudjuk szolgálni a gyengén látók igényeit, amely törekvés egyébként szorosan illeszkedik az YLE közszolgálati feladatainak sorába. Vizsgáljuk továbbá más, ehhez kapcsolódó szolgáltatás kialakításának lehetőségét is” - mondta a televízió igazgatója, Olli-Pekka Heinonen. A hangalámondás (*voice subtitling*) rendszerét az YLE és a látássérültek finnországi szövetsége közösen dolgozta ki. A projekt része a Közlekedési és Kommunikációs Minisztérium programjának.

2.3. Helsinkiben 2005. augusztus 30-án hozták nyilvánosságra a világ első, a kereskedelmi mobil-televíziózásban rejlő lehetőségeket tesztelő kísérlet eredményeit. A kísérlet tanúsága szerint az ilyen jellegű szolgáltatások nagy népszerűségnek örvendenének, és a fogyasztók hajlandóak lennének fizetni is ezekért. A kísérletben résztvevők 41%-a lenne hajlandó megvásárolni a mobil-televíziós szolgáltatásokat, és a válaszadók fele vélte úgy, hogy egy tíz eurónyi fix havi díj méltányos ár lenne ezen szolgáltatások előfizetéséért. A válaszadók több mint fele (58%) szerint a mobil-televíziós szolgáltatások nagy népszerűségnek örvendhetnének. A 2005 márciusa és júniusa között, a Digita, az Elisa, az MTV, a Channel Four Finland (Nelonen), a Nokia, a TeliaSonera Finland és az YLE által közösen végzett, és 500 felhasználó bevonásával lefolytatott finnországi kísérletben a felhasználók a Nokia 7710-es smartphone-on és DVB-H technológián keresztül fértek hozzá a mobil televíziós szolgáltatásokhoz. „A Helsinkiben végzett kísérlet megerősítette azt a hitünket, amely szerint a mobiltelefonon keresztül sugárzott televíziós adások fontos lehetőséget rejtenek magukban”- mondta Richrad Sharp, a Rich Media, Nokia alelnöke. „A kísérlet üzenete az iparág számára világos: a mobil-televíziós szolgáltatások sikeréhez aktuális, ugyanakkor érdekes tartalom biztosítására, felhasználóbarát technikai háttérre, és méltányos, ugyanakkor

jól követhető díjcsomagok kialakítására van szükség. Ha ezeknek az elvárásoknak sikerül megfelelnünk, nem fog elmaradni a fogyasztók mobil-televízió iránti érdeklődése sem.”

Finnország az az uniós tagállam, mely kétségtelenül az elsők között van a DVB-T bevezetésében. A 2004 júniusi EPRA jelentés⁷ – amely az EPRA tagállamok felkészültségét vizsgálta e téren – Finnországot azon országok közé sorolta, melyben a digitális földfelszíni műsorszórás egyrészt kereskedelmi alapon megindult, másrészt úgy a szabályozás, mint a politika az elindítás és a lekapcsolás folyamatát megtervezte. Az EPRA jelentés ezen a klaszteren belül is Finnországot a legkiemelkedőbb országok közé sorolta (értsd: Svédország, Németország, Nagy-Britannia), ahol a DVB-T-vel ellátott háztartások száma meghaladta a 15%-ot. Ez annyit jelent, hogy 2004 közepén a földfelszíni televíziós vétellel rendelkező háztartások 21,55%-ában működött már a DVB-T.⁸ Finnország abban is vezetőnek tekinthető, hogy a digitális átállásban kulcsszerepet játszó analóg földfelszíni közszolgálati csatornák részére többletforrást bocsátott rendelkezésre a DVB-T-vel kapcsolatos tevékenységeik finanszírozásához.⁹ Az EPRA jelentésen túl az Európai Bizottság Digitális átállási közleménye¹⁰ és annak Munkadokumentuma arról tájékoztat, hogy a teljes hálózatra kiterjedő a DVB-T elindításnak 2005 őszére, míg ennek befejezésének 2005 végére kell megvalósulnia. A fenti hír tehát arról tudósít, hogy az EU részére megküldött hivatalosnak tekintendő menetrendet Finnország tartja, amely egyben azt is jelentheti, hogy az általa megjelölt analóg lekapcsolási időpont (2007. augusztus 31.) is nagy valószínűséggel tartható lesz.

A közszolgálat és digitális átállás viszonyáról az előzőekben (ld. Elemzés 1. pont) már röviden említést tettünk. Általános felfogásnak tekinthető az, hogy az egyes országok analóg nemzeti műsorszolgáltatóikkal mint a digitális átállási folyamat elősegítőivel, felgyorsítóival számolnak.¹¹ Erről szoltunk már korábbi Elemzésünkben például a BBC vonatkozásában,¹² de ugyanez a helyzet a finn közszolgálati adó, az YLE esetén is. Ez a gondolat a közszolgálati műsorszolgáltatók univerzális jellegéből fakad, azaz, hogy missziójának alapvető eleme, hogy valamennyi állampolgár részére televíziós alapszolgáltatást nyújtson, elősegítve ezzel a szólás és informálódás szabadságát. Az államnak erről a közszolgáltatásról (alapellátásról) a digitális korszakban is gondoskodnia kell, ami azt jelenti, hogy tevékeny részt kell vállalnia a közszolgálati intézmény digitális műsorszórásra való alkalmassá tételében. Ez egyben azt is jelenti, hogy országos szinten kell megteremtenie a digitális földfelszíni műsorszórás feltételeit. A spanyol, a brit példákban továbbá az is világossá vált mára, hogy az állami szerepvállalás – értve itt a koordináló, jogszabályi környezetet megteremtő tevékenységen túl a pénzügyi támogatást is – elkerülhetetlen a sikeres átállás eléréséhez. Ráadásul a közszolgálati műsorszolgáltatás esetén – az EU állami támogatással kapcsolatos politikáját szem előtt tartva – valamivel könnyebb forrást juttatni az audiovizuális ágazatba. Az analóg rendszerek átalakítása során az is elfogadott elvvé vált, hogy a digitális technológiában rejlő potenciál kihasználásával a hallás- és látássérült emberek részére megfelelő szolgáltatásokat

⁷ Working Group on Digital Terrestrial Television in EPRA Countries – Final Report June 2nd, 2004

⁸ EPRA jelentés 12.o.

⁹ ld. Elemzés (2004. október) 5.o.

¹⁰ Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on accelerating the transition from analogue to digital broadcasting COM(2005) 204 final Brussels, 24.05.2005

¹¹ ld. EPRA jelentés 7., 27.o.

¹² ld. Elemzés (2004. március-április) 11.o. vagy az Ofcomnak a *Report on the progress towards digital switchover* című jelentését

(hozzáférési szolgáltatások) kell biztosítani. A közszolgálati műsorszolgáltatóknak pedig – missziójukból következően – ebből többet kell vállalniuk.¹³ Az említett szolgáltatások azért is különösen fontosak Finnországban, mivel a finn közszolgálati televíziózás egyik sajátossága, hogy a külföldi filmeket – a gyermekműsorok kivételével – nem szinkronizálják, hanem feliratozzák és/vagy hangalámondással látják el. A finn példából az is jól látható, hogy biztosítani kell az érintettek érdekképviseleti szervezetei számára, hogy tevékenyen részt vehessenek a szolgáltatás és a szabályozás kialakításában.

A finn digitális átállás előrehaladottságát legjobban talán a mobiltelefonon keresztül történő televíziózás próbaprojektje szemlélteti. A kísérlet a maga módján úttörő, hiszen olyan kérdések megválaszolásához adhat támpontokat, mint például: a hagyományos televíziózástól milyen eltérő fogyasztói szokásokat hoz létre a mobil-televíziózás? E tekintetben az egyik fontos megállapítása a projektnek éppen az volt, hogy a fogyasztók igényelték a hagyományos televíziós tartalmakat. E mellett ugyanakkor igényt formáltak rövidebb, kifejezetten a mobil televíziózásra szabott tartalmakra is. A hagyományos tartalmak közül a nemzeti csatornák műsorai vezették a népszerűségi rangsort, melyeket a sport- és az ismert nemzetközi hírcsatornák követtek. Jelentős eltérés mutatkozik a televíziónézésre fordított időben, mivel ez mobilon sokkal rövidebb, mint a hagyományos környezetben, átlagosan napi 20, aktívabb nézők esetén 30-40 percet jelentet. További érdekesség, hogy a kísérletben résztvevők a hagyományos televíziós főműsoridőhöz képest más időpontokban is nézték a mobil televíziós adásokat. A mobil-televíziós adások – kihasználva a telefon előnyeit – a tömegközlekedési járműveken történő utazások alatt bizonyultak a legnépszerűbbnek. Ilyenkor a nézők leginkább kikapcsolódás vagy a legfrissebb információkhoz való hozzájutás céljából nézték a műsorokat. Népszerű volt ugyanakkor az otthoni, szórakoztató jellegű, a hagyományos napi televíziózást kiegészítő tévézés is. A mobil televíziózásban rejlő gazdasági potenciál is egyértelművé vált a kísérletből, hiszen a kísérletben résztvevők 41%-a lenne hajlandó fizetni ilyen jellegű szolgáltatásokért. Ez az eredmény azért is figyelemre méltó, mivel alátámasztja a fent említett az audiovizuális szolgáltatások területén jellemző trendet (ld. Elemzés 1. pont), mely szerint egyre jelentősebb szerepet játszanak az előfizetéses szolgáltatások. A fizetési módok közül a fix havidíjas modellt preferálták a kísérleti alanyok, ugyanakkor itt is megjelent a PPV fizetési módra az igény az egyes prémiumszolgáltatások, különösen jelentős sportesemények közvetítése esetén. Összefoglalóan azt mondhatjuk, hogy a fogyasztók a mobiltelefonos szolgáltatásokkal szemben azt várják, hogy könnyen és átlátható módon legyenek igénybe vehetők, a szolgáltatások működése és technikai funkciói legyenek megfelelőek és megbízhatóak, a szolgáltatók biztosítsanak rövid időtartamú nézésre is alkalmas tartalmat, valamint a mobiltelefonáláshoz kapcsolódó funkciók ne csorbuljanak a televízió-nézéshez kapcsolódó alkalmazások miatt.

¹³ Id. az erről készült brit és ír szabályzatokat, melyet egy konzultációs folyamat eredményeként az Ofcom és a BCI dolgozott ki.

3. A teljes digitális átállással kapcsolatos problémák - Németország

3.1. Németországban felgyorsult a televíziós műsorszórás digitalizálása, adja hírül a német szövetségi médiahatóság, az ALM jelentése¹⁴ (ALM jelentés). A Német Szövetségi Köztársaság televíziós háztartásainak jó negyede (25,7%) rendelkezik digitális hozzáféréssel. Ez jelentős emelkedést jelent az előző évhez képest, amikor a digitalizálás aránya 20% alatt maradt. A fejlődés motorja a műholdas és a földi sugárzású digitális televíziós műsorszórás (DVB-T), ezzel szemben stagnál a kábelhálózatok digitalizálása. Ezek a központi megállapításai a 2005 júliusában szövetségi szinten, a digitalizálás helyzetére vonatkozóan elvégzett felmérésnek, mely a tartományi médiatestületek megbízásából készült. A tanulmány további érdekessége, hogy először vizsgálta a háztartásokban lévő második és harmadik televíziókészülékeket. Ennek alapján megállapította, hogy a televíziós háztartások alig 20%-a állította át minden rendelkezésére álló televíziókészülékét digitális vételre.

Németország esetében érzékelhető a legjobban talán, hogy amikor digitális átállásról beszélünk, akkor hiba, ha csupán a földfelszíni műsorszórás digitalizálására koncentrálnak, és nem kezeljük komplexen az egyes műsorszórási formákat. Az együttes kezelés azért fontos, mivel csak a teljes, valamennyi hálózatot érintő összehangolt átállás hozhat prosperitást az audiovizuális ágazatba, és jöhet létre egy új működőképes audiovizuális piac. A digitális átállásnak erre a lényeges tényezőjére az Európai Bizottság is felhívta a figyelmet Digitális átállási közleményében¹⁵ a nemzeti átállási tervekkel kapcsolatban. Utóbbi közlemény egyébként éppen európai szinten kívánja összehangolni az átállást, hogy egy prosperáló egységes európai audiovizuális piac jöjjön létre. A digitális televíziózáshoz kapcsolódó új szolgáltatásoknak és üzleti modellnek a széleskörű és sikeres elterjedése közös érdek, ami egyben azt is jelenti, hogy a szereplők, így az egyes terjesztési formák a siker érdekében egymásra utaltak.

Ha mindezt a német példán keresztül szemléljük, akkor azt láthatjuk, hogy a 2005 júliusában elvégzett vizsgálat szerint a német háztartások 25,7%-ának volt digitális televízióhoz hozzáférése, melyből 19,1% teljesen digitális háztartás, azaz nincs már analóg televíziós vétel. Sőt, az ALM jelentése azt is kiemeli, hogy Németország lehet az első állam, amely 2006/2007-re megvalósítja a teljes digitális földfelszíni műsorszórásra való átállást. Mindez igen imponáló, ugyanakkor ha már az egyes műsorterjesztési módokat vesszük szemügyre, akkor korántsem ennyire egyszerű a helyzet a teljes digitális átállás szempontjából Németországban, hiszen a legelterjedtebb vételi forma a vezetékes (a háztartások több, mint 50%-a kábelen keresztül televíziózik), mely a műholdas vételi formával kiegészülve (43%)

¹⁴ Digitalisierungsbericht 2005 Digital-TV und Analog-Digital-Übergang Herausforderungen für Unternehmen, Politik und Regulierung Daten und Fakten inklusive aktueller Erhebung.

¹⁵ „Switchover plans currently focus largely on terrestrial platforms. The principle of technological neutrality enshrined in the EU regulatory framework means that regulation should neither impose nor discriminate in favour of the use of a particular type of technology, but it does not preclude a Member State from taking proportionate steps to promote specific technologies for transmission of digital television as a means for increasing spectrum efficiency. The Commission recalls however that digital TV switchover is a process encompassing various networks, business models and services, and any differentiated treatment of market players or platforms must be justified.” Digitális átállási közlemény 5.o.

meghaladja az összes vételi mód 90%-át. Annak ellenére, hogy a jelentős részesedéssel bíró műholdas háztartások digitalizálása jól halad,¹⁶ a meghatározó vételi módot képviselő vezetékes háztartások esetén ez nem mondható el, hiszen csak 5%-ban van digitális vétel! Annak oka, hogy éppen a legnagyobb penetrációval rendelkező műsorterjesztési forma digitalizációja akadozik, egy 2004 márciusában már jelzett¹⁷ és máig megoldatlan problémára vezethető vissza.

Az alapp probléma az, hogy a kábelhálózat üzemeltetői a digitális átállást követően is szeretnék megtartani kettős – műsorelosztó és programcsomag összeállító-kínáló – funkciójukat. A programcsomagok kínálásához ugyanakkor szükséges a set-top-boxok címezhetősége, mely a felhasználók azonosítását és a szelektív műsorcsomag összeállítását teszi lehetővé. A kábel szolgáltatók éppen ezért jelenleg abban érdekeltek, hogy ún. „alapkódolt” box kerüljön a fogyasztókhoz, mely kódolás magába foglalná az ingyenesen fogható legnagyobb vételkörzettel rendelkező kereskedelmi és közszolgálati csatornákat is. Utóbbi műsorszolgáltatóknak ugyanakkor nem érdeke ez, hiszen léteznek olyan set-top-boxok, melyek teljes mértékben biztosítják valamennyi szabadon fogható műsor vételét (free-to-air-box) és már használatba kerültek úgy a digitális földfelszíni, mint a műholdas műsorszórásban. A kábelüzemeltetők a free-to-air-boxok felszerelése ellen teljes mértékben tiltakoznak, hiszen attól félnek, hogy egyes háztartásokban csak hálózatüzemeltetőként és csomagkínálóként nem lesznek jelen.

A német szabályozóhatóság, az ALM ebben a vitában a címezhetőséget támogatja, mivel meggyőződése, hogy az lényeges elem az új audiovizuális szolgáltatások finanszírozási rendszerének kialakulásában, az analóg műsorszórási környezetre optimalizált reklám- és üzemen tartási díj alapú finanszírozás meghaladásának. A tartományi médiatestületek véleménye szerint a jövőben a digitális műsorkínálatot egyéni és előfizetési díjak (*Einzel- und Abonnemententgelte*) segítségével kell finanszírozni, ugyanis a csatornák elérték a díjakon és reklámokon alapuló finanszírozás határait. A médiatestületek véleménye tulajdonképpen az OECD jelentésben foglaltakat erősítik meg. A finanszírozásnak ehhez az új módjához szükség van a megcímezhető boxokra, amelyek segítségével a műsorok használata egyénileg és névtelenül is elszámolhatóvá válna. Ugyanakkor nem tartják elfogadhatónak a kábel szolgáltatók set-top-box típusok korlátozására irányuló magtartását, hiszen utóbbiak ezzel korlátozzák a hálózathoz való szabad hozzáférést, illetve a fogyasztók szabad választását. Javaslatként fogalmazta meg az ALM már több mint egy évvel ezelőtt a kábelhálózat üzemeltetői számára,¹⁸ hogy kínáljanak ingyenesen a fogyasztóknak olyan megcímezhető set-top-boxokat, melyekkel képesek fogni az ingyenes csatornákat. Ez ugyanis magában hordozza annak lehetőségét, hogy egy vonzó ajánlat esetén a háztartás új szolgáltatásokat rendel meg a kábel szolgáltatótól. Az ügyben ennek ellenére nem igen történt elmozdulás, amint azt az ALM jelentés adatsorai is mutatják, így az ALM egyértelműen úgy ítéli meg, hogy a kábelhálózat üzemeltetői jelenleg az egységes és sikeres digitális átállás kerékkötőivé váltak. Mindenesetre figyelmeztető jelnek is lehet tekinteni azt a tényt a kábelhálózatokra nézve, melyet az ALM jelentés rögzített. E szerint az utóbbi két évben majdnem 4%-kal csökkent a kábelhálózaton keresztüli vétel, míg versenytársa, a digitális

¹⁶ Az összes műholdas háztartás közel 40%-a rendelkezik digitális műsorvétellel.

¹⁷ Ld. Elemzés (2004. március-április) 12, 14.o.

¹⁸ A *DLM javaslatai a kábelhálózat digitalizálása terén bekövetkezett tévélenség áthidalására* c. dokumentumot ld. magyarul a 2004. március-áprilisi Hírgyűjteményben vagy németül *Vorschläge der DLM für die Überwindung des Stillstands bei der Digitalisierung des Kabels* a http://www.alm.de/fileadmin/Dateien/DLM-Vorschl_ge080304.pdf címen

műholdas vétel jelentős növekedést mutatott. Az ALM jelentés szerint ez a trend tovább tart, melyet egyrészt támogat a jogilag teljesen rendezett környezet, melyben egyszerű műholdvevőhöz jutni és azt felszerelni, másrészt a Németországba költöző nagy számú, főként kelet-európai, akik automatikusan a műholdas vételt választják honos csatornáik eléréséhez. További döntő faktorként jelenik meg a két műsorterjesztési mód közötti választásban az is, hogy egyre több – kábelen el nem érhető – németnyelvű csatornával bővül a műholdas kínálat, melyekhez való hozzájutás nem jelent további költséget a háztartások számára.

III.

Reklámszabályozás

4. Reklám és a műsorszolgáltatás finanszírozása - Németország

4.1. A Tartományi Médiatestületek Műsor, Reklám és Médiakompetencia Közös Ellenőrzési Hivatala¹⁹ (GSPWM) a kereskedelmi televíziós műsorszolgáltatók esetében ismételten számos feltűnő, a reklámszabályozással kapcsolatos problémára hívta fel a figyelmet. Tíz esetben a rutinszerű ellenőrzést követően felmerült a burkolt reklámmal kapcsolatos gyanú. Ezt tette közzé a GSPWM a 2005. augusztus 31-i berlini ülését követően. A médiáról szóló államszerződés (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) értelmében tilos a burkolt reklám. Ezek alapján a következő műsorszolgáltatókat érinti ezen megállapítás: ProSieben, RTL II, n-tv, DSF, MTV, Kabel 1 és N24. A GSPWM azzal a javaslattal fordult az illetékes tartományi médiatestületekhez, hogy tegyenek eleget jogi felügyeleti kötelezettségüknek. Ez azt jelenti, hogy először adjanak lehetőséget a műsorszolgáltatóknak állásfoglalás megtételére, jelentette ki prof. Dr. Norbert Schneider, a Tartományi Médiatestületek Igazgatósági Konferenciájáa²⁰ (DLM) Műsor, Reklám és Médiakompetencia Közös Ellenőrzési Hivatalának elnöke. „Alapjában véve a kisebb műsorszolgáltatók azok, akik vétséget követtek el. Mindennek teljesen eltérő okai lehetnek. Ha ebben a súlyos gazdasági helyzet is szerepet játszik, a jogsértő magatartást akkor sem legitimálhatjuk”, jelentette ki Schneider. Schneider a továbbiakban elmondta, hogy a 2005. augusztusi szűrőpróba során összesen 17 kereskedelmi csatorna műsorát ellenőrizték. Ennek során mindegyik csatorna három műsornapját vizsgálták meg 0-24 óra között.

Németországban egyre több határozott álláspont jelenik meg a reklámozás és a reklámszabályozás jövőjével kapcsolatban, a szakma egyre élénkebben foglalkozik e kérdéskörrel. Az előző Elemzésünkben²¹ az ARD közszolgálati adó reklámozási gyakorlatával kapcsolatban kirobbant vitára hívtuk fel a figyelmet, mely jól jellemezte a médiumok finanszírozása körül Európában kialakult polémiaát. Most a német szabályozóhatóság az, mely érzékelhetően felügyeleti jogkörével élve nyomást kíván gyakorolni a műsorszolgáltatókra a szerkesztett és kereskedelmi tartalom elválasztásának kérdéskörében. Az elrendelt vizsgálatok legalábbis ezt mutatják, illetve Norbert Schneider

¹⁹ Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz

²⁰ Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten

²¹ Elemzés (2005. július) 8-10.o.

nyilatkozata egyértelmű álláspontot tükröz az ALM részéről. A nyilatkozat üzenetének lényege talán úgy ragadható meg, hogy az átalakuló műsorszórási környezet hiába teremt egyre nehezebb helyzetet gazdaságilag a műsorszolgáltatók részére, a jelenlegi (analóg) szabályokat be kell tartani. Az elválasztási doktrína fenntarthatóságának feltételei vita tárgyát képezik az uniós jogalkotásban is (értsd: a TVWF irányelv felülvizsgálatára vonatkozó eljárást), mely az új reklámozási technikákkal, de leginkább a termékelhelyezések legalizálásával kapcsolatban kerültek felszínre. Az ALM éppen ezért szorgalmazza a tartományi médiatestületeknél, hogy figyeljenek jobban oda egyrészt a burkolt másrészt a hasonló problémákat felvető virtuális reklám kérdéskörére.

Az elkülönítési doktrínával kapcsolatban a német Hans Bredow médiainstítút igazgatója, Dr. Wolfgang Schulz is kifejtette véleményét a közelmúltban.²² Az igazgató szerint nem lehet olyan könnyen feloldani azt a dilemmát, melyet a reklámok szűrhetősége és az alapvető fogyasztóvédelemi elvek érvényesítése okoz. Ezt azzal magyarázza, hogy figyelembe kell venni azt a tényt, hogy a médiapiacot meghatározó nagy csatornák is bajba kerülhetnek a reklámalapú finanszírozás gyengülésével. Schulz szerint a reklám és szerkesztett tartalom elválasztása nem csupán jogi formula, hanem alapvetően újságírói szabály is. Itt lényegében Schulz a fikció (vélemény) és a tényközlés (tudósítás) elválasztására utal, és megpróbálja azt a kereskedelmi tartalomra, azaz a jelenlegi problémára vonatkoztatni. Másként fogalmazva arra tett javaslatot, hogy fikció és tudósítás között legyen különbségtétel, és azt alkalmazzák a kereskedelmi kommunikációra, de egy rugalmasabb rendszerben. A tudósítások számára ki lehetne alakítani a kereskedelmi kommunikáció külön típusait, mint például a vállalkozó-TV (Unternehmens-TV) megjelölés. Járható útnak bizonyulna mindez, amennyiben kellő mértékben biztosított lenne, hogy a nézők biztosan tudják, mire számíthatnak. Emellett biztosítani kell, hogy ne élhessenek vissza a nézőknek az újságírás függetlenségébe vetett bizalmával, valamint arra, hogy a nézőket mint fogyasztókat ne lehessen félrevezetni.

²² Id. Hírgyűjtemény (2005. június) 41.o. vagy a <http://www.hans-bredow-institut.de/presse/index.html#je05> címet