

**Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából**



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

Készítette:

Dr. Nyakas Levente

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

készítette:

Dr. Nyakas Levente

I.

A médiaszabályozás egészét és a médiaszabályozó hatóságok működését érintő kérdések

1. Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvtervezet - EU

A Bizottság 2005. december 13-án elfogadta a TVWF irányelv módosítására irányuló javaslatot.¹ (DOK) (Javaslat) A Bizottság az irányelv hatályát kiterjesztette néhány, az interneten keresztül nyújtott kereskedelmi szolgáltatásra is, s ezzel gyakorlatilag megalkotta az „Audiovizuális szolgáltatások határok nélkül” (Audiovisual without Frontiers) irányelvet. Ez jórészt az olyan igény szerinti/letöltési (*on-demand*) tartalomra is vonatkozik, mint a showműsorok, mozifilmek, sorozatok, sportesemények, és hírbeszámolók; beleértve az azokban megjelenő hirdetéseket. Nem vonatkozik azonban a hír- és sajtó weboldalakon megjelenő videoklipekre, és animációkra, a blogokra, a video podcastokra, az interneten keresztül bonyolított kép alapú telefonálásra és egyéb, nem kereskedelmi tartalomra. A tervezet szerint a digitális „pull” típusú (vagy igény szerinti) „nem-lineáris” szolgáltatásokra vonatkozó előírások különböznek a televízióra vonatkozó szabályokról, amelynek oka többek között az is, hogy mindezeket nem olyan könnyű ellenőrizni. A főbb előírások ezek esetében a következők:

- tiszteletben kell tartaniuk a kiskorúak védelmét;
- nem kelhetnek gyűlöletet;
- azonosíthatónak kell lennie a médiaszolgáltatónak;
- azonosíthatónak kell lenni a hirdetéseknek és a kereskedelmi tartalmak egyéb formáinak;
- burkolt reklámot nem tehetnek közzé;
- tiszteletben kell tartaniuk a termékelhelyezésre és szponzorálásra vonatkozó előírásokat;
- tiszteletben kell tartaniuk a hirdetésekre vonatkozó bizonyos korlátozásokat (pl. nem reklámozhatnak alkoholtartalmú italokat a kiskorúaknak szóló műsorokban)

A Javaslattal kapcsolatosan több szervezet is megfogalmazta álláspontját. A **BEUC**, vagyis az európai fogyasztóvédelmi szervezet véleménye szerint a Bizottság nem tett mást, mint bejelentette, hogy a jövőben még több lesz a hirdetés, s azon belül is – a termékelhelyezésnek köszönhetően – a burkolt reklámok mennyisége. A BEUC igazgatója, Jim Murray hozzátette: „a Határok nélküli televíziózásról szóló új javaslat nem tekinthető másnak, mint nemkívánatos karácsonyi ajándéknak Reding biztos és munkatársai részéről.” Az európai rádiós és televíziós „sales” házak szövetsége, az **EGTA** véleménye szerint „bár a Bizottság látszólag elismeri, hogy szükség van a hirdetések már meglévő szabályozói keretének korszerűsítésére, a javaslat mégsem felel meg az elvárásoknak, és nem kínál megoldást arra a kihívásra, miszerint az EU polgárainak joguk van szabadon hozzáférni a televíziós műsorok

¹ Proposal for a directive of the European Parliament and of the Council amending Council directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Brussels, 13.12.2005 COM(2005) 646 final 2005/0260 (COD)

széles skálájához.” Az EGTA főtitkára, Michel Gregoire így nyilatkozott: „a hirdetések ma is, és a jövőben is elsődleges bevételi forrásként szolgálnak majd az ingyenesen fogható televíziós műsorok szolgáltatói számára. Ezért fontos egy olyan szabályozói keret kialakítása, amely nincs káros hatással a jelenlegi bevételi forrásokra, ugyanakkor nem hátráltatja a hirdetések új formáinak kialakítását sem – máskülönben az audiovizuális tartalom finanszírozása komoly veszélyekkel kell, hogy szembenézzen az elkövetkező években.” A **CEPI**, azaz a független filmes és televíziós producerek európai szövetségének véleménye szerint a Bizottság „kiegyensúlyozott véleményt fogalmazott meg az audiovizuális szektor jövőbeli igényeivel kapcsolatban [...], különös tekintettel a hirdetésekkel és termékelhelyezéssel kapcsolatos rugalmasabb és naprakészebb megközelítésre”. A CEPI főtitkára, Bruno Alves ugyanakkor sajnálkozását fejezte ki amiatt, hogy „az Európai Bizottság nem mutatott kellő elkötelezettséget, és nem hívta fel a figyelmet egy versenyképes, ugyanakkor független európai tartalmat létrehozó szektor támogatását elősegíteni hivatott, erőteljesebb megközelítés kialakítására”. Az Európai Műsorszolgáltatói Unió (EBU) üdvözölte a „Bizottság javaslatát, miszerint, a hagyományos televíziózáson túl mindenfajta audiovizuális médiaszolgáltatásra ki kell terjeszteni a Határok nélküli televíziózásról szóló irányelv hatályát”, mivel állítása szerint „ez lehetővé teszi majd a nem-lineáris (pl. on-demand) szolgáltatók számára is, hogy kiaknázhassák a származási ország elve nyújtotta előnyöket, amely továbbra is az irányelv lényege marad. Ez pedig megnövekedett jogbiztonságot és hatékonyabb működést eredményez a belső piacon.”

A Javaslattal ezt követően a Parlament és a Tanács elé kerül, s a két szerv együttdöntési eljárás keretében határoz majd annak további sorsáról.

Ha visszatekintünk a Javaslattal elkészülését megelőző időszakra, akkor megállapíthatjuk, hogy a Szabályozás jövőjéről szóló 2003 végén elkészített bizottsági közlemény már előrevetítette, hogy a **TVWF irányelvet** mindenképpen a **technológiai fejlődéshez kell igazítani**. Visszaemlékezhetünk arra is, hogy ez a közlemény egyértelműen állást foglalt amellett, hogy olyan típusú szabályozói intervencióra fog sor kerülni, melyben szerepet játszanak az információs társadalmi szolgáltatások is. Azaz a nem lineáris szolgáltatásokra való kiterjesztése nem volt kérdéses, csupán a beavatkozás időpontja. A szabályozás indokai közé ebben a közleményében behozta az információs társadalmi szolgáltatásoknak a társadalomra gyakorolt hatásának kategóriáját, azaz alapvetően azt az elvet, mely a hagyományos médiaszabályozás is a magáénak vall. A 2005 júniusában kibocsátott „i2010: Európai Információs Társadalom 2010”² közlemény tette egyértelművé, hogy elérkezett a beavatkozás időpontja, hiszen a közlemény rögzítette, hogy a konvergencia olyan szintet ért el, hogy most már nem halogatható tovább az egységes tartalomszabályozási koncepció bevezetése. Liverpoolban pedig a Bizottság formálisan is lezárta a 2003-ban elkezdődött felülvizsgálati-konzultációs szakaszt.

A fentiek tükrében a **Javaslattal** fő következtetése, hogy **egy szektorban kell gondolkodni**, az audiovizuális szektorban, és ennek megfelelő szabályozás szükségeltetik. A jelenlegi TVWF irányelvre úgy tekint, mint amely egyre inkább súlyosbítja az indokolatlan különbségtételt a szabályozói elbánás terén az egymással megegyező vagy hasonló médiatartalmak különböző

² Id. COM(2005) 229 végleges, Elemzés (2005. június) 2-4.

terjesztési formái között. A Javaslat tehát azon a felismerésen, tézisen alapul, hogy megbomlott a műsorszolgáltatás monopóliuma, mivel a digitalizációval azzal versengő, konkurens audiovizuális tartalmak jelentek meg, így egy új piacnak megfelelő szabályokat kell létrehozni a jogbiztonság megteremtése érdekében.

A TVWF **irányelv felülvizsgálatára irányuló konzultációk** eredményeképpen egyrészt megállapítja, hogy mára nyilvánvalóvá vált, hogy a szabályozás tárgyával kapcsolatban az érdekeltek a lineáris és nem lineáris módon szolgáltatott tartalmak horizontális megközelítésű szabályozása csak kétszintű szabályozásban képzelhető el. A reklámozás tekintetében a konzultáció azt eredményezte, hogy a beillesztés és napi reklámidő-keret esetén rugalmasságot és enyhítést igényeltek a felek a műsorszolgáltatás tekintetében, a szabályozás formájával kapcsolatban, pedig az ön- és társszabályozás erősítésének szükségességét hangsúlyozták. A kiskorúak és emberi méltóság védelme tekintetében a jelenlegi egyensúly fenntartása mellett voltak, és egyértelművé vált, hogy a védelmet ki kell terjeszteni a nem lineáris szolgáltatásokra is, csakúgy mint a lineáris nem hagyományos televíziós szolgáltatásokra. A kulturális sokszínűséggel kapcsolatban pedig a konzultációsorozat arra jutott, hogy a napi műsoridő-kvóta nem vihető át az igény szerinti szolgáltatásokra, emellett biztosítani kell ezen szolgáltatások szabad mozgását. A tájékozódáshoz való jog és a rövid kivágások témájában nagy ellentétek mutatkoztak az érdekelt felek között: a közszolgálatiak szerint a jelenlegi, tárgyalásos módszer nem célravezető.

Kétségtelen, hogy a **Javaslat tárgyi hatálya** az, amely kulcs a jelenlegi módosítás megértéséhez, és egyben egy teljesen új szabályozói gondolkodásmódot követel meg, itt a hagyományos médiaszabályozói gondolkodásra utalunk. Így érdemes szemügyre venni a Javaslat definícióját, azaz az audiovizuális médiaszolgáltatás (**AMSZ**) fogalmát. A Javaslat szerint az AMSZ elsőként is szolgáltatás. Több elemzésünkben is felhívtuk a figyelmet arra, hogy az EU elkötelezett az egységes piac kiépítése mellett, melynek fontos része a szolgáltatások piaca. A műsorszolgáltatásról mint az AMSZ hagyományos alaptípusáról ún. Sacchi ügyben³ a Bíróság kimondta, hogy a televíziós jelek terjesztése az EKG Szerződés szolgáltatásokra vonatkozó rendelkezései alá esik, ami egyben azt is jelentette, hogy a műsorszolgáltatás egy lett a kereskedelmi szolgáltatások közül. Ebből az általános környezetből emelte ki 1989-ben a „Televíziózás Határok Nélkül” irányelv (a továbbiakban: TVWF irányelv) a televíziós műsorszolgáltatást, mely – szektorális irányelvként – megpróbált egy egyensúlyi helyzetet teremteni a szolgáltatás kereskedelmi és a kulturális jellege között. A TVWF irányelv 2. cikk 2. bekezdése biztosította ennek a szolgáltatásnak a szabad áramlását, garantálva a vétel szabadságát (freedom of reception), valamint a más tagállamokból származó műsorok terjesztése korlátozásának tilalmát. Ma ugyanezeket az elvek már nem csak a műsorszolgáltatásra, hanem valamennyi AMSZ-re ki szeretnék terjeszteni (Javaslat 2a cikk). Fontos megjegyezni: az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló Javaslat továbbra is szektorális irányelvben gondolkodik, megvédve ezzel az AMSZ kulturális jellegét is, noha a szolgáltatásokról szóló irányelvtervezet eredeti alapjavaslata szerint az általános irányelv hatálya alá tartozva ezt a védelmet nem kapta volna meg. Az, hogy az EK-szerződésnek megfelelő szolgáltatásokról van szó – mondja a Javaslat –, egyben azt is jelenti, hogy valamennyi gazdasági szolgáltatás ide tartozik, még a közszolgálat által végzett gazdasági tevékenység is, ugyanakkor nem tartozik bele a nem gazdasági tevékenység, mint például a „tisztán” magánweblapok

³ C-155/73, Sacchi [1974] ECR 409

Ha az AMSZ további fogalmi elemeit nézzük, akkor magának a **szolgáltatás jellemzőiről** a következőket tudhatjuk meg. Az AMSZ leglényegesebb fogalmi eleme a mozgókép, melynek nyújtása történhet hanggal vagy a nélkül. Láthatjuk, hogy az eredeti irányelvszöveghez képest itt egy sokkal tágabb fogalommal állunk szemben, amely nem csak a hagyományos televíziós műsorszámok szolgáltatását fedi le. A tágabb fogalmi kört jelzi, hogy nem kívánja meg az eredeti irányelv szerinti linearitást az AMSZ-től, mellyel kinyitja a tárgyi hatályt az információs társadalommal összefüggő (ITSZ), egyéni igényen alapuló szolgáltatások irányába.⁴ Utóbbiakat az eredeti irányelv 1. cikk (a) pont harmadik mondata egyértelműen kizárta. A Javaslat preambulumbekézései megerősítik ezt, mondván az AMSZ fogalma kiterjed a szerkesztett (*scheduled*) és az egyéni igényen alapuló (*on-demand*) szolgáltatásokra is. A Javaslat ugyanakkor szűkíti is ezt a tág definíciót, több elemmel is. Egyrészt megjelöli a szolgáltatás nyújtásának célját, melyek a tájékoztatás, szórakoztatás és oktatás, mely célok egyben egybeesnek a közszolgálati műsorszolgáltatás brit modellje, azaz a BBC által 1927 óta vallott elvekkel, valamint a nemzetközi közszolgálati szakmai lobbiszervezet (EBU) törekvéseivel is, mely a közszolgálati műsorszolgáltatás feladatainak ezt a hármasságát vallja. Az uniós szabályozói szövegekörnyezetben éppen ezért meglehetősen furcsának tűnik ez a definíciós elem! Valószínűleg azért került be, mert másként nehezen lett volna elhatárolható az ITSZ-ok nagy részétől. A definíció további szűkítő eleme az, mely szintén az előbb említett célt szolgálja, hogy a mozgóképek hanggal vagy a nélkül történő nyújtása a közönség részére történik. Továbbra is jelen van tehát a nyilvánosság mint kritérium. Itt emlékezhetünk a Marcelino Oreja biztos nevével fémjelzett 1998-as jelentésre,⁵ (Oreja jelentés), mely már egyértelműen foglal állást az egyes szolgáltatásfajták elhatárolásának kérdésében, kimondva, hogy a szolgáltatás természete határozza meg a tartalom szabályozását. Az Oreja jelentés szerint a szabályozás szempontjából az egyes szolgáltatások közötti elhatárolás aszerint történik, hogy amennyiben adott szolgáltatás a nyilvánosság számára nyújt információkat, akkor az nyilvános kommunikációnak minősül, és mint ilyen, alkalmazandók rá ugyanazok a közérdeket szolgáló elvek, melyekre a tradicionális műsorszolgáltatás is épül. Így tehát az 1998-ban megfogalmazott elvhez hűek maradtak a Javaslat készítői. Másrészt a Javaslat preambulumbekézései is utalnak arra, hogy itt kifejezetten tömegmédiá szolgáltatásokról van szó, amelynek viszont alapvető kritériuma a nyilvánosság. Az AMSZ fogalmának lényeges eleme még a terjesztés módja, mellyel kapcsolatban a technológiasemlegesség elvét követve egyszerűen elektronikus távközlési hálózatokról beszél a Keretirányelv fogalmát használva.⁶

A Javaslat továbbá kitágítja a **műsorszolgáltatás** mint AMSZ **fogalmát** is a tradicionális műsorszolgáltatási fogalomhoz képest. A digitális környezetben ugyanis a műsorszolgáltatás terjesztési hálózattól független szolgáltatássá vált, melynek így a legmeghatározóbb jegye linearitása, illetve a lineáris műsorfolyam szerveztőjének, összeállítójának tevékenysége, azaz, hogy utóbbi befolyásolja a tartalom közzétételét: a közzététel időpontjának megválasztásával és a tartalmak műsorba szerkesztésével. Ha most a műsorszolgáltatás fogalmának értelmezésére vonatkozó 2005 júniusi bírósági ítéletet felidézünk,⁷ akkor azt láthatjuk, hogy annak következtetése visszaköszönnek a Javaslatban. Utóbbi ítélet ugyanis az NVOD szolgáltatást éppen annak linearitása (azaz nem a néző által megválasztható időpont)

⁴ Id. Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a műszaki szabványok és szabályok terén történő információszolgáltatási eljárás és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályok megállapításáról szóló 98/34/EK irányelvvél módosított 98/34/EK irányelv 1. cikk 2. bekezdését.

⁵ Id. "The Digital Age: European Audiovisual Policy." Report from the High Level Group on Audiovisual Policy, chaired by Commissioner Marcelino Oreja. 26.10.1998. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy

⁶ Id. 2002/21/EK irányelv 2(a) cikk.

⁷ Judgement of the Court in Case C-89/04 Mediakabel BV v Commissariaat voor de Media

miatt sorolta a műsorszolgáltatás fogalmi körébe.⁸ Az AMSZ-ek másik csoportja, a nem lineáris (audiovizuális média) szolgáltatások ugyanakkor az ITSZ-ek körébe tartozik, hiszen a tartalom feletti ellenőrzés átkerül a fogyasztó kezébe. A Javaslat, ha úgy tetszik, az ITSZ-ek köréből emel ki egy csoportot és erre a csoportra sajátos tartalomszabályozási normákat állapít meg.

A Javaslat tovább tisztázza a tárgyi hatályt preambulumbekzdéseiben, hiszen beszél azokról a szolgáltatásokról, melyek **nem tartoznak** a Javaslat hatálya alá, így kizárja a **magánlevelezést** (korlátozott számú címzett részére) és az olyan szolgáltatásokat, melyeknek nem audiovizuális tartalom terjesztése a célja (pl. ahol az audiovizuális tartalom pusztán kísérője, **jároléka** a szolgáltatásnak), valamint az **újságok, magazinok elektronikus változatát, a hangátvitelt és rádiózást**. A Javaslat mindemellett segítséget nyújtva a jogalkalmazóknak, példákat is hoz a Javaslat hatálya alá tartozó szolgáltatásokról, így a lineáris szolgáltatásokba beleérti a hagyományos műsorszolgáltatást, az IPTV-t, a streaminget és webcastingot. A nem lineáris szolgáltatások között pedig a VOD-t említi.

A Javaslatnak az AMSZ fogalmával elért hatálybővítése – mely egyben a horizontális tartalomszabályozási koncepció érvényre juttatása – a **kétszintű szabályozás** bevezetését is magával hozta, hiszen a letöltési szolgáltatásokra – éppen nem lineáris voltukra tekintettel – nem alkalmazhatóak a lineáris műsorszolgáltatásra kialakított szabályok. Így egyrészt egységes követelmények (minimum szabályok) kerültek megfogalmazásra valamennyi AMSZ-re vonatkozóan, illetve speciális, részletes szabályok a lineáris műsorszolgáltatás vonatkozásában. Az egységes szabályozást (általános vagy valamennyi AMSZ-re irányadó minimumszabályok) a joghatóságra, a vétel és annak korlátozására, a tagállami szigorúbb vagy részletesebb szabályozásra, a társszabályozásra, a szolgáltatás azonosíthatóságára, a jogtulajdonosok, a kiskorúak és emberi méltóság védelmére, az európai gyártás ösztönzésére, a kereskedelmi kommunikáció alapvető feltételeire, a termékelhelyezésre vonatkozó szabályok alkotják. Az említett területeken belül részletesebb (kvóta szabályok, kiskorúak védelme, reklám és támogatás szabályok/tilalmak), illetve azoktól eltérő (rövid tudósításokhoz való jog, válaszadás joga) szabályok alkalmazandók a lineáris AMSZ-re, azaz a műsorszolgáltatásra.

A Javaslat **közérdekű céloknak** nagyfokú védelmet biztosít különösen a kiskorúak védelme és az emberi méltóság terén. Ezen a területen új kihívásokkal kell szembenézni az új platformok és szolgáltatások tekintetében. A Javaslat szerint egyfelől egyensúlyt kell elérni védelem és kifejezés szabadsága között, másrészt kimondja, hogy a cél a megfelelő szintű védelem biztosítása, különösen a nem lineáris tartalmak esetén, de úgy, hogy ugyanakkor a felnőtt tartalmak közzétételét ne tiltsa meg. A Javaslat 3d cikke ezt úgy fogalmazza meg, hogy a tagállamoknak megfelelő eszközökkel biztosítaniuk kell, hogy a joghatóságuk alá tartozó szolgáltatásokat nem teszik elérhetővé olyan módon, mellyel azok súlyosan károsíthatják a kiskorúakat. Mindemellett a Javaslat hozzáteszi: a kiskorúak és a közérdek védelme nem kívánja meg szükségszerűen az AMSZ előzetes kontrollját.

A fent említettekből ki kell még emelnünk a **kereskedelmi kommunikációt**, amely az AMSZ-ek jövőbeni finanszírozása miatt igen fontos terület. Már 2004 tavaszán, amikor megjelent az új reklámozási technikákkal kapcsolatos bizottsági Értelmező Közlemény,⁹

⁸ Az ítéletet részletesebben ld.. Nyakas Levente: A televíziós műsorszolgáltatás fogalmának értelmezése - az Európai Bíróság C-89/04 ítélete in: Infokommunikáció és jog, 2005. 5. sz. 175-177.o.

⁹ ld. Elemzés (2004. március-április) 25-27.o.

előrelátható volt, hogy ezen a területen az európai audiovizuális szabályozásnak – a közérdek fenntartása mellett – mindenképpen nyitnia kell egy rugalmasabb szabályozás irányába, hiszen a digitális környezet felboríthatja a hagyományos szabályozás által legalizált finanszírozási rendszert, különösen az ingyenesen kínált kereskedelmi szolgáltatások esetében. Az Értelmező Közlemény egyébként az új technikákkal kapcsolatosan kialakult tagállami gyakorlatokat vizsgálta meg és hagyta jóvá. A Javaslatban a nyitást jelzi például, hogy műsorszolgáltatás esetében eltörölték a napi mennyiségi korlátot, de kétségteljesen a Javaslat leginkább vitatott lépése a termékelhelyezés legalizálása.¹⁰ A legalizálás legvehemensebb ellenzői között találhatjuk Németországot. A német tartományi médiahatóságok közös szervezetének (DLM) elnöke, Wolfgang Thaenert a Javaslat ezen pontjával kapcsolatban például kifejtette,¹¹ hogy a műsorkialakítás függetlensége érdekében elengedhetetlenül fontos a reklám és műsor elválasztásának alapelve. A német jogban, mondja Thaenert, az elválasztási és azonosíthatósági elv beépült a sajtó- és műsorszolgáltatási jogba, éppen ezért Németországnak harmonizációs gondokat fog okozni a Javaslatnak ez a rendelkezése. A termékelhelyezést Thaenert csakis a filmipar erősítésére szánt eszközként tudja elfogadni, amely segítséget nyújt az amerikai filmgyártás ellensúlyozásában, azonban más médiatartalmakba ágyazottan nem.

A másik kiemelendő területe a Javaslatnak, hogy megjelenik benne új elemként a **médiahatóságok szerepe** és a **társszabályozás** kérdésköre. A szabályozóhatóságok Javaslatba kerülésének ténye több mindent is jelent. Egyrészt munkájuknak jelentőségének elismerését és rögzítését az új audiovizuális rendszerben, melyet egy független/„távolságtartó” magatartással jellemezhetnénk, hiszen a Javaslat egyértelműen rögzíti, hogy úgy kormányzattól, mint a piaci szereplőktől biztosítani kell függetlenségüket (Jav. 23b 1. bek.). Ez a függetlenség abban is kifejeződik, hogy a Javaslat szakmai együttműködési (információsztársági) kötelezettséget ír elő számukra a Bizottsággal és más tagállami szabályozóhatóságokkal a Javaslat alkalmazásával kapcsolatban (Jav. 23b 2. bek.). Ugyanakkor nem tisztázott, hogy ez a kötelezettség pontosan milyen információk szolgáltatására terjed ki. A Keretirányelv szabályozóhatósági modelljéhez¹² viszonyítva, mely jellegzetesen a távközlési tevékenység és piac felügyeletére szabott, azonban azt mondhatjuk, hogy nem határolta le tevékenységi körét a tartalomszabályozással foglalkozó hatóságnak, hiszen hiányoznak a Javaslatból részletes kötelezettségek, alapelvek. Mindez annak is elismerése, hogy a tartalomszabályozás továbbra is tagállami hatáskör. A társszabályozást az alapelvek között rögzíti a Javaslat (3. cikk 3. bek.), a tagállamok részére kötelezettséggént írja elő annak elősegítését, és két feltételt szab velük szemben: a széleskörű elfogadottságot, illetve a hatékonyságot. Ezen célok megvalósításában kulcsszerepe van egy digitális környezetben működő szabályozóhatóságnak, melyre éppen a Javaslat által biztosított függetlenség a garancia. A szabályozóhatóságok feladatkörével kapcsolatban ugyanakkor felmerül egy másik jelentős kérdés, nevezetesen, hogy milyen szerep vár rájuk a nem lineáris AMSZ-ek azonosíthatóságával kapcsolatban (Jav. 3c cikk). A Javaslat 29. preambulumbekzdése utalva a szolgáltatások azonosíthatóságának követelményre azt mondja ugyanis, hogy a tagállamokra hárul annak megoldása, hogy miként biztosítják az egyes szolgáltatások azonosíthatóságát. Az azonosíthatóság alapvetően jogbiztonsági követelmény, hiszen egy jogállamban megfelelő információk állnak rendelkezésre, hogy a közzétett tartalmakért ki viseli a felelősséget. Míg a lineáris szolgáltatások esetén (illetve a sajtóigazgatásban) már kialakult rendszer a regisztráció, azaz az adott műsorszolgáltatás alapvető adatai megtalálhatók a hatáskörrel rendelkező médiahatóság nyilvántartásában, addig

¹⁰ A termékelhelyezésről még ld. jelen Elemzés 5. pontját.

¹¹ Id. http://www.alm.de/index.php?id=34&backPid=67&tt_news=322&cHash=c850811497

¹² Id. Keretirányelv II-III. Fejezeteit

a nem lineáris szolgáltatások esetén ez nem így van. Amellett, hogy ez a probléma könnyen megoldható, mindenképpen jelezni kell, hogy jelentős költségigénye van az ilyen típusú nyilvántartási rendszer létrehozásának és működtetésének.

Összegezve tehát elmondható: a Javaslat által bevezetett AMSZ fogalom a technológiasemlegességet tükrözi vissza, azaz: a szabályozó nem akar diszkriminálni a hasonló tartalmakat szállító különböző platformok között, ezért hasonló szolgáltatásokra ugyanazok az alapvető szabályokat alkalmazza, mellyel azonos szintű mozgásteret biztosít a szolgáltatók közötti tisztességes és erős versenyhez, valamint próbálja az új szolgáltatások virágzását elősegíteni. A trendekről szólva elmondja, hogy az igény szerinti szolgáltatások előretörése figyelhető meg. Jelenlegi szinten ugyanakkor a különböző tagállami szabályozások korlátját fogják képezni a belsőpiaci versenynek, ami egyben jogbizonytalanságot is eredményez, ha a tagállamok közpolitikai megfontolásokból a származási ország elvét kikerülve eltérően szabályozzák ezeket a szolgáltatásokat. A nem harmonizált európai megközelítés egyben azt is jelentené, hogy az érintett vállalkozások a jogbizonytalanság miatt kitelepülnek az EU területéről.

II.

A digitális műsorszolgáltatás

2. A digitális műsorszolgáltatás bevezetéséhez nyújtott állami támogatás – Olaszország és Ausztria

2.1. Az Európai Bizottság az EK Szerződés állami támogatásokra vonatkozó rendelkezése értelmében teljes körű vizsgálatot indított az Olaszországban 2004 és 2005-ben, a digitális dekóderekhez nyújtott támogatások ügyében.¹³ A Bizottság azért emelt kifogást a szóban forgó támogatásokkal szemben, mivel azok állami pénzzel segítettek azon dekóderek vásárlóit, amelyek a digitális földfelszíni technológiával sugárzott műsorok vételét tették lehetővé. A támogatás ebben az esetben nem technológiasemleges, mivel – bár a támogatás elérhető a kábel-technológiához alkalmas dekóderek esetében is – nem áll rendelkezésre a műholdas műsorszugárzásnál alkalmazható dekóderek esetén. A bizottsági vizsgálat célja annak megállapítása, hogy vajon az említett támogatás okozhatja-e a piaci verseny torzulását. Az EK Szerződés állami támogatásokról szóló rendelkezése tiltja a tagállamok számára, hogy olyan támogatásokat, illetve segélyeket nyújtsanak, amelyek torzítják, vagy torzulással fenyegetik az EU egységes piacán folyó versenyt. Az Unió versenyügy biztosa, Neelie Kroes a következőket mondta az ügy kapcsán: „A Bizottság elkötelezett híve a digitális televízióra való áttérés támogatásának és értékeli az interoperabilitást, ám biztosítania kell azt is, hogy az állami támogatások ne vezessenek a földfelszíni-, a kábeles és a műholdas platformok között kialakult piaci verseny torzulásához. Ebben az esetben a támogatás, úgy tűnik, az ingyenesen fogható műsorok szolgáltatóit segíti abban, hogy belépjenek a fizetős televízió piacára.”

2.2. Az RTR-GmbH 2005. december 15-én közzé tette a „**Digitalizálási Alap 2006 és 2010 közötti támogatási koncepciója**”¹⁴ (DOK) elnevezésű tervezetét. A dokumentum felvázolja

¹³ C 52 /2005 - Digital Decoders - Italy

¹⁴ Konzept für die Mittelvergabe aus dem Digitalisierungsfonds der RTR-GmbH für den Zeitraum 2006 bis 2010 Wien, 14. Dezember 2005

az elkövetkező öt esztendő támogatási tevékenységének tervezett súlypontjait. Mindennek alapját az RTR-GmbH-nak, az Európai Bizottság által 2005 márciusában engedélyezett támogatási irányelvei képezik. Ezek az irányelvek előnyben részesítik a platformsemleges alkalmazást. A támogatási súlypontok röviden a következők:

- a fogyasztói szempontokat figyelembevevő intézkedések: 40%;
- a műsorszolgáltatók többletköltségeinek enyhítése: 20%;
- a digitalizálás felgyorsítását szolgáló kutatási projektek: 20%;
- az RTR-GmbH adminisztrációs és kommunikációs kiadásai: 20 %.

A százalékos megosztás a 2006 és 2010 közötti teljes időszakra vonatkozik, ám ez nem tükrözi az évenkénti elosztást. Emiatt éppenséggel lehetővé válik, hogy az egyes évekre vonatkozó súlypontozás eltérjen a fent ismertetett adatoktól, ugyanis a költségek az egyes évek során eltérő mértéket érhetnek el. A 2006-tól 2010-ig terjedő időszakban a Digitalizálási Alap összesen 39 millió euróval gazdálkodhat. Ebben az időszakban folyamatosan ellenőrzik a pénzeszközök említett súlypontjait.

A Bizottság újabb eljárására láthatunk példát, mely a digitális átállás támogatásának kérdéskörében indított/folytatott le. Az eddigi jelentősebb eljárásokból a német¹⁵ és az osztrák¹⁶ zárult le, függőben van a svéd¹⁷ és a jelenlegi olasz ügy is. Az osztrák ügy, melyet egy bejelentési eljárás eredménye, pozitív eredménnyel zárult, míg a német negatívval végződött, melyekről korábbi elemzéseinkben beszámoltunk.¹⁸ Az osztrák eset ugyan példaértékű, ugyanakkor fel kell hívnunk a figyelmet arra a tényre, hogy a digitalizálási alappal kapcsolatos eljárás közel egy és egynegyed évet vett igénybe, melyet, ha a jelenlegi magyar kormányzati törekvések (digitalizálási alap felállítása és 2007-es pályázat) ismeretében szemlélünk, akkor kifejezetten aggasztó a helyzet a megvalósíthatóság szempontjából. De akkor is erre a következtetésre juthatunk, ha az EP által jóváhagyott bizottsági közlemény 2012 elejére előre hozott digitális lekapcsolási időpontra tekintünk.

Az olasz ügy állami támogatás tekintetében valószínűsíthetően tovább fogja tisztázni a támogatás megengedhetőségének kritériumait, bár a tényállás alapján és a német döntés ismeretében nagy valószínűséggel elmarasztaló döntést fog hozni a Bizottság. Ugyanis 2004 és 2005 során Olaszország 200 millió eurót meghaladó összegű támogatást fizetett ki a fogyasztóknak annak érdekében, hogy segítse a digitális dekóderek (set-top-box) megvásárlását, vagy bérlését, ugyanakkor e lépéséről nem értesítette a Bizottságot. A támogatást egyrészt olyan interaktív dekóderekre lehetett igénybe venni, amelyek a digitális földfelszíni technológiával sugárzott műsorok vételét, másrészt ugyanezen műsorok kábelén keresztül terjesztett vételét tették lehetővé. Ebből érzékelhető egyrészt, hogy bár a támogatás közvetlen kedvezményezettjei a végfelhasználók voltak, a lépés közvetett előnyhöz juttathatja a jelenlegi földfelszíni televíziós műsorszolgáltatókat, valamint a földfelszíni terjesztési hálózatokat, azaz a műholdas szórás lehetősége kimaradt a támogatandó körből. A Bizottság osztrák döntésében elismerte, hogy a

¹⁵ C 25 /2004 - DVB-T Berlin-Brandenburg

¹⁶ N 622 /2003 - Fund for Digitalisation

¹⁷ C 24 /2004 - Digital Terrestrial Television in Sweden

¹⁸ Id. Ausztria esetében Elemzés (2005. április) 7-9., Németország esetében Elemzés (2005. november) 13-15.

dekóderek megvásárlásához nyújtható támogatás, ugyanakkor azzal a kikötéssel együtt tette ezt, hogy ha a támogatást bármilyen platformhoz alkalmazhatók set-top-boxok megvásárlására nyújtják, és annak érdekében, hogy az alacsony jövedelemmel rendelkező háztartások se szoruljanak ki a televízióadások vételének lehetőségéből. Érezhető tehát, hogy ezt a típusú támogatásformát azért hagyta jóvá a Bizottság, mert az tiszteletben tartotta az átláthatóságot, a szükségességét, az arányosságot és a technológiasemlegesség elvét.

Ha most az osztrák Digitalizálási Alap (Alap) forrásainak felosztására tekintünk, akkor azt láthatjuk, hogy a legtöbb forrást a fogyasztói végberendezések támogatására különítették el. Ez érthető abból a szempontból, hogy a digitális átállásnak alapvető kérdése, hogy lesz-e megfelelő számú fogyasztó, akiket „kritikus tömeg”-ként is szoktak emlegetni, akikre épülhet a digitális ipar. Ugyanis az új, innovatív szolgáltatások kifejlesztésének költségeit, a szolgáltatások árát és sikerét nagy mértékben befolyásolja a fogyasztók száma. Éppen ezért az Alapból végberendezések finanszírozására folyósítandó összegek ezt a célt, egyrészt a technológiát hamar alkalmazó fogyasztók (*early adopters*) anyagi ösztönzésével, másrészt a rosszabb anyagi helyzetben levő, a gyenge vásárlóerővel rendelkező társadalmi rétegek támogatásával kívánja elérni. Egyenlő mértékben oszlanak meg a Digitalizációs Alap költségvetésében műsorszolgáltatóknak, az innovatív kutatásoknak és az átállás kommunikációjának támogatására folyósítható összegek. A műsorszolgáltatók esetében a támogatás a párhuzamos (analóg-digitális) műsorszórásból (simulcast szakasz) eredő többletköltség enyhítését szolgálja. Az új, digitális piac sikeres építésében jelentős szerepet játszik az innováció, azaz az új, fogyasztóknak tetsző szolgáltatások, alkalmazások kifejlesztése, melyet az innovatív kutatási és fejlesztési projektek finanszírozására elkülönített pénzösszeg szolgál. Meg kell ezekkel kapcsolatban jegyezni, hogy ilyen típusú támogatás, csak társfinanszírozás formájában folyósítható az Alapból, ezzel a kockázati tőkével próbálják biztosítani az állami támogatás tényleges, sikeres felhasználását. Meglepő lehet, hogy ugyanakkora összeg áll rendelkezésre az átállás kommunikációjára, mint az előbb említett két területre, ugyanakkor ez nem véletlen. Amint annak ezt megelőző Elemzésünkben is hangot adtunk, a technikai, jogi és gazdasági feltételek mellett a sikeres átállás kulcsmomentuma a lakosság digitális televíziózással kapcsolatos tájékozottsága, ismeretanyaga. Erre mutatott rá az ausztrál helyzetjelentés is, a megfelelő tájékozottság hiánya rendkívüli károkat okozhat. Ezen belül is – véleményünk szerint – az átállásért felelős szervezeteknek tudatosítani kell, vagy legalábbis fel kell hívni a fogyasztók figyelmét arra az átállás előnyei mellett arra, hogy a technológiaváltás folyamata egyben egy kényszer is.

III.

A közszolgálati műsorszolgáltatás

3. A közszolgálat nemzetközi szerepvállalása – francia nemzetközi hírcsatorna (CFII) felállítása

2005. november 30-án a kormány bejelentette, hogy létrehozza a francia nemzetközi hírcsatornát (chaîne française d'information internationale – CFII), mely 2006 végéig működésbe lép. Ennek érdekében a France Télévisions és a TF1 által közösen működtetett vállalatot hoz létre. A francia nemzetközi hírcsatorna 2006 végéig megkezdte műsorainak sugárzását Európában – így Franciaországban is -, Afrikában, a Közel- és a Közép-Keleten, valamint Ázsiában, Latin-Amerikában és Észak-Amerikában. Műsorszerkezetét hírblokkok, magazinok és stúdióműsorok alkotják, melyeket franciául illetve idegen nyelveken, így angolul, arabul és spanyolul, sugároznak majd. A csatorna fő szerepköre az lesz, hogy kiegészítse a francia nyelvű kultúrákat általánosságban képviselő TV5, valamint a Radio France Internationale (RFI) és az Agence France Presse (AFP) munkáját. A műsorának digitális sugárzása műholdon, kábelen és Interneten is biztosítva lesz.

A közszolgálati műsorszolgáltatók nemzetközi szerepvállalása egyben kifejezője az egyes nemzetek világpolitikai stratégiájának. Októberi elemzésünkben a BBC Világszolgálat¹⁹ új stratégiai terveit mutattuk be, és ha azt összevetjük azt a francia köztársasági elnök, Jacques Chirac nevéhez fűződő francia nemzetközi hírcsatorna terveivel, akkor észrevehetőek átfedések, különösen a megcélzott területek és nyelvek tekintetében. Ha a francia nemzetközi hírcsatorna (CFII) célkitűzéseire tekintünk, válik egyértelművé, hogy Franciaország nemzetközi hírcsatornájával megpróbál egy olyan szerepet eljátszani, amelyet az amerikai CNN vagy amelyet a BBC nemzetközi adásai töltenek be. Pontosabban konkurensévé kíván lenni a világ eseményeinek értelmezésében a két angolszász hatalomnak.

Ez pontosan kiderül Renaud Donnedieu de Vabres, kulturális és kommunikációs miniszternek a csatorna sajtótájékoztatóján mondott beszédében, mondván: ez a hírcsatorna arra hivatott, hogy a hírek sajátosan francia értelmezését nyújtsa a nagyvilág és a külföldön tartózkodó franciák számára, és reprezentálja a franciák által képviselt demokrácia-koncepciót. A csatorna mindezt kiegyensúlyozottan, a francia sikerek megjelenítésével, de a nehézségeket és feszültségeket sem elhallgatva szeretné megvalósítani. A sajátosan francia értelmezési keret egyben azt is jelenti, hogy a nézőket olyan információkhoz juttassa, melyek segítik őket a nemzetközi folyamatok elemzésében. A CFII olyan híreket fog előnyben részesíteni, melyekre a nemzetközi hírcsatornák nem fordítanak kellő figyelmet, így például a Közel-, és a Közép-Keleten, illetve az afrikai kontinensen zajló eseményekre. A csatorna érdekessége, hogy a francián kívül nyit más, tömegnyelvek irányába, ami azt jelenti, hogy igen hamar sor kerül a műsorok angol, arab és spanyol nyelvű sugárzására. Mindemellert a francia kulturális elitizmus megmarad, mely látszik abból, hogy a csatorna kulturális magazinokat és **franciaországi** turisztikai érdekességeket bemutató műsorokat is fog sugározni, igyekszik beszámolni Franciaország tudományos, technikai és gazdasági sikereiről. Mivel a csatorna közpénzből létesül, ezért indokolt, hogy Franciaország területén is fogható legyen. A CFII terjesztési módját a digitális korhoz igazítják, azaz technológiásan minden lehetséges platformon sugározni fogják.

¹⁹ Id. Elemzés (2005. október) 8-9.o.

A csatorna szervezeti felépítésével kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy **önálló szerkesztéssel** fog rendelkezni, melynek saját tudósítói hálózata lesz a világ nagyvárosaiban. Ez mindenképpen szükséges a fent említett önálló, francia értelmezési keret létrehozásához. Így, saját maga gyártja majd a hír- és a képanyagait. Mindemellett kihasználják az „anya csatornák” (TF1, LCI, France2 és France3) technikai kapacitását, sőt külföldön támaszkodhat majd az AFP és az RFI forrásaira is. Finanszírozása is megfelelőnek ígérkezik, hiszen a francia állam elegendő pénzeszközt bocsát a közszolgálati feladatok megvalósítására. Már 2006-ban 15 millió euró támogatást kap, melyből 13 milliót máris átutalnak részére az induláshoz szükséges beruházásokra. A parlament elé terjesztendő költségvetés tervezet szerint a felszerelés és a működtetés költségei elérik a 65 millió eurót. 2007 és 2010 között az állam évi 70 millió eurós juttatást biztosít a csatornának.

IV.

Reklámszabályozás

5. A termékelhelyezés jelentőségének megítélése és bevezetése az audiovizuális szabályozásba – Nagy-Britannia

Az Ofcom 2005. december 19-én konzultációs dokumentumot tett közzé,²⁰ (DOK) hogy így kérje ki az érintett felek véleményét az Egyesült Királyságban működő kereskedelmi televízióknak a termékelhelyezés korlátozott alkalmazási lehetőségeire vonatkozóan. A termékelhelyezés egy bizonyos termék, vagy szolgáltatás fizetség, vagy más értékes ellenszolgáltatás ellenében való bemutatását, vagy az arra való hivatkozást foglalja magában, egy adott műsoron belül.

A termékelhelyezést jelenleg tiltja az Európai Bizottságnak a Határok nélküli televíziózásról szóló irányelve, amely egyébként az audiovizuális tartalom szabályozásának európai szintű keretét biztosítja. Ugyanakkor az irányelv áttekintéséről szóló, december 13-án napvilágot látott tervezetben a Bizottság a televíziós hirdetések szabályozásának liberalizációjára tett javaslatot.

Az Ofcom véleménye szerint a termékelhelyezés bevezetéséhez kapcsolódó óvatos megközelítésnek meglehet a létjogosultsága. Ennek fényében a konzultáció célja annak megvizsgálása, hogyan értelmezhető és alkalmazható a javasolt liberalizáció az Egyesült Királyság műsorszolgáltatási piacán, méghozzá olyan módon, ami a nézőszámára is megfelelő tájékoztatást nyújt, ugyanakkor szavatolja a legfontosabb szerkesztői és műsorfajták védelmét is.

A televízió piacának fejlődése, mint például a személyes videó felvevők (PVR-ek), a nézők és műszaki eszközök diverzifikálódása valamint az igény szerinti video szolgáltatás (*video-on-demand*) megjelenése megkérdőjelezték a hagyományos „spot” hirdetések értékét. Éppen ezért a műsorkészítés jövőbeli finanszírozásának kérdése jogos aggodalommal töltheti el a

²⁰ Ofcom, Product Placement A consultation on issues related to product placement Publication date: 19 December 2005 - Closing Date for Responses: 13 March 2006

kereskedelmi, és azon belül is az ingyenesen fogható műsorokat kínáló műsorszolgáltatókat, mivel ők nem számíthatnak az előfizetői díjából befolyó összegekre.

A műsorszolgáltatás finanszírozásával és a hagyományos finanszírozási rend és erre vonatkozó szabályozás átalakítási kérdéseivel több elemzésünkben is foglalkoztunk. A TVWF irányelv módosítására vonatkozó bizottsági javaslatnak, amint arra jelen Elemzésünkben is utaltunk (ld. 1. pont), az egyik leglényegesebb pontja az elkülönítési doktrína feloldására tett javaslat, nevezetesen a termékelhelyezés (product placement – PP) legalizálása. Nagy-Britanniában egyébként csakúgy, mint Németországban alapvető követelmény a szerkesztett (műsor) tartalom és kereskedelmi tartalom elválasztásának elve. Amint arra a Konzultációs dokumentum is utal, az elválasztási doktrína az első hirdetés megjelenése óta (1955) a brit műsorszolgáltatási rendszer meghatározó alapelve, amely az új Műsorszolgáltatási Kódexbe (2005) is átültetésre került (MK 10 cikk). Mégis az Ofcom úgy döntött, hogy nyitott ezen elv meghatározott keretek között történő felülvizsgálatára.

A Konzultációs dokumentum ennek megfelelően egy kontrollált PP-ről beszél. Ez azt jelenti, hogy a kereskedelmi termékek és szolgáltatások csak úgy jelenhetnek meg műsortartalomba integrálva, hogy azok nem tűnnek ki belőle (*limited prominence*) és megfelelő tekintettel vannak a kontextusra (*due regard to context*). Azt is megállapítja, hogy a jelenlegi EU szabályozási keret implicite tiltja a PP-t, ugyanakkor azt is be kell látni, hogy a digitalizáció miatt új források után kell nézni a kereskedelmi műsorszolgáltatóknak. A PP-ről megállapítja, hogy az nem ismeretlen a televízió nézők számára, hiszen használják az egészestés filmekben, illetve az importált amerikai televíziós játékfilmekben. A konzultáció célja így, hogy vitát generáljon a PP korlátozott bevezetéséről Nagy-Britanniában kereskedelmi csatornán közzétett meghatározott műfajú műsorok esetében.

Az Ofcom Konzultációs dokumentumának egyik fő erénye az, hogy megtudhatjuk belőle már most, hogy az előzetes felmérések alapján az érintettek mit gondolnak a PP-ről, illetve azt is, hogy milyen faktorokat vizsgál meg a szabályozóhatóság a PP megfelelő értékeléséhez. Az utóbbival kapcsolatosan az mondható el, hogy mindenképpen vizsgálni kell a PP bevezetésének kereskedelmi és nézőkre gyakorolt hatását, valamint a szabályozásnak az elválasztási doktrínától az átláthatósági doktrína felé történő fejlődését is. Az Ofcom a PP bevezetésével kapcsolatosan óvatos megközelítéssel él, a kitűzött cél így az, hogy a PP a nézőre gyakorolt hatása a lehető legkisebb legyen, de eközben a műsorszolgáltatókat addicionális bevételekhez juttassa. Ennek megfelelően a szabályozás kialakításánál tisztázni kell, hogy mely műfajokban jelenhet meg egyáltalán PP, azaz hol engedélyezhető. Másrészt a bevezetést szolgáló intézkedéseknek a nézők számára átláthatóságot kell biztosítani. Harmadrészt az Ofcom szerint tisztázni kell, hogyha legalizálásra kerül a PP, akkor szükséges-e fenntartani az indokolatlan mérték (*undue prominence*) doktrínáját. És végül fontos kérdés, hogy milyen mértékben kell a konzisztenciát biztosítani a műsorszolgáltatási reklámkódex szabályaival a PP egyes eseteiben

Mindemellett nem szabad megfeledkeznünk a piac szereplőiről sem, azaz, hogy az ő tevékenységüket mennyiben érinti a termékelhelyezés legalizálása, hiszen a PP egyben átrendezi a hirdetőket, a műsorszolgáltatókat és a független gyártókat viszonyát. A Konzultációs Dokumentum szerint ugyanis ez lesz az első alkalom, hogy producereknek lehetősége nyílik arra, hogy közvetlenül tárgyalhassanak a marketingköltségekből való piaci részesedésről. Érdekes képet kapunk tehát, ha megnézzük, hogy az egyes piaci szereplők miként viszonyulnak a PP kereskedelmi televíziózásba történő esetleges bevezetéséhez.

Ami a **PP ügynökségeket**²¹ illeti, vegyes reakciók láttak napvilágot az Ofcom által tartott előkonzultációs eljárásban. Vannak közöttük olyan ügynökségek, amelyek félnék a fizetett televíziós termékelhelyezéstől. A félelem fő forrása az, hogy a jellemzően ingyenesen nyújtott termékek fizetössé tétele arra készteti a reklámozókat, hogy garanciákat kérjenek az adott termék vagy szolgáltatás médiaértékére a szerkesztőktől a beruházásért cserébe, amely viszont lehetséges, hogy a jelenleg ingyenesen elérhető termékelhelyezések mértékét csökkenteni fogja, minthogy nagyobb lehetőségek lesznek a fizetettben. A jelenlegi rendszer szerint a műsorkészítő teljesen ellenőrzése alatt tartja a termékelhelyezés folyamatát, és a hirdetőnek nincs beleszólása: a szerkesztésbe, a közzététel időpontjába és a termék műsorszámába való elhelyezésébe. Az ügynökségek továbbá az előkonzultációk során hangsúlyozták, hogy munkájuk hozzáadott értéket képvisel (tanácsadás, a termék megfelelőségének biztosítása, igény a termék iránt, tárolás, a jogszabályoknak megfelelő beillesztés és monitoring), és szerintük a műsorszolgáltatók nem mérték fel megfelelően (alulbecsülték) a pénzügyi/tárgyalási költségeket, melyek így túlszárnyalják a PP-ből származó nyereséget.

Ha a **műsorszolgáltatókra** tekintünk, akkor ők láthatóan egyöntetűen támogatják a PP-t és kérik az előtte lévő akadályok elhárítását. Felismerték ugyanakkor, hogy a termékelhelyezés kihatással lehet a műfaji palettájukra, hiszen vannak olyan műfajok, melyekben kevesebb a potenciál a PP oldaláról nézve, ugyanakkor azt is észlelték, hogy szerény bevételt lehet a PP-ből realizálni, így az kialakított brandjüket nem veszélyezteti. A leginkább szóba jöhető műfajok: a televíziós játékfilmek (különösen a szappanoperák), a szórakoztató műsorok, a játék showk, és a magazinműsorok. Észlelték azt is, amelyről fentebb a PP ügynökségek más aspektusból beszéltek, hogy a PP igen költséges médiatermék az adminisztráció szempontjából. Itt egyrészt az adott termék/szolgáltatás megjelenítésének pontos meghatározására és mérésére gondoltak. Ugyanakkor az USA-ban erre szakosodott mérő ügynökségek vannak (Nielsen és VNU), amelyek mérnek minden felvett brand-típust és a megjelenítésének mértékét, a vizuális és verbális dimenzióját, szereplői interakciót, az időtartamot, a brand láthatóságát és exkluzivitását, és a cselekménybe ágyazottság szintjét. Másrészt felismerték azt is, hogy a költségek nagy részét teszi ki adott termék logisztikája.

A **hirdetői oldalt** tekintve egyetértés mutatkozott abban, hogy a PP-ért a gazdagabb célközönséget célzó hirdetők jobban lelkesednek, mint a kevésbé tehetőseket célzók, azaz például a mindennapi fogyasztási cikkek reklámozói. Az utóbbiak, azaz a mindennapi vagy gyorsan forgó fogyasztási cikkek (*fast moving consumer goods*) reklámozói nem fűznek túl nagy reményt a PP-hez mondván egy öt másodperces megjelenítésnek nincs nagy médiaértéke, amikor a néző a cselekményre koncentrálna. Véleményük szerint a PP sikeréhez vezető út a termék cselekménysorba integráltsága, amely például egy mosópor esetében igen nehéz, továbbá a televíziók célja műsorai védelme, és a nyilvánvaló termékelhelyezés a nézők elvesztéséhez vezet és végsősorban a televíziós gyártást károsítja meg. Ezzel szemben a gazdag demográfiai célcsoportokra szakosodott hirdetők nagyobb fantáziát látnak a PP-ben, hiszen eddig is jelen voltak a mozifilmekben, ezért nyitottak a kereskedelmi televíziók ilyen irányú új piaci lehetőségeire.

²¹ Ezek az ügynökségek a filmiparban lényegében teljeskörűen intézik a termékek és szolgáltatások elhelyezését az egyes filmekben.

A **független gyártók** eltérő vélemények voltak a PP-ről, egyik részük üdvözöli, mondván, hogy megtöri azt a kötöttséget, amelyben eddig a műsorszolgáltatók voltak, érte ezalatt, hogy csak meghatározott részesedésük lehet jelenleg a hirdetőkből. Mindemellet tárgyalásokat kell kezdeményezni a független gyártók és a műsorszolgáltatók között, hogy miként osszák meg a PP-ből keletkező jövedelmet, melyből valószínűsíthetően a műsorszolgáltatók fognak jobban részesülni. A független gyártók másik csoportja viszont úgy gondolja, hogy a PP indokolatlan nyomást fog elindítani a televíziók részéről feléjük meghatározott termékek a műben történő elhelyezésének tekintetében, mely viszont a mű integritását sérti. Ennek megfelelően úgy gondolják, hogy a termék márkájának kiválasztását adott jelentnek kell meghatározni, melybe integrálni szeretnék, mint inkább a terméknek, amiért fizetnek.