

TÉZISFÜZET

Puporka Lajos Gergely

KÖZÖSSÉGI TELEVÍZÓZÁS A MAGYARORSZÁGI MÉDIASZINTÉREN

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Bölcsészettudományi Kar

Filozófiatudományi Doktori Iskola

Doktori Iskola Vezetője: Prof. Dr. Ullmann Tamás

Film –, Média – és Kultúraelméleti Doktori Program

Doktori Programvezető: Prof. Dr. György Péter

Témavezető: Dr. Gosztonyi Gergely

Budapest, 2021

Hipotézisek

A disszertáció a közösségi televíziózás szerepét vizsgálja a magyarországi kommunikációs szintéren. A disszertáció azzal a céllal vizsgálja a Magyarországon működő közösségi televíziókat, hogy átfogó képet adjon működésükről, és a médiatudományban keletkezett elméletek gyakorlati megvalósulásáról.

Bemutatja a közösségi televíziók gazdasági helyzetét, tulajdonviszonyait, valamint azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják műsorpolitikát, illetve a közösségben betöltött szerepet. Tudomásom szerint, eddig még nem készült ilyen átfogó tanulmány a közösségi televíziókról hazánkban.

Értekezésemben azt vizsgálom, hogy a szakirodalomban és az Európai Unió egyes ajánlásaiban megjelenő, jelentős elvárásokat megfogalmazó formákkal és normákkal ellentétben mára a magyarországi közösségi lineáris audiovizuális szolgáltatásokról bizonyítható:

1. Csoportosításra vonatkozó hipotézis: a közösségi televíziók Magyarországon a vételkörzetük alapján mutatnak jelentős különbséget a médiatudományban jelentkező vélekedésekkel ellentétben, ahol célcsoportra, a tulajdonosi körre, műsortalalomra helyeződik a hangsúlyt. Ezek a kritériumok nem alkalmasak csoportosításukra, jellemzésükre. Ezzel ellentétben a Magyarországi közösségi televíziók területi lefedettségük alapján elkülöníthetőek.

2. Tulajdonosi kör hipotézise: tulajdonosaik között a médiatudományban kívánatosnak tartott civil szervezetek helyett üzemeltetőik profitorientált gazdasági társaságok. Amelyek mögött magánemberek és önkormányzatok állnak.

3. Finanszírozás hipotézise: nem nézői adományokból és pályázatokból tartják fenn magukat és fedezik működési költségeiket. Azt gondolom, hogy bevételeiket a piacról, a tulajdonostól és állami támogatásokból szerzik.

4. Érdekképviselő hipotézise: a közösségek érdekei helyett főként a tulajdonos eszméit terjesztik és gyakran politikai érdekek és játszmák alanyai. A célcsoport kevés befolyással bír működésükre, műsortartamukra.

5. A kapuőr hipotézis: működésükre nem jellemző, hogy műsoraikat amatőr módon készítik. Ezzel szemben azt vélem, hogy a kornak megfelelő technikai és tartalmi szintű műsorokat gyártanak. A műsor készítők közt ritka az önkéntes munka, és kevesen vesznek részt a közösség tagjai közül a programok gyártásában. Úgy gondolom, hogy jellemzően szakképzett és

professzionális műsorgyártók dolgoznak a televízióknál professzionális eszközöket használva. Így kapuóri szempontból a fősodorbeli médiához hasonlít működésük.

6. A csökkenő ismertség hipotézise: a közösségi televíziók nézettségük csökkenő tendenciát mutat, amiben jelentős szerepet játszik az utóbbi évtizedekben megjelenő szociális média térhódítása is.

7. Az érdekképviselő nélküli cigány televízió hipotézise: az első magyarországi cigány televízió is kereskedelmi csatornaként működik és nem célja a közösség reprezentálása, érdekképviselőtének felvállalása. Fő célja a zeneszolgáltatás. A média törvény egyik fő hiányossága, hogy országos terjesztésű televíziók nem szerezhetnek közösségi státuszt.

A tézisek vizsgálatától azt remélem, hogy sokkal realisabb kép alakul majd ki a közösségi médiáról, és tisztán láthatjuk működésének sajátosságait. Ezt azért tartom fontosnak, hogy a közösségi médiát és televíziózást illetően ne ringassunk senkit téveszmékbe. Pótolni igyekszem azt a hiányosságot, hogy a területről kevés adat áll rendelkezésre. Azt gondolom, csak így tudjuk összevetni más országok tapasztalataival a magyarországi helyzetet és így indulhat el a média e szegmenséről realitásokon alapuló értelmes diszkusszió. Mások pedig folytathatják majd a disszertáció gondolatmenetét és alapul használhatják összehasonlításokban és tanulmányokban.

Megállapítások

1 A helyi és körzeti közösségi televíziók működésének vizsgálata során jelentős eltéréseket tapasztaltam a médiumok között. A médiatudományban eddig nem szerepelt a közösségi médiával kapcsolatban a vételkörzethez kapcsolódó felosztás, illetve csoportosítási lehetőség. A tudósok korábban gyakran egy-egy médiumot tanulmányoztak és e során a tematikára, működési sajátosságokra, egyes tulajdonságra fektették a hangsúlyt. Kutatásom azonban rámutat arra, hogy teljesen másként működnek a körzeti közösségi adók, mint a helyi közösségi televíziók a magyarországi médiaszíntéren. Szerintem ez magyar sajátosság is lehet, amit a történelmi fejlődés és a médiaszabályozás alakított ki. Átfogó vizsgálathányában, nem lehet tudni, hogy Európa más országaiban, vagy a tengerentúlon hasonló jelenséget figyelhetünk-e meg. A felmérésemből azonban világosan kiderül, hogy a helyi televíziók között a közösségi adók száma csak a negyede a kereskedelminek. A magyar médiaszíntéren szereplő körzeti közösségi adók közt viszont már egyharmaddal több a közösségi, mint a kereskedelmi televízió. Az gondolom ez egy lényeges különbség, ami arra mutat rá, hogy helyi szinten a közösségi státusznak

Magyarországon nincs akkora „vonzereje”, mint körzetiéknél. Ez nyilván összefüggésben van a magyar hatályos média szabályozásban foglalt előnyökkel.

A helyi közösségi médiaszolgáltatók a közösségi státusz választásánál az előnyök közül a nagyobb pályázati lehetőséget, majd a sugárzási díj alóli mentességet, végül a kábelszolgáltatókkal való kedvező szerződési feltételt választották. A kutatás rámutatott arra, hogy a körzeti közösségi televízióknál a legtöbbször a sugárzási díj alóli mentességet, majd a műsorterjesztők törvényben garantált szerződéskötési kötelezettségét és a nagyobb pályázati lehetőséget tartották. Ismételten fel kell hívni a figyelmet arra, hogy ezek a megállapítások a Magyarországi tapasztalatokon alapulnak.

Jelentős különbségként vehető észre, hogy a körzeti közösségi adók tematikája szélesebb tartományt fed le, mint a helyi adóké. Hiszen a helyi körzeti adók – Apostol Televízió kivételével – mind területi-települési televíziók. A körzeti adóknál azonban találhatunk vallási csatornákat, amelyek egy társadalmilag szűk rétegnek készítik műsoraikat, és felekezeti tartalmakat gyártanak közösségeik számára. Itt akad olyan televízió is, amely vallási tematika mellett felvállalja a nyílt politikai ellenzéki szerepet és alternatív eszméket terjeszt. Ebben csoportban kisebbségi adó is van, amely a határon túl élő magyarság érdekeinek és média igényeinek megfelelően működik. Ebben a kategóriában található regionális médiumok is kielégítik a közösségi média tudományos feltételeit, amelyek elismerik a területi alapon történő szerveződés létjogosultságát. Ezeknél a médiumoknál nem bizonyítható központi állami forrású finanszírozás dominanciája. Noha ezeknek a csatornáknak is vannak támogatási szerződéseik a sugárzási területeiken található önkormányzatokkal, de mivel egyszerre több önkormányzattal állnak kapcsolatba, és rendelkeznek üzleti, valamint a műsorterjesztőktől származó bevétellel is. Céljuk ugyan egy általános jellegű tájékoztatás nyújtása, de a célközönségük egy adott területen élőkre korlátozódik. Ebben a csoportban találunk olyan televíziókat is, amelyeknek közösségi értéke enyhén fogalmazva megkérdőjelezhető. A természetvédelem és a torna és az általános kultúra terjesztése nem tekinthető olyan elemnek, amely tudományos szempontból kielégítené a közösségi médium feltételeit és a disszertációban körbeírt tulajdonságait. Ezek a televíziók a törvényi szabályozás pontatlansága, és az törvény által biztosított előnyök kihasználása miatt, esetleges politikai támogatás következtében kerülhettek be a közösségi csatornák körébe. A helyi közösségi televíziók esetében – néhány példaértékű – kivételtől eltekintve kijelenthető, hogy teljes mértékben a helyi politika befolyása alatt állnak. Műsoruk tematikája a közszolgálati kritériumok egyes

elemekre korlátozódik. Többségük a helyi politikai eseményeket, sugározza. Finanszírozásuk szinte kizárólagosan a helyi hatalomtól függ. A médiatudományban megfogalmazott kritériumok közül csak a területiség elvét teljesítik, tehát közönségük egy szűk rétege a társadalomnak.

Legjelentősebb különbség a két csoport között azonban a tulajdonosok terén jelentkezik. A körzeti közösségi televíziókat profitorientált társaságok üzemeltetik. A bevételeik között jelentős helyen szerepelnek az üzleti tevékenységből származó források. Ugyan a pályázati bevétel is jelentős esetükben, de a források nagyobb hányada a műsorterjesztőktől származik. Ugyan sok esetben rendelkeznek a vételkörzeteikben lévő önkormányzatoktól származó bevétellel, de ezt szolgáltatási szerződések révén kapják. Összegezve bevételeik változatosak és sok forrásból adódnak össze.

A helyi körzeti televíziók esetében is a profitorientált társasági forma dominál. A rögzített tapasztalatok azt mutatják, hogy a helyi közösségi csatornák jelentős mértékben önkormányzati tulajdonban állnak, gyakran többszörös tulajdonosi kapcsolódás révén. Ezek működési költségeit is nagyrészt a helyi települések önkormányzatai fizetik, nem jellemző körükben a reklám, vagy a terjesztői bevétel.

2. A kutatásból kiderült, hogy alig tapasztaltam erős kötődést a közösségi televíziók és az általuk megcélzott közösség között. Gyakori tapasztalat volt, hogy telefonokra és elektronikus üzenetekre nem válaszolnak. Megkérdőjelezhető a televíziók kapcsolata a közönségeikkel. Nem volt ez mindig így, hiszen a közösségi televíziózás kezdeti szakaszában a 90-es évek elején a pécsi és gazdagréti televízió munkáját elemző kutatás még arról számolt be, hogy az adásokat sokan nézték, a célközönség aktívan részt vett a műsorfolyam gyártásában. Feltételezésem szerint a megjelenő új internetes média jelentősen befolyásolhatta negatív irányba ezt a folyamatot.

Részben kivételt képeznek a megállapítás alól a körzeti közösségi vallási csatornák, amelyek jelezték, hogy állandó kapcsolatban állnak a hívőket képviselő felekezeti egyházakkal. Emellett azonban azt állították, hogy ezek a szervezetek nem befolyásolják a működésüket. A kutatásból kiderül, hogy a televízió tulajdonosok, újságírók döntenek a médiumban megjelenő tartalmakról. Kapuőr szerep szempontjából hasonlítanak a fősodorbéli médiára. Politikai

szerepüket illetően függetlennek vallották magukat. Nagyon kevés kivételtől eltekintve közösségszervező szerepük is elhanyagolható.

A helyi közösségi televíziók esetében a legnagyobb számban önkormányzatokat találunk tulajdonosi szerepben. Ezzel megkérdőjelezhető a helyi közösségi televíziók politikai függetlensége, hiszen elsősorban a tulajdonosaik érdekeit szolgálják, nem pedig a közönségeikét. Ezeket a televíziókat angol kifejezéssel élve, inkább helyi public televízióknak kellene nevezni, mint community csatornáknak. Tevékenységükben inkább a települések önkormányzatait szolgálják, mint a helyi lakosság önazonosságtudatát. A helyi közösségi médiaszolgáltatók többsége politikailag függetlennek tartotta tevékenységét, de a kutatásból kiderült, hogy talán egy-két kivételtől eltekintve az önkormányzatok teljes mértékben befolyásolják ezeknek a csatornáknak a tevékenységét (témaválasztás, vezetőkijelölés, finanszírozás). A helyi hatalom a magántőkéből indult kezdeményezésekkel is szolgáltatási szerződést köt és finanszírozza működésüket. Nem csak a vezetőket jelölik ki az önkormányzatok, hanem a műsorok tartalmába is jelentős beleszólással bírnak. Gyakorlatilag kapuórság szempontjából sem különböznek a fősodorbeli média jellemzőitől.

3. A médiaelméletekben preferált civil tulajdonosi szerkezet mindkét médiatípusban nagyon ritka és a magyar jogi környezetben egy televízió működtetéséhez nem is ez a legmegfelelőbb cégforma. Az ilyen tevékenységre a nonprofit jellegű gazdasági cégek a legalkalmasabbak, ahol a tulajdonos nem vehet fel osztalékot, a nyereséget vissza kell forgatni a működésbe. A jogszabályok civil szervezeteknek is engedik a gazdasági tevékenység folytatását, de adóügyi szempontból nehéz különválasztani a társadalmi szerepvállalásból, az ehhez kapcsolódó projektvégrehajtásból származó támogatások és a gazdasági tevékenységből érkező bevételek elkülönített kezelését.

A körzeti közösségi televíziók egy kivételtől eltekintve gazdasági alapon szerveződtek, ezt a működtető médiaszolgáltató cégformája tükrözi. Ezek a cégek profitorientáltak, és bevételeik maximalizálására törekednek. Közel háromnegyedük kft, negyedük zrt, és mindössze egy televízió működik nonprofit gazdasági formában. A magyarországi helyi közösségi lineáris audiovizuális szolgáltatók nagyobb része is a profitorientált üzleti szférába tartozik. Ezeknél a csatornáknál a profitorientált cégek mögött azonban többségben az önkormányzatok állnak.

Törvény javaslatként megfogalmazhatjuk, hogy a közösségi műsorszolgáltatás elnyerésénél feltételként kellene előírni, hogy a médiaszolgáltató nonprofit jellegű. Ez főként nonprofit gazdasági társaságokat jelentene. Ezzel ugyanis elkerülhető lenne az a helyzet, hogy a tulajdonos jövedelemszerzésre használja a közösségi csatornát.

4. A körzeti közösségi televíziók finanszírozására jellemző, hogy jelentős szerephez jut az üzleti bevétel. Akad köztük olyan is, amely nem rendelkezik csak üzleti jellegű bevétellel. Az üzleti bevételek három csatorna esetében meghaladják az összes más jellegű bevétel arányát. Az üzleti típusú bevételek elsősorban a műsorterjesztőtől származnak, amelyek fizetnek a tartalomgyártásért, illetve műsorgyártásból keletkeznek. Általánosságban elmondható, hogy egy kivételtől eltekintve egyik körzeti közösségi televízió sem tudja kihasználni a rendelkezésre álló reklámidőt, ami törvényi szabályzás következtében óránként hat perc lehet. A reklámozók elsősorban kis vállalkozások, illetve társadalmi célú közlemények készítői, de a tulajdonosi kör is a megrendelők közt szerepel. A Bonum Televízió esetében kiemelkedő az adomány szerepe a finanszírozásban, amely a legtöbb bevételhez juttatja a televíziót, náluk a pályázati bevétel a második helyen áll

Nettó árbevétel alapján elmondható, hogy a körzeti közösségi lineáris audiovizuális szolgáltatók fele alig termeli ki a működéséhez szükséges anyagi forrásokat. A szolgáltatók másik fele gazdaságilag életképes, és alkalmas a mindennapi működés biztos finanszírozására. A helyi közösségi lineáris audiovizuális médiaszolgáltatók 35 százaléka tartozik az igazán kicsi televízió üzemeltetők közé: ezeknek a kis cégeknek a nettó árbevétele éves szinten nem haladja meg a 30 millió forintot.

A helyi közösségi médiaszolgáltatók mintegy 40 százaléka rendelkezik 30 millió forintnál nagyobb árbevétellel, amely azt sugallja, hogy tulajdonosi körükben önkormányzatok szerepelnek, vagy valamilyen szolgáltatási keretszerződés alapján a települések finanszírozzák tevékenységüket. Adományra, illetve a közösségi finanszírozásra a kutatás nem talált példát.

Azt leszögezhetjük, hogy ezeknek a csatornáknak a piaci szerepe rendkívül kicsiny. Képtelenek lennének a támogatások hiányában fennmaradni. Mindössze két televízió nyilatkozott úgy, hogy képes kihasználni a rendelkezésére álló reklámidőt. A többi csatorna képtelen a teljes reklámidejének értékesítésére. A két csatornánál a helyi kis cégek, a lakosság és a civil szervezetek

szerepelnek a reklámozók között. A helyi közösségi televízió között egy sem akad, amely ellenszolgáltatást kapna a kábelszolgáltatótól a műsorfolyam készítéséért.

5 A körzeti és a helyi közösségi televíziók mindegyikénél lezajlott a digitális átállás. A válaszadó csatornák mindegyike HD, vagy SD jelet ad ki a terjesztőknek. Általánosságban elmondható, hogy a médiaszolgáltatók technikailag jól felszereltek, megfelelő nagyságú stúdióterrel, elegendő HD kamerával és vágóberendezéssel rendelkeznek. A technikai fejlesztéseket jelentős mértékben az NMHH pályázatai támogatják. Mindegyik rendelkezik weboldallal és közösségi médiamegjelenéssel.

A közösségi szolgáltatók bejelentett alkalmazottak tekintetében nem tartoznak a jelentős foglalkoztatók körébe. Körzeti közösségi televíziókban egy kivételtől eltekintve az állandó munkaszerződéssel rendelkező foglalkoztatottak száma nem haladja meg a 10 főt. Akad olyan körzeti közösségi televízió, amelynek nincs is bejelentett főállású alkalmazottja, és teljes műsorát külsős megrendelésekből állítja össze. A főállásban foglalkoztatott alkalmazottak túlnyomó része diplomával rendelkezik, középfokú végzettségű munkatársakat a technikai személyzet körében találhatunk. A bérek sem kiemelkedőek, gyakorlatilag a magyar átlagnak megfelelőek, havi nettó 300 ezer forint környékén szóródnak.

A helyi közösségi televíziók mindennapjait illetően elmondhatjuk, hogy műsoraikat rendkívül alacsony dolgozói létszámmal készítik. Negyedük mindössze négy belső alkalmazottal rendelkezik, 25 százalékuknál még ennél is kevesebben dolgoznak. Itt is akad televízió, ahol nincs belső alkalmazott, és az összes műsort külsősök készítik. A szakképzettséget tekintve a legtöbb televíziónál a dolgozóknak a fele rendelkezik felsőfokú képesítéssel. Akad olyan csatorna, ahol ez az arány a dolgozók negyedét jelenti. A fizetések terén sincs túl sok büszkélkedni való, ugyanis a többségnél nem érik el a havi nettó 200 ezer forintot. Öröndetes tény, hogy ugyan ritkán, de mindkét médiatípusnál megjelennek az önkéntes munkát végző műsorkészítők. Ezek elsősorban média iránt érdeklődő fiatalok. Kapuórség szempontjából mindkét média típus a fosodorbeli médiához hasonlít.

6 A kutatás során sokan figyelmeztetnek arra, hogy a helyi közösségi televíziózásnak nem igazán van jövője, mert a szociális média terjedése kiszorítja őket a közösségeikből. A hatást leginkább a helyi közösségi televíziók vezetői, valamint az érdekképviselőket ellátó civil szervezetnél hangsúlyozták. A szervezet a jelenség visszaszorítása érdekében szorgalmazza, hogy a közösségi televíziók növeljék tartalomgyártói tevékenységüket és jelenjenek meg a szociális médiában. A folyamatot a kutatás is alátámasztja, ugyanis mindegyik közösségi televízió rendelkezett YouTube és Facebook-csatornával, amelyet jelenleg elsősorban műsoraik reklámozására használnak. A televíziók fennmaradásuk érdekében azt javasolják, hogy a finanszírozási gondok mérséklésére a kábelszolgáltatók fizessenek a televízióknak a műsortartalomért, és ezzel, biztosítsanak egy állandó bevételt a csatornáknak.

7 Az első magyarországi cigány televízió is kereskedelmi csatornaként működik és nem célja a közösség reprezentálása, érdekképviselőtének felvállalása. Fő célja a zeneszolgáltatás és a szórakoztatás. A média törvény egyik fő hiányossága, hogy országos terjesztésű televíziók nem szerezhetnek közösségi státuszt, így Magyarország egyetlen cigány televíziója is kereskedelmiként működik. Mint láthattuk a televízió elindulása sem volt mentes a politikai visszhangoktól és tematikája igazolja, hogy nem célja az identitás építés, a közösség egységesítése és politikai befolyásoló erejének növelése. A vezetők közt nincs róma. Az a furcsa helyzet alakult ki, hogy az egyetlen cigány televízió nem képviseli a romákat, nem közösségi, hanem kereskedelmi csatornaként működik, nem törekszik a cigányság kultúrájának ápolására, lesztésére és nem szolgál más célt, mint a szórakoztatást.