

# MTV ZRt.

## elnöki pályázat – 2009.

•••••  
regisztrációs kód

2009. március 2.

# TARTALOMJEGYZÉK

## M

AZ ÚJ MÉDIAREND .....	7.
PLATFORMOK .....	10.
DTT .....	18.
A DIGITALIZÁCIÓ REALITÁSAI NÉZŐI OLDALRÓL .....	21.
DVB-C .....	27.
DVB-S .....	27.
DVB-H .....	27.
IPTV .....	29.

## T

AZ MTV GAZDÁLKODÁSA 2004–2007. ....	31.
MTV NÉZETTSÉG 2007 .....	41.

## V

KÖZSZOLGÁLATI CONTENT .....	49.
m1 .....	51.
ÚJ KÖZSZOLGÁLATI CONTENT – ALAPVETÉSEK .....	53.
AZ MTV ÚJ, TEMATIKUS <i>CROSS-OVER</i> CSATORNÁI .....	56.
MTV COGITO .....	56.
MTV E(R)GO .....	57.
MTV SUM .....	58.
mCLASSIC .....	59.
DIGITÁLIS SZOLGÁLTATÁSOK: m1, (m2), mCLASSIC, MTV COGITO, MTV E(R)GO, MTV SUM .....	59.
AZ MTV DIGITÁLIS ÁTÁLLÁSÁHOZ KAPCSOLÓDÓ TECHNOLÓGIAI ÉS GAZDASÁGI MEGFONTOLÁSOK .....	60.
TELEPÍTÉSI IDŐSZÜKSÉGLET .....	61.
A FULL HD KIÍRÁS KÖVETKEZMÉNYEIRŐL .....	61.
CAPEX KONTRA LÍZING ÉS SZOLGÁLTATÁSVÁSÁRLÁS .....	62.
A VÁSÁROLT MŰSZAKI SZOLGÁLTATÁSOK ( <i>OUTSOURCE</i> ) MELLETTI ÉRVEK .....	62.
A SZOLGÁLTATÁSVÁSÁRLÁSSAL BIZTOSÍTHATÓ TEVÉKENYSÉGEKRŐL .....	62.
A MUX ÜZEMELTETÉSI PÁLYÁZAT HATÁSAI RÓL .....	63.
AZ m1 - DUNA TV – MR INTEGRÁCIÓ LEHETŐSÉGEI, KOCKÁZATKÖZÖSSÉG LÉTREHOZÁSA. ....	63.
AZ MTV FINANSZÍROZÁSI MODELLJEI .....	64.

Megoldások új Médiarend  
digitalizáció **M**édiapiaci változások  
MTV általános stratégiája

## AZ ÚJ MÉDIAREND

Az MTV Zrt. elnökségére kiírt legutóbbi, 2008. decemberi beadási határidejű pályázati munkám anyagát, szerkezetét és lényegi alapvetéseit továbbra is fenntartom; az azóta eltelt idő alatt bekövetkező új események, illetve adatok alapján ugyanakkor a megfelelő helyeken kisebb változtatásokat eszközölök: *a könnyű eligazodás végett az új részeket, illetve hozzáfűzéseket **kék** színnel jelölöm.* Kétségtelenül az azóta eltelt idő kiemelten fontos fejleménye, hogy a digitális földfelszíni műsorszórásra kiírt pályázat eredménnyel zárult, nyertese az Antenna Hungária. A konkurens pályázókkal szemben az Antenna Hungária pályázati koncepciója azzal, hogy a HD mellett tette le voksát és következőképpen jóval nagyobb sávzélességet igénylő tömörítési eljárást alkalmaz, 2012. január 1-ig (és esetlegesen a későbbiekben) létrejövő multiplexeken helyet kapó csatornák száma viszonylag alacsony lesz (az első ütemben elvileg 12). A kiválasztott műsorszórási technológia egyéb lehetséges következményeivel ti., hogy az ország tv néző populációjának legalább 23–25%-a, akik jelenleg is csak a földfelszíni műsorszóráson keresztül tudnak televíziót nézni, hogyan és milyen módon lesznek képesek a meglehetősen drága, de a digitális földfelszíni műsorszórást lehetővé tevő Set-Top-Boxok beszerzésére – amely kérdés pontosan a közszolgálati televízió számára igen lényeges – a megfelelő helyen kitérünk.

Jelen fejezet az egyszerű, összefoglaló nevén digitalizációnak nevezett átalakulási folyamat legfontosabb szabályozási, jogi aspektusait vázolja fel, annak érdekében, hogy a médiapiac átalakulásának legfontosabb trendjei megfogalmazhatók és megfoghatók legyenek. Szándékom, hogy a kialakuló és a következő években véglegesülő *új médiarend* feltételrendszerén belül megfogalmazható legyen a közszolgálati műsorszolgáltató, konkrétan a Magyar Televízió alapvető piaci stratégiája; ehhez kapcsolódóan tárgyalja jelen fejezet az MTV mint közszolgálati tartalomgyártó lehetséges stratégiáját a digitális földfelszíni műsorszórásban, valamint lehetséges és szükséges részvételét, lehetőségeit és modelljeit a különböző egyéb digitális (és analóg) Platformokon.

Jelen fejezet tehát **általános** közelítésmódot tartalmaz és abból jut el a megvalósítandó alapstratégiáig; a különös, **egyedi** stratégia főlvázolása a második, **T** fejezetben elemzésre kerülő, a Magyar Televízió jelenlegi gazdálkodási és nézettségi helyzetét értékelő rész megállapításai alapján a harmadik, **V** fejezetben kerül sor.

*A magyar audiovizuális média, illetve médiapiac alapvető változások előtt áll; a változások, s azok kihatásai olyan mértékűek lesznek, hogy minden túlzás nélkül kijelenthető: paradigmaváltás előtt állunk.*

*Világosan érzékelhető folyamat, egy nemzeti, koherens audiovizuális stratégia megalkotása zajlik napjainkban. Elkészült a Digitális Átállás Stratégiája (DÁS), és a magyar országgyűlés a szükséges kétharmados többséggel elfogadta a műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvényt (Dtv). A cél egyértelmű: a magyarországi műsorszolgáltatói és terjesztői piac uniós el-*

vekkel minden tekintetben komform szabályozása.

“A hazai médiaszabályozás átfogó reformjának szükségességét húzzák alá többek között az alábbi tényezők is:

- A rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (Rttv.) **nyilvánvaló hiányosságai**, amelyekre egyebek mellett az Alkotmánybíróság 46/2007. (VI. 27.) AB határozata (AB határozat) is felhívta a figyelmet. A Dtv. módosítása rövidtávon rendezi az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) kettős (szerződő fél és hatóság) funkciójával kapcsolatos alkotmányellenességet, és a pályázati eljárással kapcsolatos alkotmányos mulasztásokat. A javaslatban szerepeltetett megoldások azonban hosszú távon önmagukban nem orvosolják az Rttv. idejétmúlt jogintézményeiből fakadó piaci és alkotmányos szempontból egyaránt visszásságokat felvető rendszerét;
- Az Rttv. hiányosságainak orvoslását célzó eddigi, jobbára **ad hoc szabályozói lépések** – kellő stratégiai megalapozottság és átfogó szemlélet híján - általában nem voltak hatékonyak;
- A **közszolgálati műsorszolgáltatási** rendszer fogalmi, tartalmi és finanszírozási szempontból egyaránt **átgondolásra érett**;
- Az Európai Parlament elfogadta az **audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló új közösségi irányelvet (AMSz)**, amelyet a tagállamoknak a kihirdetését követő két évben kell nemzeti jogrendjükbe átültetniük.
- A **digitalizáció** és a nézői/hallgatói/**fogyasztói szokások átalakulása** nyomán új típusú audiovizuális tartalmak és szolgáltatások jelennek meg, amelyek esetében mérlegelni szükséges a szabályozás hatályát és tartalmát;
- Ugyancsak a digitalizációnak köszönhetően **mérséklődik a frekvencia-szűkösség**, így a korlátos erőforrás a jövőben kevésbé vagy egyáltalán nem korlátozza a műsorszolgáltatási lehetőségeket, mint a jelenleg hatályos szabályozás megszületésekor;
- A tartalom-előállítás, -szolgáltatás és -továbbítás területére egyaránt kiterjedő **konvergencia** nyomán a tartalmak egyre nagyobb mértékben függetlenednek a hírközlő hálózatoktól;
- Az új – digitális – platformok megjelenésével a **műsorterjesztés piacán a verseny élénkülése** várható, ami a konvergencia és a vertikális integrációs folyamatok áttételén keresztül a műsorszolgáltatás piacára is kihat.

5. A jogalkotási koncepció elkészítésekor **megközelítési módunkat** az alábbi szempontok határozták meg:

- Az audiovizuális szolgáltatásokkal összefüggő **gazdasági, társadalmi és kulturális szempontok** egységes és átfogó figyelembe vétele;
- A **lineáris és a lekérhető (nem lineáris) audiovizuális tartalmakra** egyaránt kiterjedő, valamennyi létező és potenciális tartalomtovábbítási platformot magában foglaló közelítés;
- **Integrált szemlélet** alkalmazása, amely az állam lehetséges szabályozói, fiskális, közpolitikai és tulajdonosi szerepét a beavatkozás valamennyi lehetséges területén kifejti, és az eszközrendszerben megjeleníti;
- Az **Európai Unió elvárásainak**, iránymutatásainak, szempontjainak integrált megjelenítése a koncepció készítés folyamatában;
- A médiatermékek előállításában, szerkesztésében, csomagolásában és fogyasztókhöz történő eljuttatásában érdekelt, illetve a reklámpiaci szereplők,

az érintett hatóságok és államigazgatási szervek, s legfőképp a fogyasztók érdekeinek **kiegyensúlyozott** megjelenítése.

- **A vélemény-nyilvánítás alapjogának érvényesülése**, ezen belül nevesítve az információhoz jutás biztosítása keretében a médiapluralizmus, azaz az információk sokszínűsége megismerésének a biztosítása.”

(Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS))

A fentebb idézett jogalkotási koncepcióban említett audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló uniós irányelvet (AMSz), helyesebben annak rendelkezéseit az annak kihirdetését követő 2 éven belül, tehát 2009. utolsó negyedévéig kell az egyes tagállamoknak saját nemzeti jogrendszerükbe átültetniük. Már most látszik, hogy a rendkívül komplex kérdéskör nemzeti jogrendbe történő beültetése hazánkban diverzifikált módon fog megtörténni. Így a reklámpiac megváltozott körülményeit leképező új törvényi szabályozás vélhetően a gazdasági reklámtevékenységről szóló (Grtv) törvényben, a digitalizáció által fölvetett, a korábbinál sokkalta bonyolultabb válaszadás és helyreigazítás jogintézményét várhatóan a polgári törvénykönyvben kívánja majd a jogalkotó elhelyezni. Egy lehetséges jövőbeni közszolgálati stratégia felvázolását még bonyolultabbá teszi, hogy *a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (Rttv.) helyébe lépő új médiatörvény lehetséges végleges tartalmáról most még csak jól és kevésbé jól értesült találgatások szólnak, márpedig a közszolgálati televízió stratégiai lehetőségeit alapvetően hátrózzák majd meg az abban foglaltak.*

Az új médiatörvény pontos ismerete nélkül is kikövetkeztethető, hogy a korábbi intézményközpontú szemlélet helyébe a közszolgálat pontos feladatainak meghatározásán alapuló új, feladatközpontú (funkcionális) szemlélet lép. Ebből logikusan következik – s az európai közösségi jog versenyszabályai, valamint az 1997-ben elfogadott **Amszterdami Jegyzőkönyv** nem is enged erről az útról letérést –, hogy a jövőben kifejezetten és egyértelműen tételes feladatkijelölés alapján folyósítható a közszolgálati tartalomgyártónak - műsorszolgáltatónak állami támogatás.

Magyarul az új médiatörvény az eddiginél sokkal pontosabban fogja definiálni a közszolgálati műsorszolgáltatók társadalmi szerepét, a közszolgálati intézményeknek s azok vezetőinek ennek megfelelő, több évre szóló, pontos **stratégiával** kell rendelkezni – a NAMS már konkrétan úgynevezett “közszolgálati szerződést”, tehát az állam mint tulajdonos és a közszolgálati intézmény mint gazdálkodó szerv között létrejövő konkrét tematikus feladatmegjelölést és stratégiát említ kívánatos célként.

A közszolgálatosság eddigieknél sokkal konkrétabb és egyszersmint lényeglátóbb jövőbeni törvényi meghatározása, amely konkrét tartalmi, műsoros és programstratégiai döntésekben testesül meg, nyilvánvalóan elkerülhetlenné teszi majd a műsorszolgáltatói szerepek elválasztódását. *Tehát egyrészt egy a korábbinál sokkal profiltisztább közszolgálatosság, másrészt – várhatóan – korábbi, ORTT-s szerződéseikben dodonai sejtelmességgel vállalt látszat közszolgálati vállalásaiktól is végképp mentesített kereskedelmi műsorszolgáltatók megjelenése várható.*

Úgy vélem, hogy elsősorban a médiapiacra domináns szerepet játszó kereskedelmi műsorszolgáltatókra a fentiek következtében rátörő *laissez fair* típusú tartalmi szabadság – valójában a végletes szabadosság lehetősége – vezeti el a jogalkotót egy új jogalapokon nyugvó szabályozási rendszer létrehozásához. A NAMS a meghatározó véleménybefolyásoló képesség (MVK) illetve a jelentős véleménybefolyásoló képesség (JVK) fogalmi bevezetését javasolja, amely fogalmi behatárolás alá adott nézettség alapján eső műsorszolgáltató bizonyos általános és törvényben kodifikált morális - tematikus kötelezettségeknek lesz kitéve. Nyilvánvaló és könnyen megjósolható, hogy ez a folyamat a kereskedelmi műsorszolgáltatók további *content*-higulását és elbulvárosodását eredményezi, viszont *a közszolgálati műsorszolgáltató a korábbiaknál sokkal konkrétabban és jelentősebb tétellel kell, hogy a józan ész, az értelem és az értékek világítótornyaként működjön.*

Az új tartalomszabályozás másik várható következménye az Rttv. jelenlegi kereszttulajdonlási szabályainak eltörlése a televíziós piacon. Ez jelenti egyrészt, hogy az RTL Klub (Cool TV, Film+, Sportklub, Sportklub+ stb.) és a TV2 az új törvény hatálybalépését követően már nyíltan és teljes joggal lobbizhat már eddig is meglévő tematikus csatornáik különböző multiplexeken történő megjelenéséért, de jelenti azt is, hogy a közszolgálati műsorszolgáltató, a Magyar Televízió a duális média egyensúly fenntartása érdekében és az új jogi környezet logikáját követve saját tematikus jellegű csatornákat indítását szükségszerűen tűzi ki stratégiai célként.

*A közszolgálati alapvető rendeltetése, hogy a társadalom valamennyi tagjának alanyi jogon biztosítsa az egyetemes és a nemzeti kultúra, valamint a mindennapi életben való eligazodáshoz szükséges információkat, hogy ennek jegyében elősegítse és támogassa az esélyegyenlőséget; hogy a magyar társadalom egyik meghatározó összetartó tényezőjeként működjön; hogy őrizze és ápolja a nemzeti nyelvet és a nemzeti kultúrát; hogy a korábbinál sokkal eltökéltebben állítson elő a kiskorúak szellemi fejlődését elősegítő magas színvonalú tartalmakat; hogy tiszteletben tartsa és elősegítse a tájékozódáshoz való jogot; hogy ne csak kötelező penzumként gyakorolja az országon belüli régiók és a határon túl élő magyarság tájékoztatását; hogy minden erejével igyekezzen a tudatos médiahasználat\* előmozdításán – a digitalizációnak nevezett új korszakban a lehető legkomolyabb szakmai és morális kihívás lesz.*

A közszolgálati egyik kulcsdefiníciója, az univerzalitás pedig egyaránt jelenti majd a Magyar Televízió főcsatornája műsorkoncepciójának lényegi revízióját és az új tematikus tartalmakat közvetítő csatornákat létrehozását.

\* (37) A “médiatudatosság” olyan készségeket, ismereteket és értelmezési képességeket jelent, amelyek alapján a fogyasztók hatékonyan és biztonságosan tudják használni a médiát. A médiatudatossággal rendelkező emberek tájékozottan tudnak választani, megértik a tartalom és a szolgáltatás jellegét, és hasznosítani tudják az új kommunikációs technológiák által nyújtott lehetőségek teljes körét, és jobban meg tudják védeni magukat és családjukat a káros vagy sértő anyagoktól. Ezért a médiatudatosság fejlesztését a társadalom valamennyi szegmensében elő kell mozdítani és a haladást szorosan figyelemmel kell kísérni.

Az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 20-i ajánlása a kiskorúak és az emberi méltóság védelméről és a válaszadás jogáról az európai audiovizuális és online információs szolgáltatási ipar versenyképességével összefüggésben<sup>2</sup> a médiaismeretek előmozdítására vonatkozóan már egy sor lehetséges intézkedést tartalmaz, mint például a tanárok és a nevelők továbbképzése, külön internetképzés gyermekek számára egészen fiatal kortól, a szülők számára látogatható órákkal, vagy az állampolgárokat célzó nemzeti kampányok szervezése minden kommunikációs média bevonásával az internet felelősségteljes használatára vonatkozó tájékoztatás érdekében.

<sup>2</sup> HL L 378., 2006.12.27., 72. o.

(Forrás: Az Európai Parlament és a Tanács 2007/65/EK irányelve)

## PLATFORMOK

118. **“A közszolgálati platformsemleges kategória, emellett nem kapcsolódhat kizárólag egyes szolgáltatástípusokhoz sem. A közszolgálati tartalomszolgáltatásnak ezért az új technológiák révén nyújtott szolgáltatások – ideértve a digitális platformokon nyújtott szolgáltatásokat is – esetében is helye van. A szabályozásnak meg kell teremtenie annak lehetőségét, hogy a közszolgálati feladatok konkrét tartalmának meghatározása úgy történjék, hogy az e tekintetben is lehetőséget adjon a közszolgálati műsorszolgáltatók számára szolgáltatásaik diverzifikálására, és a technikai fejlődésből fakadó lehetőségek kihasználására.**



119. *A közszolgálati műsorszolgáltatás **alapszolgáltatásainak** jellemzőit és szolgáltatási kötelezettségét **törvényi szinten**, a közszolgálati műsorszolgáltatók által indított tematikus csatornákra, illetve szolgáltatásokra vonatkozó követelményeket a **közszolgálati megbízási szerződésben** kell rögzíteni. Lényeges szempont azonban az is, hogy egy, az európai közösségi joggal harmonizáló rendszerben a közszolgálati műsorszolgáltatóknak – az engedélyezett, állami finanszírozás nélkül végzett kereskedelmi tevékenység körén kívül – nincs lehetőségük arra, hogy szolgáltatásokat külső állami felhatalmazás nélkül, pusztán saját elhatározásból indítsanak.*

(Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS))

A fentiek azt tükrözik, hogy a jogalkotó feltehetően felismerni szándékozik azt a tényt, hogy a digitalizáció által létrejövő új médiavalóságban a közszolgálati televízió a tőle a törvényben lefektetett magas szintű követelményrendszernek nem felelhet meg, ha az abban definiált alapszolgáltatásokat nyújtó csatornán fejt csak ki működését. A Dtv. a digitális földfelszíni műsorszórás során létrejövő multiplexekkel kapcsolatban olyan vegyes megoldást vázol fel, melyben az első létrejövő multiplexen feltétlenül helyet kapnak a közszolgálati csatornák, második és harmadik multiplex csatornahelyeit az üzemeltetői pályázat nyertese a pályázati feltételek alapján történő szelekcióval, ám valójában egyedi megállapodások alapján népesíti be. Az MTV jelenleg meglévő két csatornája tehát mindenképpen “révbe ér”. Ugyanakkor nehezen megválaszolható kérdésnek tűnik, hogy a NAMS és a Dtv. által is elvben támogatott közszolgálati tematikus csatornabővítés milyen jogi alapon és mennyire kiszámíthatóan valósítható meg. *Logikus és feltétlenül fair elvárás lehet a Magyar Televízió, illetve a közszolgálati televíziók részéről, hogy az analóg földfelszíni frekvenciák elosztási aránya (1/3) a digitalizáció során létrejövő multiplexeken helyet kapó közszolgálati csatornák arányában is tükröződjön.* Szembe kell nézni azzal a kérdéssel, hogy a piacot jelen pillanatban uraló két országos kereskedelmi csatorna érdekei mit diktálnak? Az ORTT 2006-os döntése meghosszabbította a kereskedelmi csatornák analóg műsorszolgáltatási jogosítványait 2012. júniusáig. *A két kereskedelmi (akik már most, a belépés első évében milliárd forintos reklám árbevétel kiesést prognosztizálnak tulajdonosaik felé) éppenséggel választhat nem kooperatív stratégiát.* Egy ilyen feltételes scenárió esetén azt a logikusnak tűnő célkitűzést, hogy az MTV által indítani kívánt tematikus csatornák már az első négy multiplex valamelyikén helyet kapjanak, egy rendkívül nehéz és feszültségekkel teli időszakban kéne megvalósítani. Az is tudható, hogy a simulcast periódus vége és a közszolgálati televízió végleges átállása a digitális földfelszíni sugárzásra akkor történhet meg, amikor a főcsatornáknak helyet adó multiplex technikai és valós értelemben is fogható az ország “túlnyomó” részében. Ez utóbbinak nem csak a multiplexek felállása és a sugárzás beindítása, hanem a digitális földfelszíni műsorszórást megfelelő minőségben foghatóvá tevő beltéri berendezések széleskörű elterjedése is feltétele. *Információk szerint a pályázat nyertes AH által közvetített adások fogására alkalmas beltéri egység ára 60-90 ezer forint körül lesz, amelynek hitellel történő vásárlás esetén havi törlesztőrésze nem haladhatja meg a minimálbér 1%-át (kb. 600,-Ft-ot): ami viszont lehetetlenség, mert vélhetően ilyen kondíciókkal semelyik bank nem kíván hitelt nyújtani. A leginkább érintett MTV-nek elemi érdeke, hogy, ha másképp nem megy, elősegítse az állami szerepvállalást, hogy adásai “célba érjenek”.* Amennyiben az országos kereskedelmi csatornák a maguk részére előnytelennek ítélik a digitalizáció folyamatát és esetleg a Magyarországon már most is rendkívül elterjedt digitális műholdas, illetve a most is havonta 0.5% növekedést produkáló kábeles piac további erősödését részesítik előnyben a digitális földfelszíni sugárzással szemben, rendkívül előnytelen helyzet teremthető.

*A fentiekből következően természetes, hogy a Magyar Televízió mellett, hogy minden lehetséges módon elősegíti a digitális földfelszíni sugárzásra való átállás sikeres megvalósulását, egyszerűen nem*

tehet le azon szándékáról, hogy az általa készített tartalmat mind a digitális műholdas, mind a kábeles, valamint az IPTV és Mobil TV hálózatokon is elhelyezze.

117. A közszolgálati műsorszolgáltatók szolgáltatásainak diverzifikálásával párhuzamosan szükséges a **“must carry”** kötelezettségek felülvizsgálata. Ennek során célként fogalmazható meg, hogy a szabályozás úgy biztosítsa a közszolgálati tartalmak eljuttatását a lakossághoz, hogy e mellett hosszú távon kiszámítható módon kötelezze a műsorterjesztőket. E kettős célnak a **“must carry”** kötelezettségek terjedelmének olyan meghatározása felel meg, amelynek során a szabályozás egyértelműen rögzíti, hogy a műsorterjesztő hálózatok **kapacitásának milyen maximális hányada terhelhető** **“must carry”** kötelezettséggel, és a kötelezően továbbítandó közszolgálati csatornákat az alapszolgáltatáson túlmenően nem nevesíti.

(Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS))

Világos a jogalkotási koncepció idézett részéből is, hogy a kérdés ellentmondásos, megnyugtató válasz pedig még nincs. Márpedig *médiaszakértők becslései alapján 25-35%-ra tehető a simulcast periódust követően a digitális földfelszíni sugárzási formát választó nézők aránya.*

A helyzet tehát kétszeresen megoldatlan és kétszeresen bonyolult, hiszen nem csak a *must carry obligation*nek a földfelszíni digitális sugárzás mellett az egyéb digitális elosztó rendszerekre történő alkalmazása kérdéses a közszolgálati csatornák illetve tartalmak vonatkozásában, hanem az sem világos, hogy a közszolgálati televízióknak pályáznia kell-e majd a jövőben, hogy tematikus csatornáit elindíthassa?

E kérdés értelmezésében segít Cseh Gabriella egy korábban kelt, ám az új médiatörvény hiányában még mindig érvényesnek tekinthető álláspontja.

*“Az Rtv. 133. § (3) kogens<sup>1</sup> értelmezése:*

*A közszolgálati médium digitális platformra helyezésének oka jelenleg nem kényszerhelyzet. Azaz a közszolgálati műsorszolgáltató műsorszolgáltatási kötelezettségének jelenleg az analóg platformon is eleget képes tenni. Ha pedig ennek jelenleg/vagy korábban nem tesz/tett eleget, ezért az analóg műsorszolgáltatási platform aligha hibáztatható. Tehát a 133. (3) a digitális átállás kérdésére nem vonatkozhat.*

*Ha az A./ érv valamilyen okból elvetésre kerül, kimondható, hogy a 133. § (3) bekezdést az (1) és (2) bekezdés vonatkozásában lehet csak alkalmazni. Azaz ezt a passzust a 133. § (1) és (2) bekezdéstől függetlenül, önállóan nem lehet alkalmazni. Ennek indoka a 133. § szerkezeti felépítése. Ugyanis a 133. § (1) arról rendelkezik, hogy “mi történhet” a közszolgálati médiumokkal műsorszolgáltatási jogosultságuk lejáta után. A 133. (2) arról rendelkezik, hogy “mi történhet” az országos földi terjesztésű médiumokkal műsorszolgáltatási jogosultságuk lejáta után. A 133.§ (3) pedig az (1) és (2)-re vonatkozó eljárási szabályokat állapítja meg. A kogens értelmezést támasztja alá a médiatörvény 134. § (1) és közvetve a (2) bekezdése is.*



*E szerint:*

**“134. § (1) A közszolgálati műsorszolgáltató a törvény alapján öt megillető műsorszórással megvalósuló lehetőségen túl további műsorszórási lehetőségekre a VI. fejezetben foglaltak szerinti eljárásban 2000. január 1-je előtt csak akkor pályázhat, ha a 23. § (4) bekezdésének c) pontjában foglalt feladatát másként nem képes teljesíteni.**

**(2) A közszolgálati műsorszolgáltatóra a 122. § (1)-(3) és (5) bekezdésében foglaltak nem vonatkoznak, a 123. § (1) bekezdés szerinti korlátozás pedig akkor irányadó, ha a közszolgálati műsorszolgáltató pályázati úton is szerez műsorszolgáltatási jogosultságot.”**

*Az Rtv. 134. § (1) bekezdése egyértelműen a következőt jelenti. Ha a közszolgálati műsorszolgáltató a törvény alapján feljogosított műsorszolgáltatási lehetőségén felül további műsorszolgáltatási lehetőségekre szeretne szert tenni, akkor műsorszolgáltatási pályázaton kell az Rtv.-ben és az ÁPF-ben (általános pályázati feltételek) meghatározott feltételek szerint azt megszereznie.*

*A kogens értelmezésből az következik, hogy a Testület az MTV ZRt. számára jogszerűen nem biztosíthat digitális műsorszolgáltatási platformot az erre vonatkozó műsorszolgáltatási pályázat kiírása, és az MTV ZRt. azon való szabályszerű részvétele nélkül”*

<sup>1</sup> A kogens értelmezés szigorú, “betű” szerinti értelmezést jelent.

(Cseh Gabriella – A digitális televíziózásra vonatkozó  
időszerű jogi kérdések Magyarországon)

Ezt az álláspontot erősíti meg a Dtv. 8§ (1.) is, ami egyértelműen kijelenti, hogy digitális műsorszóló adó üzemeltetésére vonatkozó jogosultság az ugyanebben a törvényben meghatározott pályázati eljárás alapján nyerhető el. *Megállapítható, hogy a közszolgálati televízió tartalom bővítése során és stratégiai célokból feltétlenül létrehozandó tematikus csatornáit, illetve azok sugárzási helyeit csak pályázat útján nyerheti el.*

A magyar jogalkotó AMSz által is generált további szándéka a közszolgálati szegmens fokozatos reklámtalanítása, amelynek költségvetési és gazdálkodási kihatásai a T fejezetben kerülnek említésre, viszont ez a néhány év múlva véglegesülő helyzet a Magyar Televízió digitális stratégiájában egyéb tényezők mellett is arra ösztönöz, hogy a tematikus csatornái megjelenésével egyidőben, élve az új technológia adta lehetőséggel és követelményrendszerrel, ne csak lineáris tartalomszolgáltatást, hanem úgynevezett lekereshető szolgáltatásokat is nyújtson. Erre nem csak az idővel eltűnő direkt reklámidő értékesítés kiesése miatt van szükség, hanem a közszolgálati televízió elsődleges feladatának betöltésének érdekében is. A közszolgálati médium a digitalizáció korszakában nem mondhat le a korszerű technológiák alkalmazásáról, nem mondhat le a különböző műsorokat további meta-adatokkal, háttérinformációkkal stb. ellátó információközlésről, mint ahogy az interaktivitásból eredő, a nézőkkel folytatott kétoldalú kommunikációról sem. Értelmezésem szerint a közszolgálati televízió egy idő után nem reklámbevételei növekedése miatt érintett a nézettségi versenyben, hanem éppen a korábbiakban említett és az uniós irányelvekben egyértelműen lefektetett feladatainak maradéktalan ellátása okán: így tehát a minőségi, korszerű tartalomközlés és az elvárható legmagasabb nézettség kötelesség a közszolgálati médium számára.

A továbbiakban érdemes megvizsgálni a különböző digitális platformok és a közszolgálati televízió lehetséges viszonyait.

Ugyan az AH által alkalmazott HD minőség és az adattömörítési eljárás korábbi feltételezéseknél kisebb számú csatorna felkerülését teszi lehetővé (2012. január 1-ig 12 csatorna), úgy vélem, hogy az MTV számára továbbra is elérendő cél a jelen pályázati anyag későbbi részében részletesen leírt *cross-over* tematikus csatornák indítása. Ezek részben a negyedik, illetve az ötödik multiplexen indulhatnak el, de a korábban vártnál kisebb számú digitális földfelszíni sugárzású csatorna miatt tovább növekedett annak fontossága, hogy ezen tematikus csatornák a kábeles és műholdas platformokon is megjelenjenek. Továbbá nem zárnám ki annak lehetőségét, hogy a mobilTV szolgáltatásnak helyet adó multiplex kapcsán is köthet a Magyar Televízió Zrt. tartalomgyártói, illetve tartalomszolgáltatási megállapodásokat. Annak pontos eldöntése tehát, hogy a tervezett tematikus csatornák pontosan mikor (és hogyan) kerülhetnek fel a digitális földfelszíni multiplexekre, illetve az egyéb platformokra csak a későbbiekben lehetséges, *de véleményem szerint lehetséges, és fontos is.*

Már az NHH digitális műsorterjesztés üzemeltetési pályázata is kiemelt figyelmet szentelt azon vállalatoknak, amelyek a digitális átállás során preferenciával kezelik a közszolgálati műsorszolgáltatók műsorának továbbítását, az interaktív szolgáltatások lehetőségének biztosítását, és általában az átállás folyamatának gyorsítását, könnyebbé és olcsóbbá tételét. (Fenntartva, természetesen a korábban vázolt *must carry obligation*nel, a közszolgálati tartalom ingyenes terjesztői kötelezettségének a digitális földfelszíni sugárzást üzemeltetőknél túli egyéb digitális platformokon való meg nem határozottságát, valamint a tervezett tematikus csatornák földfelszíni digitális illetve egyéb digitális platformokon való megjelenésével kapcsolatos megoldásra váró kérdéseket.)

Külön figyelmet érdemel e ponton az is, hogy a hatóság értékelési szempontjai között szerepelt a felhasználók és előfizetők tájékoztatásában vállalt szerep is. Ez a tény felveti azt a lehetőséget, hogy a pályázat nyertesével, az AH-val egyezsége lehessen jutni a tájékoztatási szerepkörét érintő műsorok közös gyártásáról, terjesztéséről, s ezen együttműködés kereskedelmi feltételeiről.

*A jövőbeni gyártási kapacitások elegendőnek látszanak ahhoz, hogy a televízió jelentős mértékben saját gyártású műsorokra támaszkodhasson, szemben a jelenlegi gyakorlattal. Ennek az aránynak a pontos beállítása tehát a jövőben sokkal kevésbé a gyártáshoz szükséges műszaki feltételek és kapacitások meglétének múlnak majd, mint inkább az önálló műsorkoncepción.*

A műszaki kapacitások ésszerű kihasználása ellenben igen fontos feladattá válik, mert a gazdálkodási fegyelem, a korszerű üzemeltetési elvek alkalmazása révén erről a területről jelentős források szabadulhatnak fel, amelyek pótolhatják egyrészt a reklámbevételek esetleges kiesését.

A DÁS által elméletben lehetővé válik új szolgáltatások tervezése és pozicionálása a versenyképesség biztosításával (ingyenes és fizetős új tartalmak, lekérhető szolgáltatások). A korábbiakban már jeleztük, hogy szintén megoldatlan jogi és szabályozási kérdés még, hogy a közszolgálati televízió által akár a főcsatorna (m1), akár az indítani kívánt tematikus csatornák vonatkozásában a Dtv.-ben megfogalmazott ingyenes terjesztési kötelezettség kiterjeszthető-e a közszolgálati adók által nyújtani kívánt lekérhető szolgáltatásokra is?

Az NHH az üzemeltetési pályáztatási tervében külön is kiemeli a Digitális Átállás Stratégiájában megfogalmazott fontos alapelemeket.

#### *“A DÁS*

*A Dtv. és az átállási folyamat értelmezése szempontjából, s így a jelen pályázati kiírási dokumentáció szempontjából is fontos szerepet játszik a televíziózás és a rádiózás kérdéseit egyaránt érintő Digitális Átállás Stratégia (DÁS), amelyet a Kormány a 1014/2007. (III. 13.) Korm. határozattal fogadott el.*

*Az Európai Bizottság 2005. május 24-én kiadott “az analógról a digitális műsorszórásra történő áttérés felgyorsításáról” című közleményében 2012. január 1-jét jelölte meg az analóg földfelszíni televíziós műsorszórás bezüntetésére. A Kormányprogram ezzel összhangban a digitális átállás felgyorsítását tűzte ki célul. Magyarországnak - ennek értelmében - 2011. december 31-ig a digitális átállás folyamatát a földfelszíni televíziós platform esetében be kell fejezni. Lényegében az ezzel összefüggő legfontosabb célokat és az ehhez vezető intézkedéseket tartalmazza a DÁS.*

*A DÁS átfogó stratégiai célja egyfelől megjeleníti az állami beavatkozás lehetséges eszközeit és az alkalmazásukkal kapcsolatos általános elvárásokat, úgy mint:*

- a) világos, EU-konform szabályozás;*
- b) határozott közpolitikai fellépés;*
- c) a technológiai semlegesség elveivel összhangban álló támogatások.*

*A DÁS általános célkitűzése, hogy világos, az EU irányelvekkel összhangban lévő szabályozási feltételrendszerrel és gyakorlattal, határozott közpolitikai fellépéssel és célirányos, a technológiai semlegesség elveivel összhangban álló támogatáspolitikával segítse elő a digitális átállás során*

- a) a médiapluralizmus erősödését*
- b) a magas hozzáadott értékű, interaktív DTV szolgáltatások fejlesztését*
- c) a fenntartható és hatékony piaci verseny kibontakozását a digitális műsorterjesztésben*
- d) a korlátos erőforrások célszerű felhasználását*
- e) a fogyasztói tájékozottság és tudatosság növelését*
- f) a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok hozzáférését a digitális televíziós szolgáltatásokhoz.*

*A stratégiai célok megvalósításához szükséges legfontosabb lépéseket a stratégia eszközrendszere jeleníti meg:*

- g) a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia kidolgozásának szükségessége,*
- h) a földfelszíni digitális hálózatok pályázati feltételeiben “a DÁS-ban javasolt megoldás megjelenítése: az első multiplexen helyet kap médiapolitikailag determinált számú összes csatorna, a maradó csatornahelyeket, a nyertes*

*Pályázó – az egyéb pályázati feltételek figyelembevételével - szabadon töltheti fel*

- i) hatékony és célzott fogyasztói tájékoztatás,*
- j) a közszolgálati műsorszolgáltatók fokozott részvétele a digitális átállásban,*
- k) a digitális archiválás elősegítése, a tartalomkínálat bővítése céljából,*
- l) a digitális hálózati lefedettséget növelő frekvenciagazdálkodási lépések,*
- m) a lekapcsolási menetrend meghatározása, különös tekintettel az ml esetleges korábbi (2012 előtti) digitális átállására,*
- n) az infrastruktúra alapú verseny élénkítése a versenyszabályozás eszközeivel,*
- o) a hazai médiaszabályozás “digitalizálása”,*
- p) vevőkészülék forgalomba hozatali szabályok, hogy Magyarország ne váljon Európa “analóg televízió készülék lerakójává”,*
- q) a nyílt hozzáférésű és interoperábilis rendszerek terjedésének elősegítése,*
- r) a Műsorszolgáltatási Alap forrásainak felhasználása a digitális átállás gyorsítására,*
- s) technológia semleges digitális set top box támogatások rászorultsági alapon,*
- t) innovatív alkalmazás és technológia fejlesztés támogatása az Új Magyarország Fejlesztési Terv Gazdaságfejlesztési Operatív Programjának K+F prioritásán belül.*

*A Dtv. preambuluma egyértelműen kinyilatkoztatja, hogy a Dtv. többek között a DÁS végrehajtása céljából készült. Így amennyiben a Dtv. értelmezése válik szükségessé ebben a törvény Indoklásán kívül segítséget nyújthat a DÁS is.”*

(Forrás: MEH)

Ezekből a közszolgálati televízió számára e helyen kiemelendő igen fontos lehetőségek rejlenek a b), e), h), i), j), k), r), t) pontok alatt megfogalmazottakban. Külön hangsúlyt kap ugyanis ezekben egyrészt a közszolgálati tartalmak preferenciája, védelme, másrészt mert olyan finanszírozási források elérésének lehetősége kerül általuk elérhető közelségbe, amelyek megszerzésére a korábbiakban nem, vagy csak igen kis mértékben volt módja a Magyar Televíziónak.

*Hatékony, tervezett és céltudatos tárgyalások során lehetőség kínálkozik az Antenna Hungáriával közösen olyan források elnyerésére, amelyek révén korszerű gyártástechnológiáját kihasználva a par excellence közszolgálati műsortípusok és tartalmak innovatív előállítására finanszírozható.*

Az interaktivitás lehetőségei ugyan a digitális tévé esetében a technológiai korlátok miatt messze nem érik majd el belátható időn belül a web által kínált számtalan szolgáltatás sokszínűségét, de a jelenlegi “lineáris tartalomfogyasztás” helyébe léphetnek olyan kiegészítő szolgáltatások, amelyek a reklámpiac által leginkább megcélzott közönség mellett célközönségünknek tekinthető fiatalabb és az idősebb nézők érdeklődésére egyaránt számot tarthatnak: interaktív szupertext, elektronikus műsorkezelő (EPG), esetleg olyan webportálok és televíziós sugárzott műsorok kombinációi, amelyek egymással szinkronban, egymásra utalva jelenthetnek attraktív szolgáltatásokat a jövőben.

*A reklámpiaci jelenlét mérséklése, esetleges megszüntetése esetén a kieső piaci bevételek fedezete a meglévő és a célzottan új elosztási (~értékesítési) csatornákra előállított tartalmak révén jelentős részben pótolhatóvá válhat.*

A közszolgálati televízióra nehezedő finanszírozási nehézségek feloldásában jelentős szerepe lehet azoknak az új technológiai lehetőségeknek, amelyeket a digitalizáció kínál.

*Az interaktivitás, az Electronic Program Guide, a szupertext, vagy a webes jelenlét erősítése – ami a gyártási kapacitások megfelelő kiaknázása révén lehetségessé válik a közeljövőben – új bevételeket jelenthet új célpiacon kiaknázása révén. A magyar diaszpóra szélessávú internet eléréssel hozzájárulhatna a televízió rögzített, digitális műsoraihoz, tartalmaihoz, archivált anyagaihoz – természetesen a szerzői jogi előírások betartása mellett.*

Ez a lehetőség részben pótolhatná a kieső reklámbevételeket, részben olyan, jelenleg a Duna Televízió által műholdas műsorterjesztéssel elért közönséget is képes lenne kiszolgálni, amelynek technológia-használati szokásai, közöttük kiemelten a szélessávú internet használatával kapcsolatosak éppúgy átalakulóban vannak, mint ahogyan a világon mindenütt.

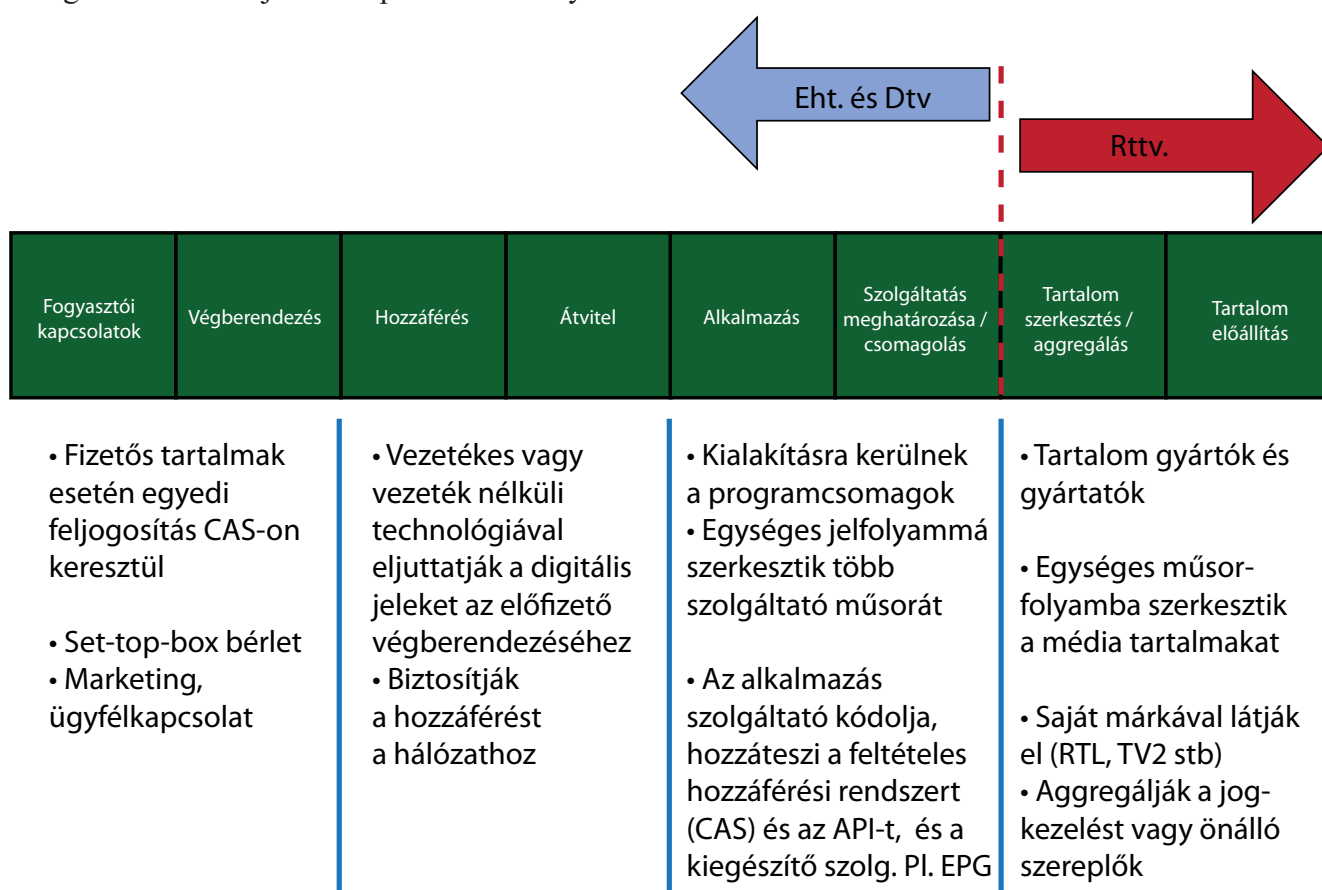
Az új digitális műsorterjesztési technológiák, a növekvő csatornaszám tehát lehetőséget biztosítanak arra, hogy a Magyar Televízió – hasonlóan például a napokban ismertté vált franciaországi tervekhez – reklámbevételek kényszere nélkül is képes legyen olyan bevételeket termelni, amelyek mostani működésében nincsenek jelen.



A Magyar Televízió jelenlegi működése során is él a bevételszerzésnek olyan lehetőségeivel, amelyeket szűkös technikai adottságai megengednek, s amelyek nem ütköznek a sugárzott műsor szolgáltatásához kapcsolódó törvényi korlátokba. Ilyenek a teletexten közvetített hirdetések, a tévé weboldalain kínált szolgáltatások (többek között reklámok), vagy az archívumból szolgáltatott régi filmek DVD kiadásai (merchandising).

## DTT

A digitális műsorterjesztés lépései és szabályozásuk



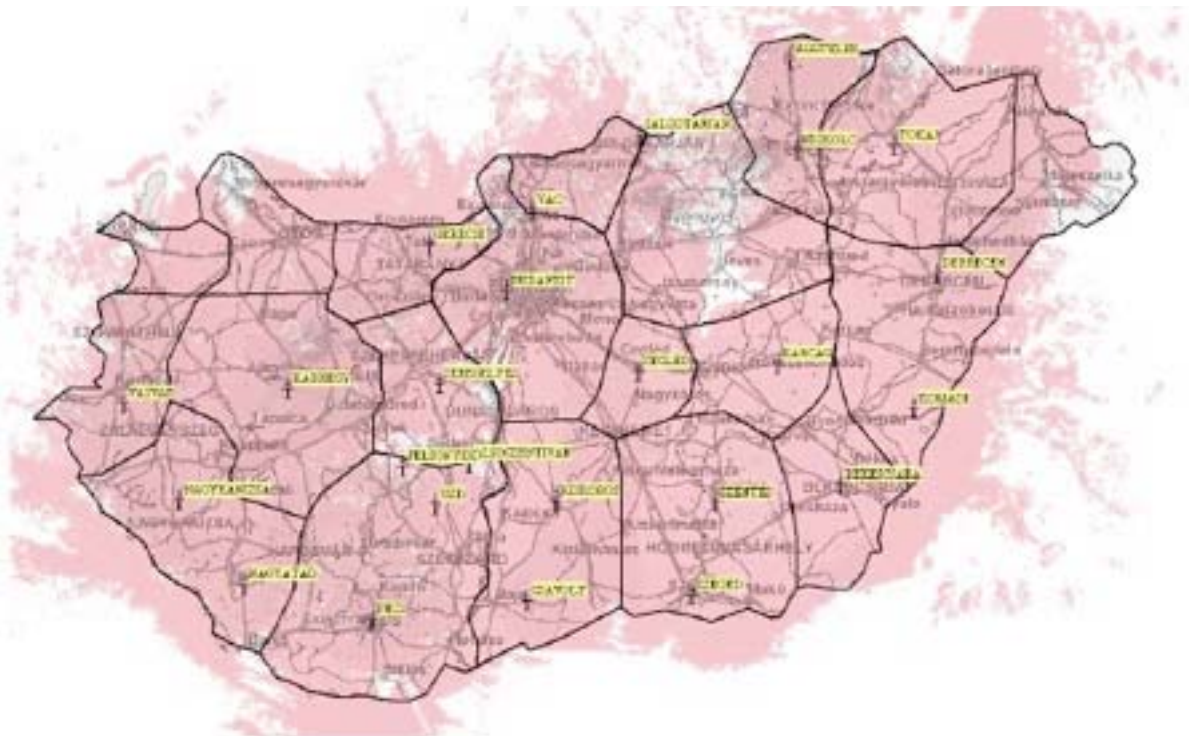
Forrás: NHH

*A digitális földfelszíni sugárzásban való részvétel nyilvánvalóan a Magyar Televízió jövőbeli stratégiájának alapvető eleme. Első lépésben a Dtv.-ben is rögzítettek szerint az m1 és az m2 csatorna a MUX1-en helyezkedhet majd el. Jelen pillanatban nem megjósolható, hogy a simulcast időszak milyen hosszúra nyúlik. A DTT penetrációjának mértékétől függően leghamarabb 2009. végén a Magyar Televízió analóg frekvenciája megszűnik. Amennyiben a folyamat lassabb, ez az időhatár jelentősen kitolódhat, és az MTV analóg frekvenciájának megszűnésével létrejövő MUX4-et követő további multiplexek létrejötté véleményem szerint nagy mértékben függ az AH piaci szereplőkkel folytatott tárgyalásainak sikerétől. Jelen pályázatban az m1 és m2 csatorna MUX1-en történő biztosra vehető megjelenése mellett majd az m2 analóg műholdas frekvenciájának lekapcsolása után három tematikus közszolgálati csatorna megjelenésével számolok. Ezek időben megjelenése nagyrészt az AH-val folytatott tárgyalásokon múlik; az AH által választott HD technológia és az ebből eredő szerényebb digitális földfelszíni csatornaszám fokozottan szükségessé teszi az ezen tematikus csatornák egyéb platformokon is való elhelyezését.*

A 2006-os genfi RRC konferencián meghatározott frekvencia-kiosztás értelmében az egyes digitális multiplexek eltérő időben és eltérő lefedettséggel lesznek alkalmasak földfelszíni digitális ellátottság megteremtésére.

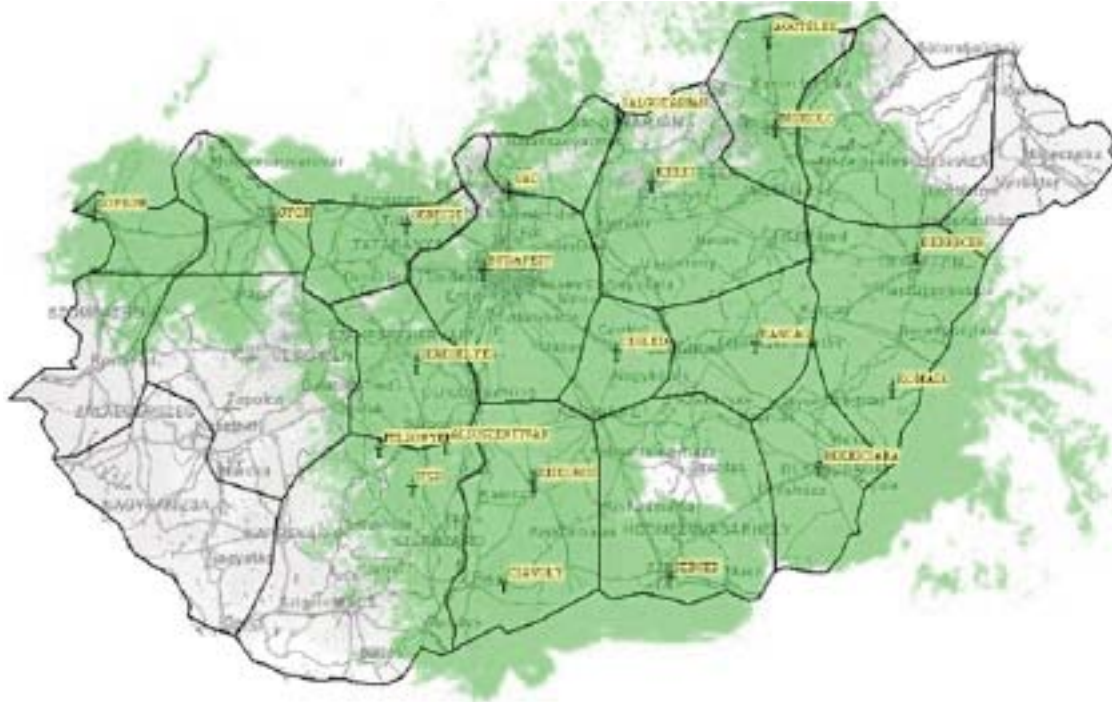
Ennek abból a szempontból van kiemelt jelentősége, hogy a versenyeztetés útján kiválasztásra kerülő digitális multiplex üzemeltető szolgáltató milyen sorrendben és ütemben lesz képes a tévécsatornák felvételére a multiplexeken.

Érdemes ezért egy pillantást vetni a tervezett első három multiplex lefedettségére:



fix vétel (64 QAM, 2/3, GI=1/4, 8k)  
Lakossági ellátottság kb. 94%  
1. multiplex hálózat (1. MUX) lefedettsége

A második multiplex lefedettségi térképe:



fix vétel (64 QAM, 2/3, GI=1/4, 8k)  
Lakossági ellátottság kb. 77%  
2. multiplex hálózat (2. MUX) lefedettsége

A harmadik multiplex lefedettségi térképe:



fix vétel (64 QAM, 2/3, GI=1/4, 8k)  
Lakossági ellátottság kb. 76%  
3. multiplex hálózat (3. MUX) lefedettsége

Az első három multiplex tehát sorrendben 94%, 77% illetve 76% lakossági lefedettségű lesz a következő években, ami jelentősen növelheti azon háztartások számát, amelyek akár más, már meglévő tévétvételi lehetőségeik mellett is hajlandóak lesznek egy digitális dekóderbe beruházni azért, hogy olcsó vagy ingyenes műsorokhoz juthassanak – **ugyanakkor zavaró tényezőként jelentkezik az ehhez szükséges beltéri egységek várhatóan magas ára és a kapcsolódó (korábban említett) hitelezési konstrukció meglehetősen irreális jellege.**

A reális scenárió fölállításához úgy vélem nem elég a szabályozási, törvényi háttér fölvezolása, hiszen többek között *a simulcast periódus végét az az elérni kívánt állapot jelöli majd ki, amikor a TV nézők túlnyomó többsége technikai értelemben képessé válik a DVB-T adások vételére.*

## **A DIGITALIZÁCIÓ REALITÁSAI NÉZŐI OLDALRÓL**

Az NHH Konzultációs Anyagából (2007. augusztus):

### **PIACI ÉS SZABÁLYOZÁSI KÖRNYEZET**

#### **3.1. Televíziós műsorterjesztés Magyarországon**

Jelen összefoglaló célja a televíziós műsorterjesztési piac fő trendjeinek és strukturális jellemzőinek rövid lényegre törő összefoglalása. Az összefoglaló empirikus alapja, hogy a digitális televíziós és rádiós hálózatok pályáztatási előkészületeinek megalapozása céljából a Nemzeti Hírközlési Hatóság 2007. júniusában kérdőíves adatfelvételt végzett a felnőtt lakosság körében, 1200 fő személyes megkeresésével. A kutatás tematikája alapvetően a 2005. évi KTV projekt empirikus lakossági moduljára épült, azaz kiterjedt a különböző elektronikus hírközlési és audiovizuális szolgáltatások megítélésére, az azokhoz való hozzáférésre illetve azok igénybe vételére, az ehhez szükséges eszközökkel való ellátottságra, azok használatára és a vásárlási szándékokra, valamint a különféle digitális többletszolgáltatások iránti fogékonyság és az ehhez kapcsolódó attitűdök mérésére. A 2007. évi felmérésben lényeges új elem a rádiózási szokások, a digitális rádiós várakozások, valamint a mobil tv várható lakossági fogadtatásának a vizsgálata.

##### **3.1.1 Készülékellátottság**

A magyar háztartások szinte kivétel nélkül, 99 százalékban rendelkeznek működőképes tévékészülékkel. A háztartások mintegy felében több mit 1 db tévé található. A legtöbb készülékkel a havidíjas parabolás háztartások rendelkeznek (átlagosan 1,78 db), a legkevesebbel a szoba- vagy tetőantennások (1,31 db). A digitális szolgáltatásfejlesztés szempontjából fontos lehet, hogy a tévénézők 56 százaléka a jövőben is kifejezetten fontosnak tartaná, hogy a televíziós szolgáltatás a lakáson belül több készüléken is elérhető legyen.



1. táblázat A háztartásban található működőképes televíziók száma - fő vételi mód szerinti bontás -

Bázis: azon háztartások, ahol van működőképes tv

Hány működőképes TV készülék van itthon?	Összesen	Milyen módon veszik a tévéadást (fő vételi mód)				
		kábel TV	havidíjas parabola / IPTV	egyéni parabola	csak szoba-/tetőantenna vagy semmi	
Projektált N	3 962 510	2 454 272	371 551	147 505	989 182	
NT/NV	2 872	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
1 darab	2 028 342	51,2%	44,6%	39,0%	43,1%	73,4%
2 darab	1 494 764	37,7%	42,1%	45,2%	44,0%	23,2%
3 darab	343 031	8,7%	10,3%	14,0%	11,0%	2,4%
4 vagy több darab	93 501	2,4%	3,0%	1,8%	1,9%	1,0%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Átlag		1,63	1,73	1,78	1,72	1,31
Átlag 2005 (bázis: összes háztartás, ahol van működőképes tv)		1,58	1,71	1,86	1,59	1,31

Forrás: NHH – Ariosz

A hazai készülékek döntő többsége jelenleg még alkalmatlan digitális adások vételére, erre utal, hogy átlagéletkoruk meghaladja a 7 évet és 93 százalékuk továbbra is hagyományos, katódsugaras képcsővel működik. Az ennél modernebb, fiatalabb készülékek a havidíjas parabolás háztartásokban jelennek meg leginkább, és a tető- vagy szoba- vagy tetőantennás háztartásokban legkevésbé.

2007. nyarán a háztartások 15%-a tervezte új tévékészülék vásárlását a következő egy-két évben. Ez 614 ezer háztartást jelent. A tévévásárlást tervezők közel kétharmada (62 százaléka) 50-150 ezer forint közötti összeget szán az új készülékre, s csupán 12 százalék azok aránya, akik 150 ezer forintnál többet kívánnak áldozni az új tévékészülék vásárlására. Ez alapján a készülékvásárlásra fordított kiadások összértéke 2007–2009-ben 40-60 milliárd forintosra becsülhető. A vásárlást tervezőknek ma már csak egyharmada szeretne hagyományos képcsőes készüléket, az érdeklődés egyértelműen az LCD, illetve a plazma technológia felé fordult.

2. táblázat TV-vásárlási szándékok 2007-ben

Bázis:	Az összes háztartás				A vásárlást tervezők (valószínűleg/biztosan)					
	Tervezik a következő 1-2 évben új tévékészülék vásárlását?				Mekkora összeget szándékoznak költeni az új tévékészülékre?					
Jelenlegi műsorvételi mód	valószínűleg igen	biztosan igen	Összesen %	N	NT/NV	50 ezer forint alatt	50-150 ezer forint között	150-250 ezer forint között	250 ezer forint felett	Összesen
1 kábel TV	11,9%	5,4%	17,3%	423 589	4,6%	17,5%	65,5%	6,8%	5,5%	100%
2 AM/UPC-D	13,8%	4,1%	17,9%	66 450	0,0%	6,4%	65,9%	20,0%	7,7%	100%
3 parabola	16,0%	4,0%	20,0%	30 168	0,0%	53,2%	46,8%	0,0%	0,0%	100%
4 csak szoba-/tetőantenna vagy semmi	5,6%	3,5%	9,2%	93 829	3,0%	43,1%	51,1%	2,8%	0,0%	100%
Összesen	10,6%	4,7%	15,3%	614 036	3,6%	22,0%	62,4%	7,3%	4,6%	100%

Forrás: NHH – Ariosz



### 3.1.2 Fő tévénézési szokások

A tévénézési szokásokat vizsgálva azt látjuk, hogy átlagosan napi több mint négy és fél órát "megy a TV" a háztartásokban, azaz megközelítően ennyit tévénéznek. A napok szerinti bontást vizsgálva megfigyelhető, hogy a tévénézés időtartama különösen vasárnap hosszú, de egy átlagos hétköznapon is négy óra feletti a tévénézéssel töltött idő.

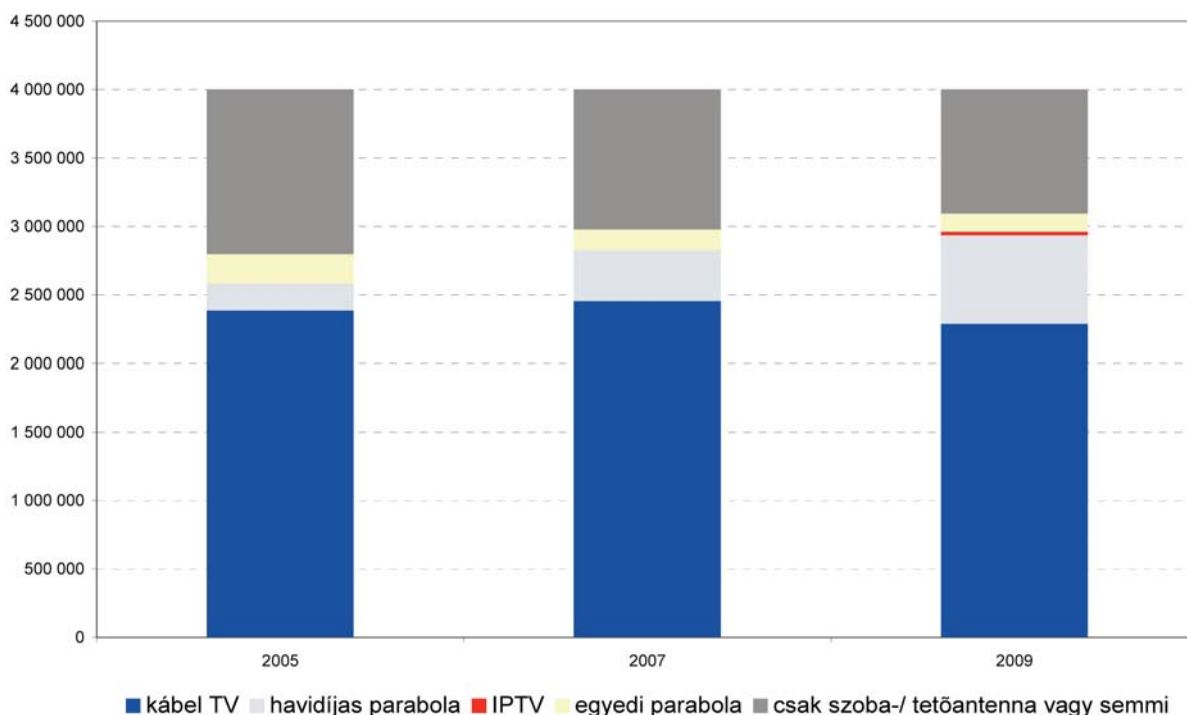
Az egyes műsorvételi technológiák szerinti bontás megmutatja, hogy a KTV előfizetőknél a legmagasabb a tévénézés időtartama valamennyi időpontra vizsgálva. Az ő esetükben a vasárnapi tévénézés átlaga meghaladja a hat órát. A legkevesebb időt az egyéni parabolával rendelkezők töltik a TV előtt, az átlag éppen nem éri el a négy órát.

A tévénézésre fordított időt jelentősen befolyásolják a különböző demográfiai változók. A városokban élők, a 40-49 év közöttiek, a szakmunkás végzettségűek ülnek a legtöbbet a képernyő előtt. Figyelemre méltó, hogy azok a válaszadók, akik saját háztartásukat a legalacsonyabb jövedelmi kategóriába sorolták ("nélkülözések között élünk") nézik a legtöbbet a TV-t, átlagosan naponta hat és fél órát. A legkevesebb időt átlagosan a községekben élők, a legidősebbek, a diplomával rendelkezők és a kifejezetten jó anyagi körülmények között élők töltenek a készülékek előtt.

### 3.1.3 A háztartások platformok szerinti eloszlása és várható alakulása

Az elmúlt két évben leginkább a havidíjas parabolás ügyfelek száma növekedett, elsődlegesen a DigiTV piacra lépésének tulajdoníthatóan. Ennek a szolgáltatásnak az előfizetőszáma 2007 nyarán már meghaladta a 300 ezer háztartást. A növekvő konkurencia ellenére a kábeles háztartások 2005-2007-ben őrzik pozícióikat, sőt még enyhe növekedést is fel tudtak mutatni (59,6%-ról 61,3%-ra). Az egyedi parabolás, illetve a legfeljebb tető- vagy szobaantennás háztartások száma viszont erőteljesen csökkent, ezeket a platformokat 60, illetve 180 ezer háztartás hagyta el az elmúlt 2 évben. Ez a trend valószínűsíthetően a következő két évben is folytatódik, vagyis tovább csökken a két nem havidíjas csoportba (egyedi parabola, valamint tető- vagy szobaantenna) tartozók aránya. Ebben továbbra is nagy szerepe lehet a havidíjas parabolás szolgáltatásra váltásnak. Ezzel párhuzamosan a vezetékes sokcsatornás szolgáltatók kilátásai kevésbé kedvezőek: a KTV előfizetők száma enyhén csökkenhet, és az IPTV feltehetőleg 2008-2009-ben sem lesz még meghatározó műsorterjesztési platform Magyarországon.

1. ábra A tévétételi mód időszora



Forrás: NHH – Ariosz

### 3.1.4 Digitális televíziós szolgáltatások várható fogadtatása

Egyelőre a felnőtt lakosságnak csak mindössze 40%-a hallott arról, hogy 2012 januárjáig megváltozik a földfelszíni műsorszórás rendszere. A legkevésbé tájékozottak éppen a legérintettebbek: azok, akik olyan háztartásban élnek, ahol csak földfelszíni vételt alkalmaznak a tévénézéshez – a legfeljebb szoba- vagy tetőantennával tévénézőknek csupán 30%-a hallott a digitális átállásról. Ráadásul a fogyasztók közel fele jelenleg még úgy gondolja, hogy a digitális átállás nem felétlenül jár átmeneti kényelmetlenségekkel, nem gondolják, hogy szükség lehet digitális dekóder, vagy új integrált digitális tévénéző készülék beszerzésére.

3. táblázat A digitális átállás tényének ismertsége

bázis: 18 éves és idősebb lakosság

Hallott Ön már arról, hogy 2012 január elsejéig megváltozik a televízió földi sugárzási rendszere, azaz lekapcsolják és helyette átállnak a digitális sugárzásra?	Összesen	Milyen módon veszik a tévéadást (fő vételi mód)				
		kábel TV	havidíjas parabola / IPTV	egyéni parabola	csak szoba-/ tetőantenna vagy nem	
<b>Projektált N</b>	<b>8 140 698</b>	<b>4 956 087</b>	<b>920 661</b>	<b>304 582</b>	<b>1 959 368</b>	
NT/NV	138 554	1,7%	1,8%	0,0%	1,0%	2,3%
nem	4 678 688	57,5%	54,7%	52,0%	60,1%	66,7%
igen	3 323 456	40,8%	43,5%	48,0%	38,9%	31,0%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: NHH – Ariosz

A közvélekedés szerint a fogyasztók legnagyobb arányban arra számítanak, hogy a digitális átállás hatására javulni fog a képminőség (a válaszadók kétharmada szerint). Ugyanakkor félelmek is tapasztalhatók: meglepően sokan gondolják, hogy a digitalizáció miatt fizetőssé válnak az eddig ingyenes csatornák (45%). Ezzel szemben az ingyenesen fogható csatornák számának növekedését csak minden harmadik tévénéző várja (32%).

4. táblázat A digitális többletszolgáltatások iránti igény, 2005 - 2007

Bázis: az összes háztartás

Hasznos-e	Az adott szolgáltatás		Többletköltséget is vállalna	
	Közömbös (3)	Hasznos (4,5)	a közömbösnek vagy hasznosnak tartók közül	az összes válaszadó közül
<b>Projektált N = 3862702</b>				
akár 150 csatorna?	14,7%	15,9%	32,1%	9,8%
tökéletes a kép- és a hangminőség?	11,4%	65,4%	27,3%	21,0%
több prémium csatorna?	16,2%	24,6%	29,8%	12,2%
széles képernyős, nagyfelbontású műsorszolgáltatás?	13,9%	29,8%	21,2%	9,3%
igény szerint letölthető videó?	11,4%	27,4%	36,0%	14,0%
interaktív hálózati játékok?	8,8%	12,8%	33,0%	7,1%
a televízió képernyőjén elérhető internet?	12,1%	23,4%	45,8%	16,3%
tévémsorok bármikor megnézhetők, nem csak a műsorrend által megadott időpontban?	12,7%	43,0%	41,1%	22,9%
jelenleginél gyorsabb teletext szolgáltatás?	10,9%	28,5%	20,3%	8,0%

bázis: 18 éves és idősebb lakosság

Hasznos-e	Az adott szolgáltatás		Többletköltséget is vállalna	
	Közömbös (3)	Hasznos (4,5)	a közömbösnek vagy hasznosnak tartók közül	az összes válaszadó közül
<b>Projektált N = 8 140 697</b>				
akár 150 csatorna?	18,7%	17,2%	29,9%	10,7%
tökéletes a kép- és a hangminőség?	9,5%	76,3%	27,0%	23,2%
több prémium csatorna?	20,4%	30,6%	29,7%	15,1%
széles képernyős, nagyfelbontású műsorszolgáltatás?	16,5%	46,7%	25,7%	16,3%
igény szerint letölthető videó?	15,5%	31,4%	34,0%	15,9%
interaktív hálózati játékok?	11,2%	15,5%	24,2%	6,4%
a televízió képernyőjén elérhető internet?	12,0%	28,2%	38,8%	15,6%
tévémsorok bármikor megnézhetők, nem csak a műsorrend által megadott időpontban?	15,0%	47,1%	35,5%	22,0%
jelenleginél gyorsabb teletext szolgáltatás?	15,2%	32,0%	18,0%	8,5%

Forrás: NHH – Ariosz

A technológiai fejlődés által elérhetővé váló szolgáltatások közül a leghasznosabbnak a tökéletes kép- és hangminőséget tartják a megkérdezettek (76%-uk szerint hasznos vagy nagyon hasznos szolgáltatás), ezt követi a műsorok tetszőleges időpontban történő nézhetősége (47%) és a széles képernyős, nagyfelbontású műsorszolgáltatás (47%). A digitális szolgáltatások fizetőképes kereslete jelenleg még korlátozottnak tűnik: többletköltséget a fogyasztóknak csak kevesebb, mint negyede lenne hajlandó vállalni a két legnépszerűbb lehetőségért (javuló minőség, VOD), 15-16% a széles képernyős szolgáltatásért, az igény szerint letölthető videózásért, a képernyőn elérhető internetért és a több prémium csatornáért, 11% az akár 150 csatorna eléréséért, 8% a gyorsabb teletext szolgáltatásért és 6% az interaktív hálózati játékokért.

Azok a lakosok, akik hajlandók lennének fizetni is valamelyik többlétszolgáltatásért, erre jellemzően 1 000 – 2 000 forintot (a válaszadók 42%-a) vagy 1 000 forintnál kisebb összeget (31%) adnának ki.

5. táblázat Mekkora többletköltséget lenne hajlandó vállalni az Ön által fontosnak tartott többlétszolgáltatásokért?

bázis: azok a 18 éves és idősebb lakosok, akik a többlétszolgáltatásokért fizetni is hajlandók

Mekkora többletköltséget lenne hajlandó vállalni az Ön által fontosnak tartott többlétszolgáltatásokért?	Összesen	Milyen módon veszik a tévéadást (fő vételi mód)				
		kábel TV	havidíjas parabola / IPTV	egyéni parabola	csak szoba-/ tetőantenna vagy nem tévézik	
<b>Projektált N</b>	<b>3 154 157</b>	<b>2 152 225</b>	<b>457 715</b>	<b>79 173</b>	<b>465 044</b>	
NT/NV	148 408	4,7%	5,4%	1,0%	0,0%	5,9%
kevesebb, mint 1000 Ft-ot	979 166	31,0%	34,3%	23,5%	42,4%	21,4%
1000-2000-Ft-ot	1 308 571	41,5%	39,7%	48,7%	19,5%	46,6%
2000-3000 Ft-ot	475 012	15,1%	15,4%	17,4%	25,3%	9,4%
3000-4000 Ft-ot	127 362	4,0%	2,6%	6,7%	4,1%	8,0%
több, mint 4000 Ft-ot	17 706	0,6%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
semennyit	97 932	3,1%	1,8%	2,6%	8,7%	8,8%
<b>Összesen</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Forrás: NHH – Ariosz

A hipotetikus DVB-T ajánlatok lakossági fogadókészségének vizsgálata azt mutatja, hogy a legnagyobb fogadókészség egy viszonylag mérsékelt havidíjú, belépési díj nélküli, legalább 15 csatornás kínálatra lenne. Egy ilyen ajánlat akár komoly konkurenciát is jelenthetne a jelenlegi sokcsatornás szolgáltatásoknak.

6. táblázat Hipotetikus ajánlatok fogadtatása

bázis: 18 éves és idősebb lakosság

1 től 5-ig terjedő skála átlagértékei	ÖSSZESEN	Milyen módon veszik a tévéadást (hierarchikus besorolás)			
		kábel TV	havidíjas parabola / IPTV	egyéni parabola	csak szoba-/ tetőantenna vagy semmi
Mennyire tartaná vonzónak a -15-25 ezer forintos egyszeri díj kifizetése után 6 csatornából álló programcsomag, további havidíj nélkül- ajánlatot?	2,1	2,1	2,4	2,3	2,0
Mennyire tartaná vonzónak a - Belépési díj kifizetése nélkül lehetősége van havi 1500-2000 forintért 15 csatorna elérésére- ajánlatot?	2,7	2,7	2,9	2,8	2,3
Mennyire tartaná vonzónak a -15-25 ezer forintos egyszeri díj kifizetése után 6 csatornából álló programcsomag, további havidíj nélkül + <b>200 Ft/napért 10 csatorna</b> - ajánlatot?	2,3	2,3	2,7	2,1	2,0

Forrás: NHH – Ariosz

## DVB–C

*A kábeles piac rendkívül elterjedt Magyarországon és jelen évben is dinamikusan növekszik. Nyilvánvaló, hogy a rendkívül jelentős lefedettséggel bíró kábeles piac fő szereplői komoly versenyhelyzetet kívánnak teremteni a törvény által támogatott digitális földfelszíni sugárzással szemben.*

*A kábelszolgáltatók eddigi üzleti modellje szerint a szolgáltató illetve üzemeltető fizetett a tartalomgyártónak, ugyanakkor a szolgáltatását igénybe vevőktől, tehát a nézőktől díjat szed. A közszolgálati televízió csatornáinak stratégiai célja, hogy a közszolgálati csatornák továbbra is az alapsomagok kötelező elemei legyenek. Ugyanakkor evidens, hogy a közszolgálati televízió nem részesülhet az ingyenes szolgáltatás kötelezettsége miatt a nézőktől beszedett díjakból.*

## DVB–S

*A Magyar Televízió meglévő és tervezett csatornái nem mondhatnak le a digitális műholdas műsor továbbítás lehetőségéről sem. A szegmens általános üzleti gyakorlata, hogy a tartalomszolgáltató fizet az üzemeltetőnek és a földfelszíni digitális műsorszórás tervezett modelljével lényegében paralell módon a nézők javarészt ingyenesen veszik igénybe a szolgáltatást. Jelenleg a Magyar Televízió m2 csatornája analóg műholdas adásként látható; az m2 csatorna digitális földfelszíni továbbításával új helyzet teremődik. Valóban optimális esetben a törvényi szabályozás idővel erre a terjesztési formára is kötelezővé teszi a must carry obligation-t, kevésbé kedvező esetben a lehető legalacsonyabb áron, de biztosítani kell a közszolgálati csatornák műsorszórását ezen a platformon.*

## DVB–H

*A közszolgálati televízióknak törekednie kell a Mobil TV nyújtotta lehetőségek kiaknázására is. Vélhetően speciális egyedi megállapodások keretében elsősorban hír jellegű tematikus csomagok és egyes pre-szelektált műsorok továbbítása tűnik tervezhetőnek.*

*Mint ismeretes, az AH az első multiplexek egyikeként pont a DVB–H, vagyis MobilTV szolgáltatást lehetővé tevő multiplexet indít el. A tervezett közszolgálati tematikus csatornák esetében, "helyszűke" esetén elképzelhetőnek tartom, hogy ez a platform tegye későbbiekben lehetővé az egyik tervezett tematikus csatorna részben vagy egészben történő sugárzását. A következőkben éppen ezért érdemes áttekintenünk a mobiltelevíziózás várható fogadtatását.*



Az NHH Konzultációs Anyagából (2007. augusztus):

### 3.1.5 Mobil televízió

A jelenleg mobil telefont használó felnőtt lakosok 46%-a próbálná ki szívesen a mobil televíziózást. A demográfiai mutatók közül ebben a tekintetben a kor a legmeghatározóbb: míg a legfiatalabb (18-29 éves) korcsoport 63%-a kíváncsi erre a lehetőségre, addig az 50-60 éveseknek a 40%-a, a 60 év felettieknek pedig csupán a 21%-a tekinthető nyitottnak.

7. táblázat *Kipróbálná-e a mobiltévét?*

bázis: azok a 18 éves és idősebb lakosok, akik használnak mobiltelefont

	Összesen		A kérdezett korcsoportja				
	Projektált N		18-29	30-39	40-49	50-59	60-X
NT/NV	6 377 377		1 657 155	1 358 662	1 222 790	1 111 419	1 027 351
nem	265 759	4,2%	5,2%	4,6%	3,9%	4,7%	1,6%
igen	3 127 950	49,0%	29,7%	45,2%	49,8%	55,3%	77,8%
már kipróbálta	2 937 752	46,1%	63,1%	50,2%	45,3%	40,0%	20,5%
	45 916	0,7%	2,1%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: NHH – Ariosz

Egyelőre úgy tűnik, hogy kedvezőbb fogadtatásra számíthatna egy nem-lineáris audiovizuális ajánlat a mobilkészülékeken: a többség szeretné mobilján tetszőleges időpontban megnézni kedvenc műsorát (62%) és csak 25% igazodna inkább a kiadott műsorrendhez.

8. táblázat *A lineáris és nemlineáris használat jövője*

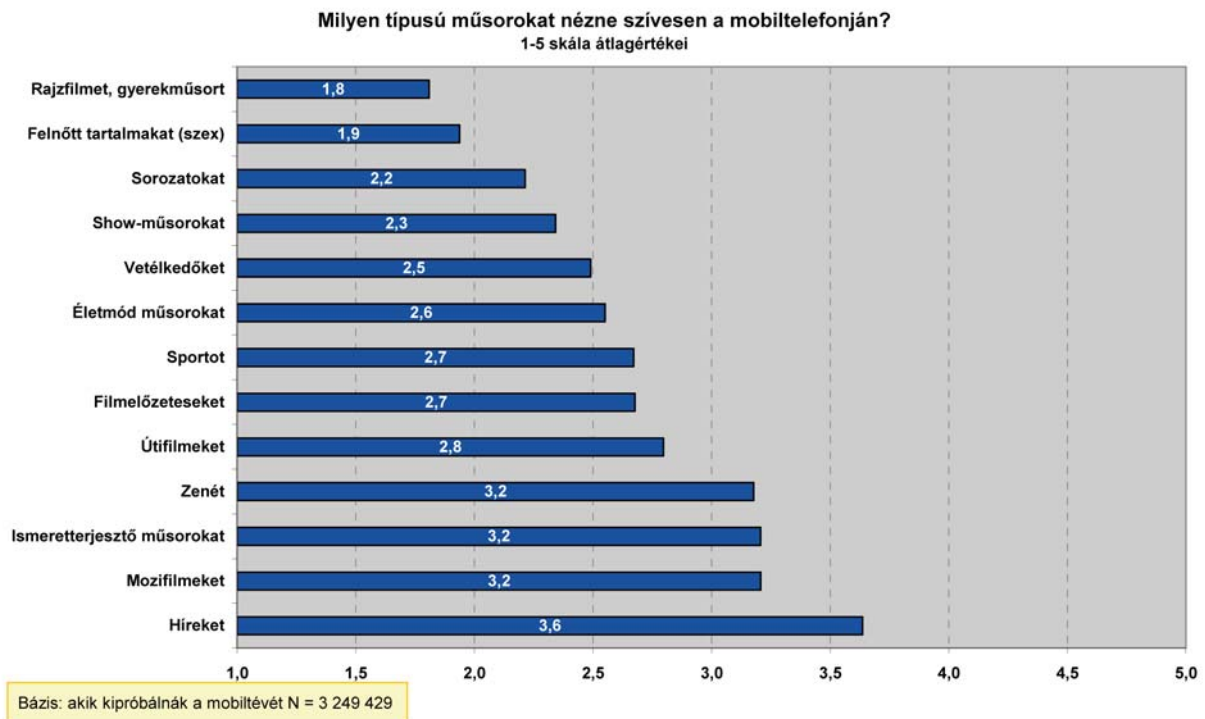
bázis: azok a mobilhasználók, akik kipróbálnák a mobiltévét

	Összesen		A kérdezett korcsoportja				
	Projektált N		18-29	30-39	40-49	50-59	60-X
NT/NV	3 249 427		1 165 608	744 974	613 661	497 297	227 887
inkább a szokásos módon, a televíziós csatornák műsorrendjét követve	407 148	12,5%	12,3%	10,7%	11,8%	16,4%	13,4%
inkább a kiadott műsorrendtől eltérő, későbbi időpontban, igény szerint	826 291	25,4%	24,0%	26,9%	25,7%	23,4%	32,0%
	2 015 988	62,0%	63,7%	62,5%	62,6%	60,3%	54,6%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: NHH – Ariosz

A mobiltévétés iránt nyitott lakosok a telefonon híreket néznének legszívesebben, esetleg mozifilmeket, ismeretterjesztő műsorokat vagy zenei adásokat. A felsorolt 13-ból pusztán ez a négy műsorszíntípus ért el 3-asnál magasabb átlagosztályzatot az 1-től 5-ig terjedő skálán.

2. ábra Milyen műsorokat nézne szívesen a mobiltelefonon?



Forrás: NHH – Ariosz

## IPTV

Remélhetően a *must carry obligation* a piaci dominanciával bíró IPTV (távközlési) szolgáltatókra is kiterjed majd. Az IPTV üzemeltetők megjósolható üzleti modellje a fogyasztótól szedett díj alapján működik. Egyedi jellege és sajátossága, hogy alapvetően a fogyasztóhoz a saját maga által szelektált tartalom jut el és már eo ipso tudatos fogyasztói attitűdöt alakít ki. A Video on Demand és hasonló szolgáltatások teljesen átlátható és kontrollálható módon teszik lehetővé a különböző értéknövelt alkalmazását, tehát a közszolgálati televízió különböző csatornáit a legkézenfekvőbb módon az IPTV-s műsorszórás keretein belül realizálhatnak akár jelentős, nem klasszikus jellegű reklám árbevételt.

Az első **M** fejezetben igyekeztem felvázolni azt az *általános stratégiát*, amelyet a jövőben végre kell hogy hajtson a Magyar Televízió annak érdekében, hogy a megváltozott EU-s és magyarországi szabályozásnak megfelelő közszolgálati tartalomszolgáltató lehessen a gyökeresen megújuló digitalizációs médiapiacon. Az alapstratégia megfogalmazása után most a Magyar Televízió konkrét helyzetét vizsgálom; lényegében tehát azt, hogy az elmúlt 4 éves reorganizációs periódus után milyen gazdasági, gazdálkodási, illetve nézettségi helyzetben van az MTV. Úgy vélem, hogy a felvázolt alapstratégia és a jelenlegi valós tényhelyzet egymás melletti értelmezése szolgálhat alpjául a Magyar Televízió *egyedi stratégiájának*. Bármilyen korszerű, tetszetős, up to date digitális jövőverzió önmagában való értelmezése teljes egészében félrevezető lehet, ha nem próbálunk reálisan szembenézni a jelenlegi helyzet főbb gazdasági, nézettségi és technológiai paramétereivel, mert hisz éppen a lényeg a feltétlenül szükségesen megteendő lépések és döntések bonyolult szinergiája maradna árnyékban, ez pedig egyértelműen elvezethetne oda, hogy a Magyar Televízió a küszöbön álló paradigmaváltás vesztese lehet.

A Magyar Televízió közszolgálati funkciójának teljesítését, illetve a szervezeti működését a szabályozási, technológiai, médiapiaci környezetének már zajló, illetve a jövőben bekövetkező átalakulása alapjaiban fogja érinteni. Ebből a folyamatból eredően a néző figyelméért, idejéért folytatott verseny területei, intenzitása, a társaság bevételi- és költségstruktúrája, a felügyeleti elvárások stb. átalakulásának hatása várhatóan robosztusabb lesz, mint 1997-ben, illetve azt követően a két országos kereskedelmi műsorszolgáltató megjelenésének volt.

Tekintettel arra, hogy az MTV működési környezetének szinte minden meghatározó eleme jelentős mértékben megváltozik, a közszolgálatosság, illetve a műsorszolgáltatási teljesítmény megítélésének javítására, közszolgálati szerepére vonatkozó vízió, szakmai koncepció mellett legalább ilyen jelentőséggel bír, hogy a televízió kellően felkészüljön a felsorolt változásokra, az erőteljes hatású átalakulási folyamatoknak ne csupán passzív elszenvedője legyen.

Mindenekelőtt ahhoz, hogy a műsorpolitikai, technológiai, illetve az audiovizuális média egyéb területein a jelenben és a közeljövőben megfogalmazódó kihívások lehetőségekké formálódjanak a Magyar Televízió számára, olyan vezetés kell, amely egyrészt ezen változásokat megfelelő perspektívában értelmezni tudja. Másrészt azonban ennél is fontosabb, hogy a gyakorlati lépések előkészítettsége, de legfőképp összehangoltsága az elmúlt években mutatott figyelemhez képest jelentősen megerősödjön, amely a digitális átállás, illetve az audiovizuális médiakörnyezet további elemeinek *szigetszerű megközelítése helyett ezen tényezők változásának kezelését egységbe integrálja*. Meggyőződésem, hogy ebben a meghatározó időszakban a környezeti változások átfogó, az összes stratégiai szempontot integráló kezelése lesz a kulcsa, hogy a működési struktúra komplex átformálódásából a televízió nyertesként kerülhessen ki.

## AZ MTV GAZDÁLKODÁSA 2004–2007.

A Magyar Televízióban a 2004. és 2007. közötti időszakban – hivatalos elnevezéssel élve is – *reorganizáció* zajlott. A jelenlegi elnökség egykori reorganizációs tervének részletes ismerete nélkül is megállapítható az eltelt időszak egyes éveiben nyújtott külön állami támogatások szerkezetéből és volumenéből, hogy néhol változó megnevezések alatt (MTV Közalapítvány támogatása, üzembentartási-díj kiegészítés stb.) az állam egyre növekvő volumenű és konkrét célokra folyósított támogatásban részesítette a Magyar Televíziót. Ezen céltámogatások főbb irányai visszatérően az MTV reorganizációs tervének megvalósítását; a részben ehhez kapcsolódó létszámleépítést és a hatékony szervezeti struktúra megvalósítását; a közéleti és kulturális műsorok súlyának növelését és általában a korszerű közszolgálati programing megvalósítását tűzték ki célul.

Ezt alapul véve tekintem át az elmúlt négy év dinamikájában, hogy

- a reorganizációban vállaltak milyen sikerrel valósultak meg
- ezek alapján a Magyar Televízió 2007. évi állapota *valójában* hogyan ítéltető meg, különösen a Magyar Televízió előtt álló digitális paradigmaváltás küszöbén

A Magyar Televízió gazdálkodása a következő szempontok alapján kerül áttekintésre:

1. *Mennyiben tett eleget azon törvényi kötelezettségének, hogy fejlessze informatikai rendszereit a gazdasági folyamatok megfelelőbb nyomon követése érdekében?*
2. *A megkapott támogatásokat ténylegesen a közszolgálati műsorai fejlesztésére használta-e fel?*
3. *Megtette-e a megfelelő lépéseket az ugyancsak a jogszabályokban leírt létszámcsökkentés, illetve humán erőforrás racionalizálás irányában?*
4. *Az általa elért nyereség mennyire tükrözheti a vállalat valós helyzetét?*

Első lépésként véleményem szerint meg kell vizsgálni a jogszabályi hátteret. A Magyar Televízió ZRT.-re általánosságban vonatkozik valamennyi vállalkozásra kötelező jogforrás. A társaság egyedi jellegét a szolgáltatási tevékenysége adja, mely kihangsúlyozza a közszolgálati jellegű tevékenységet, emiatt különösen fontos joganyag a vizsgált társaság szempontjából az adott évi költségvetési törvény, miután – mint látni fogjuk – a későbbiekben bevételeinek nagyrésze költségvetési forrásból származik. Ebből az következik, hogy miután feltételezzük, hogy a GT, a számviteli, illetve adó tárgyú joganyagoknak megfelel az MTV működése, az elemzés középpontjába a költségvetési törvények kerülnek.

Már a Magyar Köztársaság 2003. évi költségvetéséről szóló 2002. évi LXII. Törvény is a következő célokat tűzte ki, illetve ezekkel kapcsolatban az alábbi kötelezettségeket róta:

***“128. § A Magyar Televízió Rt. tőketartalékának emelésére szolgáló előirányzat (I. Országgyűlés fejezet, 16. cím, 1. alcím) folyósításának és felhasználásának feltétele a 77/2003. (VI. 24.) OGY határozatban előírt jelentéstételi kötelezettség teljesítése, e jelentésnek az illetékes országgyűlési bizottság általi tudomásul vétele, továbbá a Magyar Televízió Közalapítvány (a továbbiakban:***

**Közalapítvány) Kuratóriuma elnökének - az országgyűlés elnökéhez eljuttatott nyilatkozata, melyben kötelezi magát az alábbiakra:**

**(1) A Közalapítvány Kuratóriumának elnöksége felkéri az MTV Rt. elnökét, hogy**

a) 2004. január 31-éig a részvénytársaság teljes személyi állományára kiterjedő humánpolitikai és munkaügyi átvilágítást végeztessen el az Rt. felügyelő bizottságának folyamatos ellenőrzésével. Az erről készült jelentését terjessze a Közalapítvány Kuratóriumának elnöksége elé.

b) Az a) pont szerinti átvilágítás eredményeire építve legkésőbb 2004. március 31-éig terjesszen javaslatot a Közalapítvány Kuratóriuma elé új szervezeti és feladatelosztási rendszerre, megjelölve az elhagyható vezetői szinteket és a nélkülözhető munkaköröket.

c) Az a)-b) pontokban foglaltak figyelembevételével dolgozzon ki új szervezeti és működési szabályzatot, és a külső-belső munkavégzésre is kiterjedően korszerűsítse az összeférhetlenségi szabályokat.

**d) Készítsen középtávú megoldásokat is alkalmazó reorganizációs tervet, és ezt terjessze a Közalapítvány Kuratóriuma elé, hogy a Magyar Televízió Rt. kiadásai a reálisan számítható bevételek szintjére csökkenjenek.**

e) A részvénytársaság felügyelő bizottságának javaslatára támaszkodva olyan belső elszámolási rendszert alakítson ki, amely lehetővé teszi a szakmai és pénzügyi folyamatok átláthatóságát, továbbá a műsorok valós költségeinek, hozzárendelhető bevételeinek meghatározását és nyilvántartását, biztosítva az egyes műsorszámok, műsorkategóriák forint és perc szerinti összehasonlíthatóságát.

**(2) Az (1) bekezdés a)-e) pontjaiban foglaltak végrehajtásáról a Közalapítvány Kuratóriumának elnöksége szükség szerinti gyakorisággal jelentést tesz az Országgyűlésnek.”**

Tehát már a 2003. évi költségvetési törvény is feladatul tűzte ki a humánpolitikai, illetve informatikai fejlesztéseket, ezt hasonlóképpen tették a következő évek költségvetési törvényei is. A fenti célok megvalósításának valamelyikét évről-évre kitűzte az adott évi költségvetési törvény.

2003. évi CXVI. Törvény a Magyar Köztársaság 2004. évi költségvetéséről és az államháztartás hároméves kereteiről:

*“A központi költségvetés tartalék-előirányzatai...*

**8. § (1) Céltartalék szolgál**

**(3) Az (1) bekezdésben foglalt előirányzat terhére a Kormány hatáskörében támogatottak a Magyar Távirati Iroda Részvénytársaság, valamint a Magyar Televízió Részvénytársaság létszámcsökkentésével kapcsolatos egyszeri személyi kifizetések a pénzügyminiszterrel kötött megállapodás alapján.”**

2004. évi CXXXV. törvény a Magyar Köztársaság 2005. évi költségvetéséről:

**“(4) A Magyar Televízió Közalapítvány - a média tv. 60. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint felhasználható - céltámogatása (I. Országgyűlés fejezet, 13. cím,**



**1. alcím) a Magyar Televízió Rt. reorganizációs tervének megvalósításához és annak megfelelő működéséhez szükséges többletköltségek fedezetül szolgál, ideértve a közéleti és kulturális műsorok súlyának növelését.”**

2005. évi CLIII. törvény a Magyar Köztársaság 2006. évi költségvetéséről:

**“(4) A Magyar Televízió Közalapítvány - a média tv. 60. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint felhasználható - céltámogatása (I. Országgyűlés fejezet, 13. cím, 1. alcím) - elkülönített nyilvántartással, a cél szerinti felhasználást megállapítható módon - a Magyar Televízió Rt. reorganizációs tervének megvalósításához, az átalakított szervezeti struktúrájának és munkafolyamatainak megfelelő működéséhez szükséges költségek - ideértve a korszerű megjelenésű és tartalmú közéleti és kulturális műsorok súlyának növelését is -, továbbá a közszolgálati tevékenysége ellátásához alapvetően szükséges ingatlanok (székhely, stúdiók, gyártóbázis) fedezetül szolgál. A bérbeadó által a szerződés szerint kiállított számlán szereplő összegű bérleti díjat közvetlenül a bérbeadónak kell folyósítani az MTV Rt. engedélyező nyilatkozata alapján, és az MTV Rt. könyveiben kell kiadásként elszámolni.”**

Érdekes változás áll be a 2007. évi költségvetésnél itt a feladatok végrehajtására már nem egyszerűen támogatás ad, hanem az általános forgalmi adó részt nem hagyja elszámolni támogatási bevételként.

2006. évi CXXVII. törvény a Magyar Köztársaság 2007. évi költségvetéséről:

**“(7) A Magyar Televízió Közalapítvány - a média tv. 60. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint felhasználható - céltámogatása (I. Országgyűlés fejezet, 13. cím, 1. alcím) - elkülönített nyilvántartással, a cél szerinti felhasználást megállapítható módon - a Magyar Televízió Zrt. közszolgálati műsorai tervének megvalósításához - ideértve a korszerű megjelenésű és tartalmú közéleti és kulturális műsorok súlyának növelését is -, továbbá a közszolgálati tevékenysége ellátásához alapvetően szükséges ingatlanok (székhely, stúdiók, gyártóbázis) bérleti díjának, valamint az MTV Zrt. új telephelyre költözéséhez kapcsolódó költségeknek a fedezetül szolgál. A bérbeadó által a szerződés szerint kiállított számlán szereplő összegű bérleti díjat közvetlenül a bérbeadónak kell folyósítani az MTV Zrt. engedélyező nyilatkozata alapján. A folyósított összegből az arányosítás alapján levonható áfának megfelelő összeget nem lehet támogatási bevételként elszámolni, azt állammal szembeni visszatérítési kötelezettségként kell nyilvántartani.”**

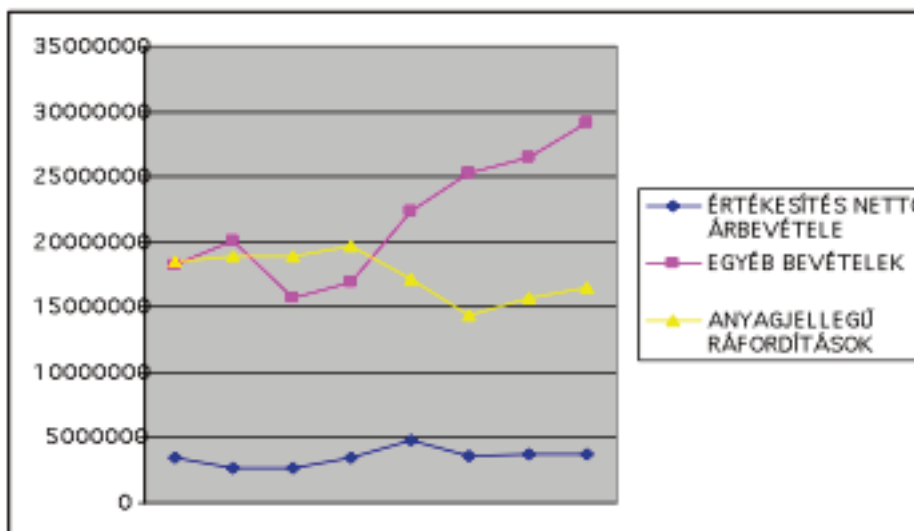
A fentiekben feltett négy kérdés közül a válasz az elsöre a legegyszerűbb. A rendelkezésünkre álló információk szerint, ugyan az informatikai rendszerének fejlesztése irányában lépéseket tett az MTV, de ezek még mindig nagy részben önállóan működő, nem integrált rendszerek. A XXI. században, 4-5 évvel az Európai Unió csatlakozásunk után rendkívül kedvezőtlen, hogy egy Magyar Televízió méretű média cégnél ne működjön teljesen integrált vállalatirányítási-rendszer. Ilyen rendszereket szolgáltató cégek a

magyar piacon jelen vannak (kisebb specifikusan magyar előállítók rendszereitől egészen a nemzetközileg elismert SAP rendszerig), tehát ezzel kapcsolatban az MTV vezetése, sokszoros ígéret és néhány megvalósult részfeladat ellenére nem tudott sikert elérni. Annak ellenére, hogy a költségvetésből pénzt biztosítottak erre, és a piacon található számos szolgáltató is.

A második kérdésre megint aránylag egyszerű a válasz. *Általános értelemben a közszolgáltatóság erősítése, vagyis mind mennyiségben, mind integrált követhető tartalom bővülésben megnyilvánuló közéleti és kulturális műsorgyártási boom csak foltokban, szigetekben érzékelhető; mint az áttekintés egyéb részeiben ez látható, a saját gyártású műsorok készítése jelentősen csökkent. A másik, ezzel korreláló és valóban drámai csökkenést mutató adat a nézettség, amely jelen fejezet második részében kerül részletes elemzésre. A műsorok gyártásával kapcsolatos vélelem alátámasztását szolgálják a következő táblázatok:*

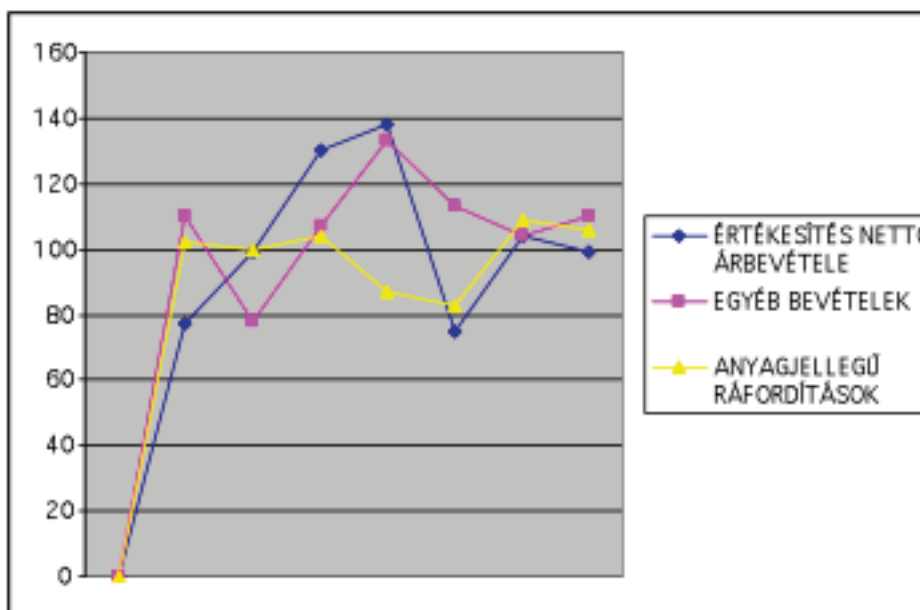
Adatok e Ft

ÉV	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	EGYÉB BEVÉTELEK	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK
2000	3439062	18202579	18483612
2001	2662717	20052774	18876116
2002	2648838	15709157	18916167
2003	3437144	16861378	19719343
2004	4738303	22344794	17206667
2005	3570519	25309681	14317772
2006	3725100	26427828	15644728
2007	3702616	29186814	16544470



Változás az előző év százalékában

ÉV	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	EGYÉB BEVÉTELEK	ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK
2000	0	0	0
2001	77	110	102
2002	99	78	100
2003	130	107	104
2004	138	133	87
2005	75	113	83
2006	104	104	109
2007	99	110	106
VÁLTOZÁS 2004-2006	79	118	91
VÁLTOZÁS 2004-2007	78	131	96



A fenti táblázatok és grafikonok mutatják, hogy az anyagjellegű ráfordítások növekedési üteme (melyek elvileg a műsorkészítés költségeit is tartalmazzák) rendre kisebb (kivéve 2001., 2006. évek), mint az egyéb bevételeké (ahova elvileg a támogatások is könyvelésre kerülnek), két évben (2004., 2005.) egyenesen ellentétes irányú. Látható az is, hogy *míg az egyéb bevételek a 2004. évihez képest a 2006. évre 118%-ra nőttek, addig az anyagjellegű ráfordítások 91%-ra csökkentek. A tendencia nem változik 2004. és 2007. évek tekintetében sem, itt 131%-os növekedés áll szemben 96%-os csökkenéssel. A fentiek alapján azt a következtetést lehet levonni, hogy a támogatások nem feltétlenül a műsorkészítés fejlesztését szolgálták.*

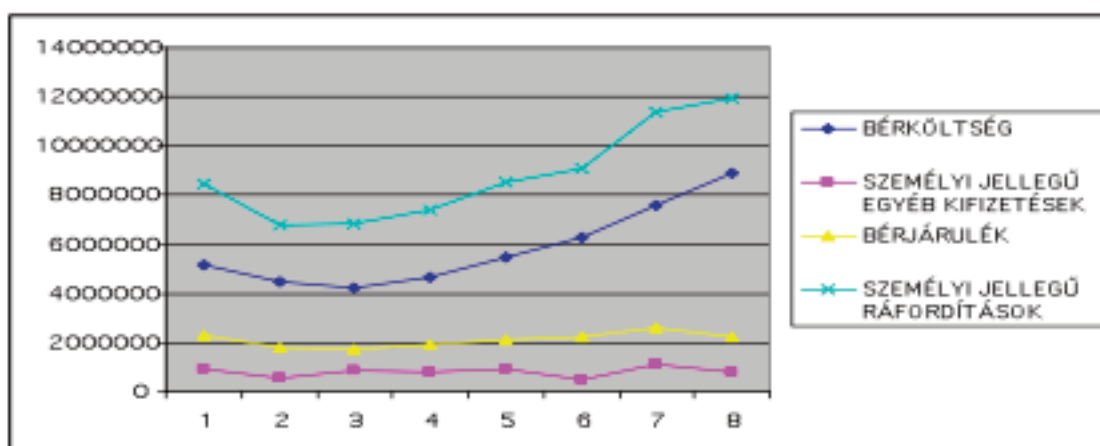
*Az MTV gazdálkodásának egy másik sarkalatos kérdése a létszámléptetés, illetve a humán erőforrás racionalizálás problémája. Erre a köztelevízió szintén kapott költségvetési támogatást, sőt a 2007. évben külön kormányrendelet, a 23/2007. (II.28.) foglalkozott a közszolgálati műsorszolgáltatók 2007. évi létszámcsökkenésének költségvetési támogatásával.*

A társaságnál 2007. május 31-én csaknem 1900 fő dolgozott, ezt év végére körülbelül 1700 főre kívánták csökkenteni (a több éve kívánatos, és a tervekben leírt 1200 fővel szemben). Amennyiben 2009-re megvalósul az új székházba költözés, úgy már csak az új épületkomplexum által diktált mérethatárok miatt is **el kell érni az 1200-as foglalkoztatotti létszámot**. Ezt kellett volna zökkenőmentesen megoldani az elmúlt években. *Véleményem szerint az MTV jövőbeni stratégiája által diktált feladatok, valamint egy legalább valamennyire optimális költségszerkezet elérése szempontjából maximum 1050 fő alkalmazotti létszám a valóban elérendő cél.* (Visszatérő érvelés, hogy a reorganizációban is definiált létszámleépítés alapvetően az eredetileg 2005-re tervezett új székház project akkori megvalósulásának elmaradása miatt nem valósult meg; ám ez az érvelés a későbbi években is erre a célra folyósított céltámogatások tényének és a mára kialakult létszámnövekedés tükrében eufemizmussal élve is visszatetsző.)

Az alábbi számokból kiderül, hogy az elmaradt létszámleépítés, amellett hogy meg nem valósultnak tekinthető, fokozott bérfeláramláshoz vezetett.

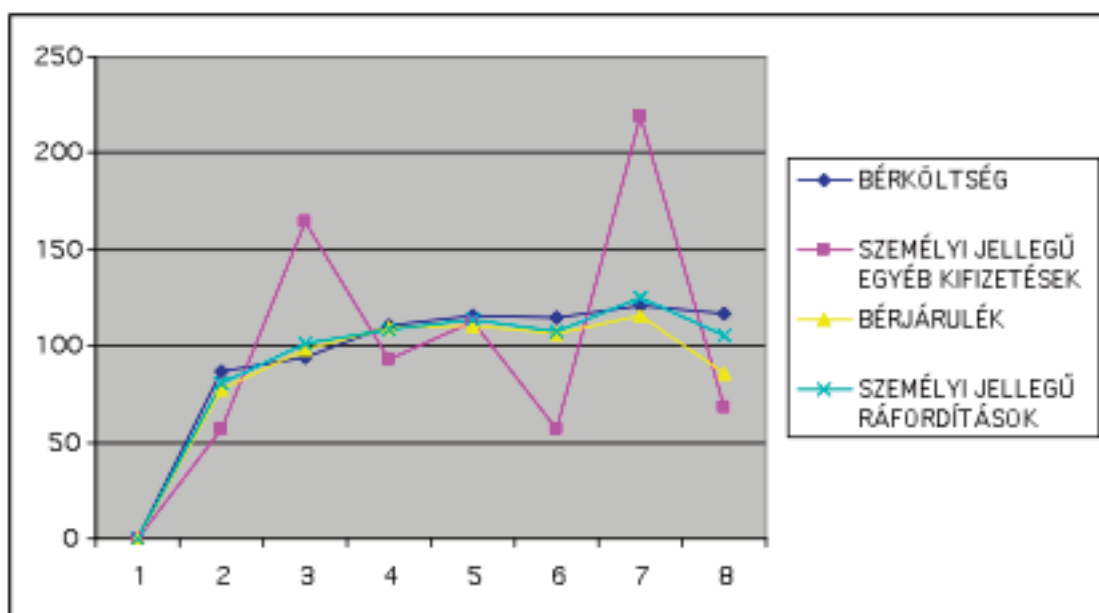
Adatok e Ft

ÉV	BÉRKÖLTSÉG	SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK	BÉRJÁRULÉK	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK
2000	5.164.845	936.008	2.330.466	8.431.319
2001	4.478.478	537.390	1.787.486	6.803.354
2002	4.217.923	879.236	1.758.702	6.855.861
2003	4.682.097	821.086	1.928.765	7.431.948
2004	5.451.480	923.929	2.131.733	8.507.142
2005	6.276.121	522.551	2.262.907	9.061.579
2006	7.593.804	1.142.619	2.625.910	11.362.333
2007	8.920.960	780.000	2.261.000	11.961.960



Az előző év százalékában

ÉV	BÉRKÖLTSÉG	SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK	BÉRJÁRULÉK	SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK
2000	0	0	0	0
2001	87	57	77	81
2002	94	164	98	101
2003	111	93	110	108
2004	116	113	111	114
2005	115	57	106	107
2006	121	219	116	125
2007	117	68	86	105
VÁLTOZÁS 2004-2006	139	124	123	134
VÁLTOZÁS 2004-2007	164	84	106	141



A fenti táblázatokból kitűnik, hogy a bérköltség a 2001. és a 2002. éveket leszámítva szignifikánsan emelkedik, tehát pont a reorganizációs - karcsúsítási program beindulásakor kezdenek növekedni a bérek, holott a létszámcsökkentés, illetve a racionalizálás fő célja éppen a bérfolyamok csökkentése lenne. Érdekes megfigyelni, hogy a 2004-es bázis évhez képest 2006. évre 139%-ra, míg 2007. évre 164%-ra nőnek a bérek. Ezt még egy inflációkövető béremelés sem indokolja. Ennek két magyarázata lehet:

1. A létszám nő annak ellenére, hogy az adott időszakban éppen létszámcsökkentést kellett volna végrehajtani.
2. Inflációt jóval meghaladó béremeléseket hajtottak végre, mely szintén ellentmond az alapvető karcsúsítási szándéknak.



Ezt az sem indokolja, hogy a 2006. évben a színlelt vállalkozási szerződésekkel kapcsolatos moratórium lejártával “belsőítéseket” kellett végrehajtani. Elég azt megnéznünk, hogy a 2007. évre a bérköltség 17%-kal nő. Ezzel kapcsolatban érdekes még megvizsgálni a személyi jellegű egyéb kifizetések 119%-os növekedését 2006. évre, amely nagy valószínűséggel ismételten egy rejtett bérkiáramlásra utal. Ez éppenséggel alátámaszthatna egy induló leépítési folyamatot, miután a végkielégítések is itt számolandók el, de mint a létszámadatakból ez kitűnik, ilyen nem történt.

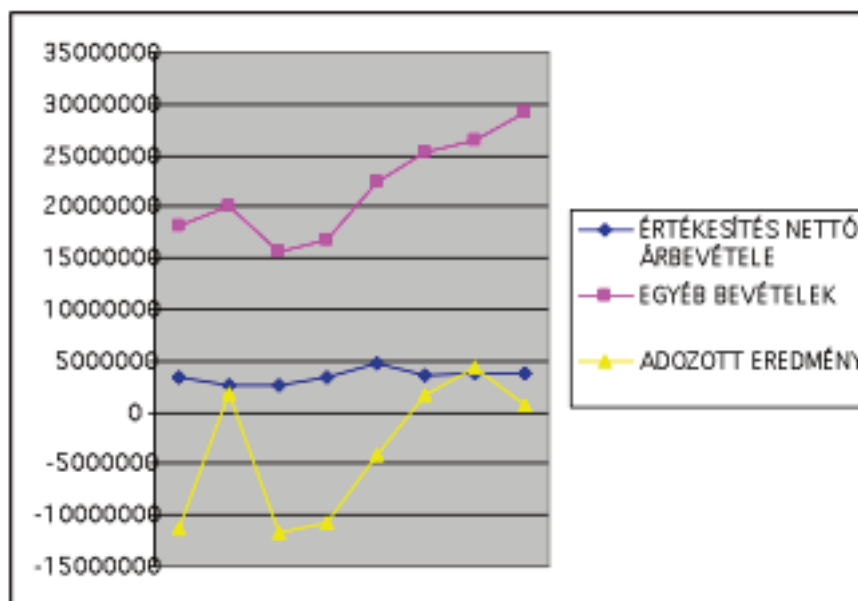
Az első három kérdésre adható válaszból meglátásom szerint kiderül, hogy a költségvetési törvényben meghatározott célokat a társaságnak nem igazán sikerült elérni, annak ellenére, hogy 2005–2007. évekre összesen 17.327,8 M támogatást kapott a fenti célok megvalósítására.

KÖLTSÉGVETÉSI ÉV	ÖSSZEG (MILLIÓ FT)
2005	3.479,5
2006	4.395,4
2007	9.452,9
ÖSSZESEN:	17.327,8

Itt kapcsolódik a negyedik kérdés az első háromhoz, ennek szemléltetésére álljanak itt az alábbi táblázatok, illetve grafikonok.

Adatok eFt

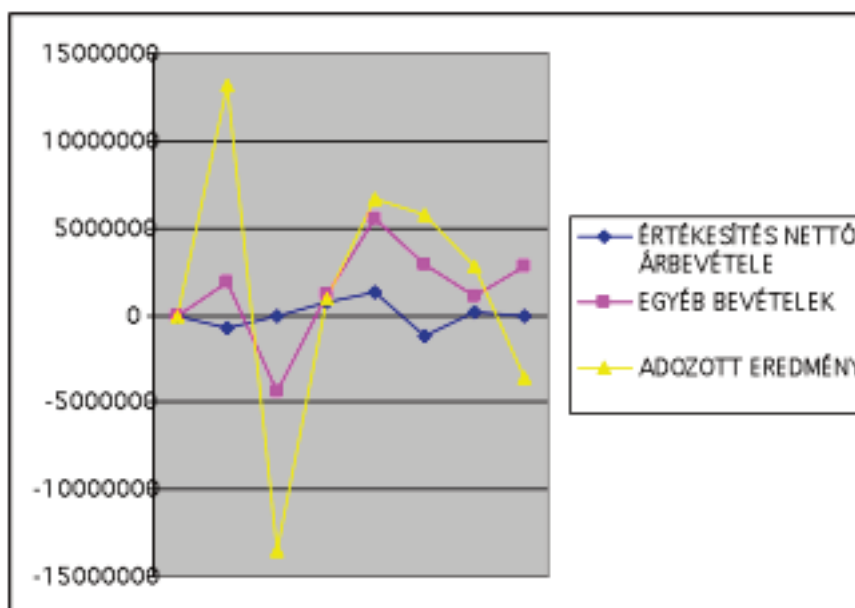
ÉV	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	EGYÉB BEVÉTELEK	ADOZOTT ERED- MÉNY
2000	3.439.062	18.202.579	-11.386.346
2001	2.662.717	20.052.774	1.778.727
2002	2.648.838	15.709.157	-11.755.870
2003	3.437.144	16.861.378	-10.821.918
2004	4.738.303	22.344.794	-4.120.366
2005	3.570.519	25.309.681	1.636.671
2006	3.725.100	26.427.828	4.405.469
2007	3.702.616	29.186.814	787.030



Az előző évhez képest eltérés

Adatok e Ft

ÉV	ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	EGYÉB BEVÉTELEK	ADOZOTT EREDMÉNY
2000	0	0	0
2001	-776.345	1.850.195	13.165.073
2002	-13.879	-4.343.617	-13.534.597
2003	788.306	1.152.221	933.952
2004	1.301.159	5.483.416	6.701.552
2005	-1.167.784	2.964.887	5.757.037
2006	154.581	1.118.147	2.768.798
2007	-22.484	2.758.986	-3.618.439
VÁLTOZÁS 2004-2006	-1.013.203	4.083.034	8.525.835
VÁLTOZÁS 2004-2007	-1.035.687	6.842.020	4.907.396

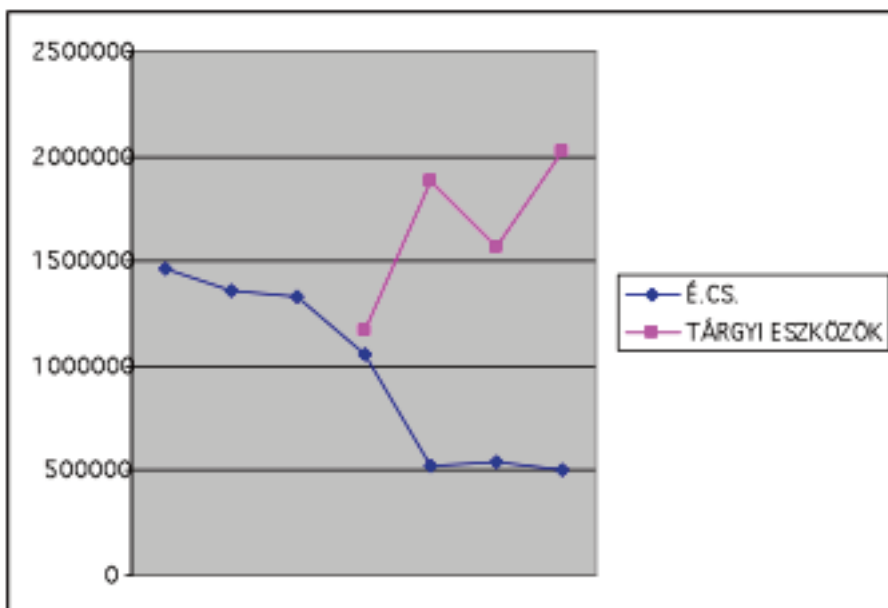


A fenti adatokból kitűnik, hogy az eredmény esetleges növekedése nem az általában stagnálónak mondható értékesítés nettó árbevételéből, hanem inkább az egyéb bevételekből következik. Ez alól kivétel a 2007. év, de mint már láthattuk, ebben az évben a bérleti díj ÁFA részét nem lehetett támogatásként bekönyvelni. Ezt az évet leszámítva a támogatás növekedés általában eredmény növekedést is előidéz. Miután az eredmény növekedése nem olyan mértékű, mint a támogatások növekedése ez felvethet egyéb feltételezéseket is. Előfordulhat az is, hogy a támogatásokat, például a kötelezettségek átstrukturálása használta fel az MTV, erről tanúskodhat a rövidtávú kötelezettség nagy mértékű csökkenése 2006. évre.

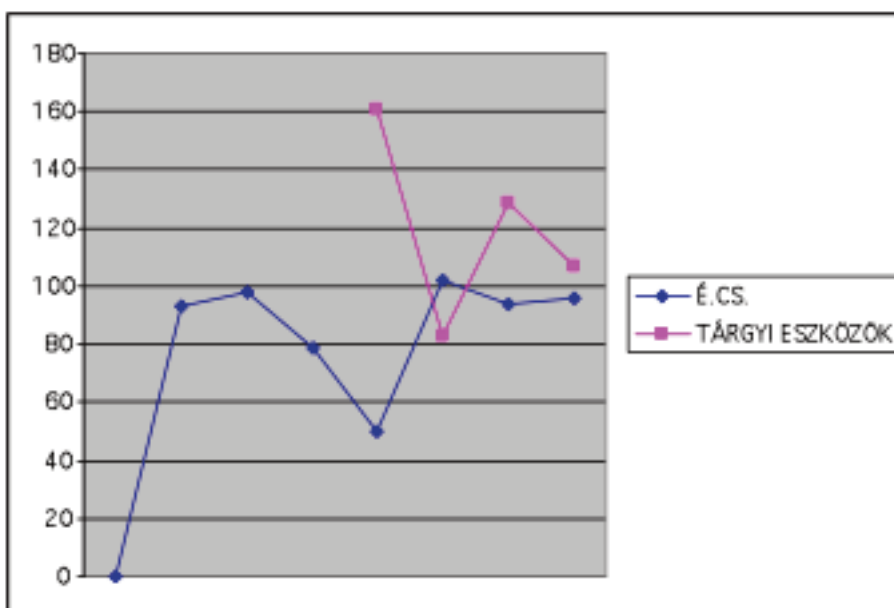
Egy további könyveléstechnikai megoldás lehet az eredmény növelésére az értékcsökkenési leírási kulcsok megváltoztatása, erről tanúskodhatnak az alábbiak.

Adatok e Ft

ÉV	É.CS.	TÁRGYI ESZKÖZÖK
2000	1.466.164	
2001	1.359.946	
2002	1.334.108	
2003	1.051.535	1.169.177
2004	526.236	1.884.221
2005	537.193	1.567.836
2006 VÁRHATÓ	502.792	2.025.447



ÉV	É.CS.	TÁRGYI ESZKÖZÖK
2000	0	
2001	93	
2002	98	
2003	79	
2004	50	161
2005	102	83
2006 VÁRHATÓ	94	129
VÁLTOZÁS 2004-2006 VÁRHATÓ	96	107



A fenti táblázatok és grafikonok azt mutatják, hogy miközben a tárgyi eszköz állomány folyamatosan nő, az értékcsökkenési leírás csökken. Ennek két oka lehet:

1. Az eredmény növelése érdekében alacsonyabb értékcsökkenési kulcsok lettek meghatározva (ehhez hozzávesszük a fentebbi feltételezést mely a kintlévőség átstrukturálását tette fel), de ez csak a költségterhek elodázását jelenti.
2. Amennyiben az eszközpark elöregedett (sok a nullára írt, tehát már tovább nem amortizálható eszköz), úgy a vezetés nem jár el kellő gondossággal annak érdekében, hogy a vállalkozás megfelelő, folyamatos állandó működését biztosítsa.

## MTV NÉZETTSÉG 2007

*Miközben a reorganizáció eredeti célkitűzéseitől és a céltámogatások struktúrájától eltérően a létszám és ezzel együtt a bérkiáramlás jelentősen megnőtt, a generikus közszolgálati tartalom minőség és mennyiségi expanziójára kapott céltámogatások ellenére az anyag jellegű ráfordítások és ezen belül a műsorokra fordított költségvetés tendenciájában a 2004-es szint alatt marad, miközben a részvénytársaság állami támogatása folyamatosan nő, rendkívül fontos megvizsgálunk, hogy az első reorganizáció időszak végén 2007-ben a Magyar Televízió mint első számú közszolgálati tartalom gyártó milyen nézettségi eredményeket tudott elérni.*

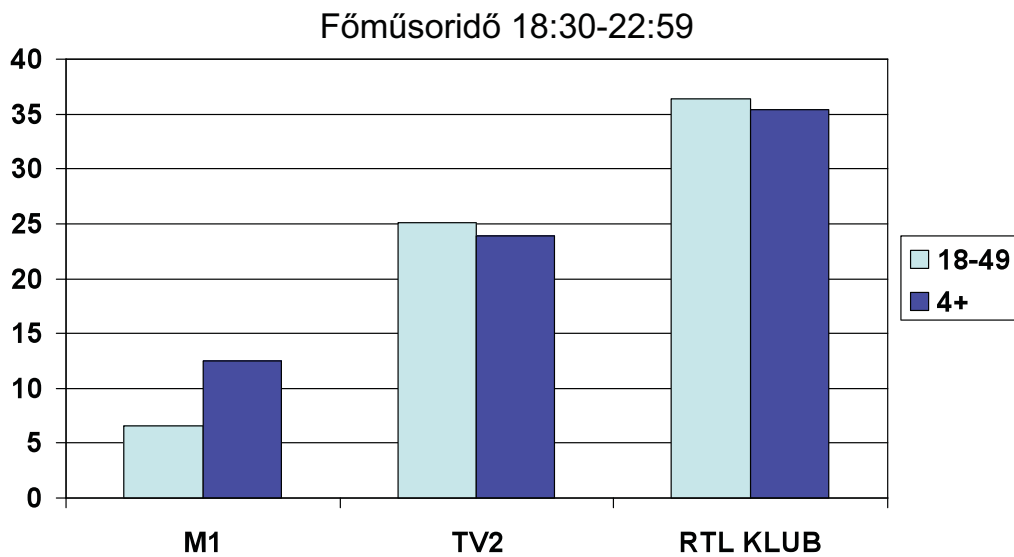
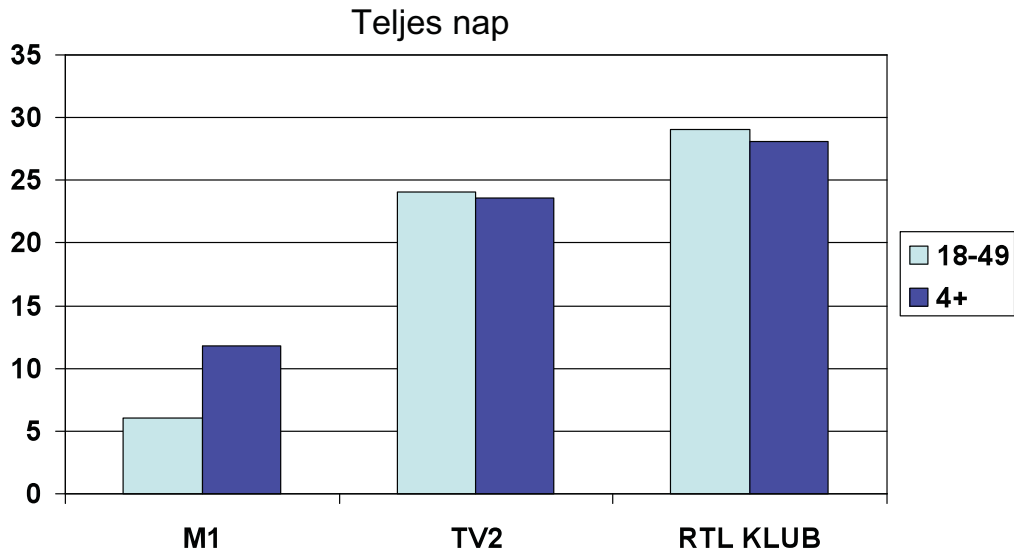
Először tekintsünk néhány mértékadó adatot az AGB Media Nielsen mértékadónak tekinthető kimutatásából arra vonatkozóan, hogy hogyan változott a különböző célcsoportokban a Magyar Televízió 1-es és 2-es csatornájának nézettsége 2007-ben az előző, 2006-os évhez viszonyítva.



Tehát most a Magyar Televízió nézettségi teljesítményét vizsgáljuk saját 2006-os teljesítményéhez mérten.

- A hagyományosan a közszolgálati csatornáknak kedvező **18+** célcsoportban 2007-ben 3,1 AMR%-ot ér el az m1 az egész nap átlagában, míg az m2 0,3 AMR%-ot: az m1 eredménye alig **80%-a** a 2006-os eredményeknek, az m2 nézettsége pedig **25%-kal** marad el attól. Mindezt úgy, hogy a TV2 nézettsége ebben a szegmensben lényegében változatlan maradt, és az RTL Klub még néhány százalékot veszített is nézettségéből.
- A klasszikus **18–49** célcsoport tekintetében még aggasztóbb a helyzet: 1,2 AMR% az m1 teljesítménye az egész nap átlagában, amely több mint 33%-kal kevesebb a 2006-os adatnál, főműsoridőben pedig 2,4 AMR%-ot tudott elérni az MTV, amely több mint **35%-os** zuhanás saját múlt évi teljesítményéhez képest. Mindezt úgy, hogy a TV2 8,3 AMR%-a szintén csökkenést mutat 2006-ról és az RTL Klub 10,6 AMR%-a szintén kisebb 2006-os teljesítményénél.  
*Tehát az MTV lényegében változatlan országos televíziós nézettségi viszonyok közepette veszítette el nagyon sok nézőjét.*
- Ha esetleg azt gondolnánk, hogy a negatív változás nem a leglényegesebb nézői csoportokat érintette, akkor tévedünk.  
A **18–59** Eso ABC összevetésben, amely a közszolgálati csatornák számára kedvezően egészen az 59 éves korosztályig méri az abszolút nézettséget, azon belül is a *magasabb iskolai végzettséggel és komolyabb vásárlóerővel* rendelkező ABC besorolást vizsgálja, azt látjuk, hogy míg a két kereskedelmi csatorna lényegében az előző évhez mérten változatlanul vonzotta az e kategóriába sorolt “prémium” nézőket, addig az m1 főműsoridőben 3,5 AMR%-ot, egész nap pedig 1,6 AMR%-ot tudott elérni, amely megint csak **32%** illetve **20%-os** zuhanás 2006-hoz képest.  
*Az m1 magas iskolai végzettséggel és vásárlóerővel rendelkező nézői egy részét is elvesztette.*
- Hasonló eredményre jutunk, ha a klasszikus **18–49** célcsoportban az SHR%-ot vizsgáljuk, vagyis hogy az adott célcsoportba tartozó nézők hány százaléka választja az adott csatornát. A főműsoridőben 7,4 SHR% az m1 részesedése a nézettségéből, amely **30%-kal** kevesebb saját 2006-os teljesítményéhez képest, arról nem szólva, hogy már irreálisan alacsony a TV2 25 SHR%-os és az RTL Klub 33 SHR%-os eredményéhez képest.

2007 december- országos csatornák / Share  
% átlag



*Az MTV a másik két országos csatorna lényegében változatlan nézettsége mellett, egy olyan időszakban, amikor elsősorban a TV2 számos elhibázott műsor döntést is hozott, **önmagával szemben is súlyos nézettségi vereséget szenvedett**, amely nem csak az abszolút nézőszám és az MTV csatornáit választók százalékának drasztikus csökkenésében, hanem a magasabban iskolázottak jelentős százaléku elpártolásában is mutatkozik. Mivel a vizsgált időszakban önmagukhoz képest semmi újat, vagy rendkívülit nem produkáltak a kereskedelmi csatornák, **a következtetés egyértelműen az, hogy a nézők az MTV műsorait a korábbinál jelentősen rosszabban ítélik meg.***

*Míg a Magyar Televíziót 2004-ben még a 18–49 korosztály 12,1%-a választotta a közönségarány 2007-ben 7% körülire zuhant: ez a kereskedelmi TV-k indulása óta mért legrosszabb eredmény. (Mint láttuk, az össz lakosságban, tehát a nyugdíjasokat is magában foglaló mérésekben is sok nézőt veszített az MTV.)*

*A Magyar Televízió jelenlegi nézettsége összeurópai viszonylatban is rendkívül gyenge – a BBC két fő csatornáját 33,7%-a választja a 18–49 nézőknek, és Franciaországban is a nézők egyharmada választja a közszolgálati televízió főcsatornáját; de még a kereskedelmi televíziókkal rendkívül erősen telített Németországban is az ARD és a ZDF 18%-át tudja megszólítani a nézőknek abban a korcsoportban, melyért a kereskedelmi TV-k vérré menő küzdelmet folytatnak.*

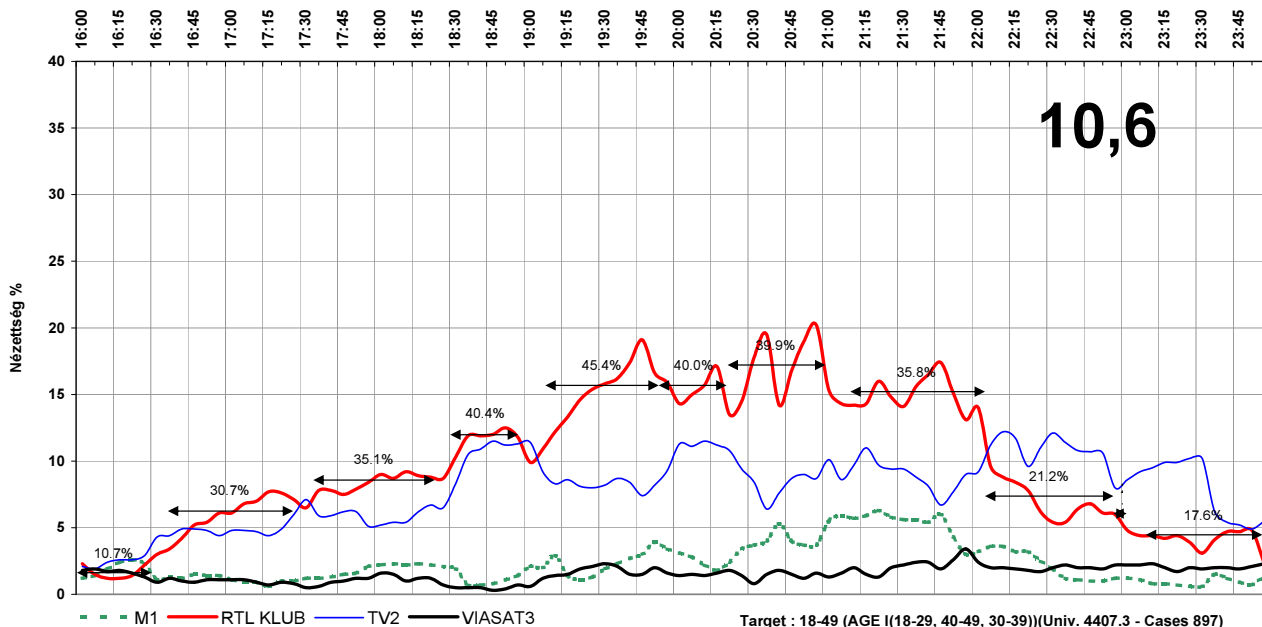
*Tegyük hozzá: 2004-ben még főműsoridőben a magas iskolai végzettségűek, diplomások, csaknem 16%-a választotta a Magyar Televíziót, 2007-ben már csak 9,7% döntött úgy, hogy az MTV csatornáit nézi.*

A nézettségi trendek után tekintsünk át néhány egészen friss, 2008-as nézettséget, melyekből egy-egy nap konkrét főműsoridős nézettsége is világosan látható.

### Televíziók nézettsége (AMR%) 2008.01.11 (Péntek)

Idősáv: 16:00-23:59, 5 perces bontásban. Célcsoport: 18-49. A feltüntetett értékek közönségarány adatok.

Kisvaros /magyar tv-	Ablak /kozeleti	Tv Taxi	Korzeti	Hir	Bufolet /olasz filmsor./	Az Orokos /vetelkedo/	Hirado Este	Kormendi Janos Szinmuvezzel	In Memoriam Kormendi Janos /1927	Este /hirmagazin/	Kulturhaz - Kultura	Multi-kor
Gyilkos Sorok /am.	Petrocelli /am. filmsor./	Veszhelyzet /am. filmsor./	Benny Hill-show	Rejtelyes igazságok /am. dok. filmsor./	Jo Baratok /am.	Jo Baratok /am.	Csi /am. krimisor./	A Hatodik Kapocs /am. filmsor./	Kes/alatt /am. filmsor./			
Rex Felugyelo /nemetsztrak filmsor./	Bostoni Halottkemek /am. krimisor./	Favorit /utanunk	Tenyek	Aktiv /magazin	Joban Rosszban	Monk - A Flugos Nyomozo /am. krimivigjatek-sor./	Utanunk A Tuzozon /am. akciofilm/	Tokel etes				
V.i.p. - Tobb Mint Testor	Balazs /szemesito show/	Monika /talk show/	Hirado	A Szef /vetelkedo-kvizmusor/	Fokus /kozeleti	Baratok Kozt /magyar filmsor./	Miami Helyszinelok /am. filmsor./	Lost - Eltuntek /am. kalandfilmsor./	Hir	Odaat /am. akciofilmsor./		

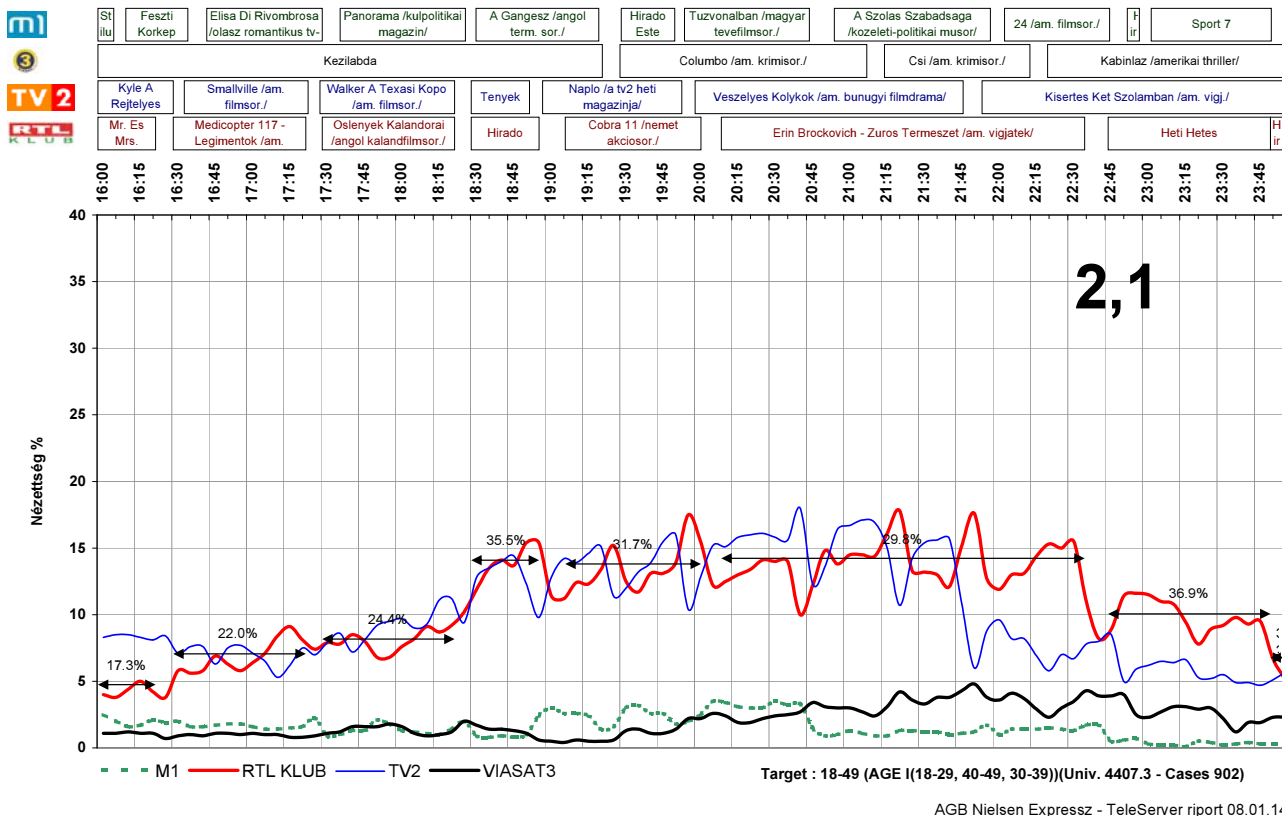


AGB Nielsen Expressz - TeleServer riport 08.01.14

A pénteki nap főműsoridejét vizsgálva ami azonnal nyilvánvaló és szembetűnő, az m1 rendkívül alacsony nézettsége főműsoridőben; az Örökös című, új fejlesztésű (és a kereskedelmi TV-k hasonló műsorához mérhető költségvetésű) közszolgálati kvíz-show a nézők 5,2%-át vonza a képernyők elé és körülbelül akkora nézettséget generál, mint a Viasat3 Rejtélyes igazságok című meglehetősen levetélt amerikai dokumentumfilm-sorozata. Ha a műsor első felét vetjük össze az akkor még az RTL Klubon sugárzott Széf című vetélkedővel, akkor az 5,2% az RTL Klub 45%-os nézettségével áll szemben. Ez a nézettségi trend kihat az MTV hiradó-jára is, aminek 7,8 SHR%-ával szemben a Tenyek 36,3 SHR%-os és az RTL Klub 40,4%-os nézettsége áll.

### Televíziók nézettsége (AMR%) 2008.01.13 (Vasárnap)

Idősáv: 16:00-23:59, 5 perces bontásban. Célcsoport: 18-49. A feltüntetett értékek közönségarány adatok.



AGB Nielsen Expressz - TeleServer riport 08.01.14

A stratégiai fontosságú vasárnapot tekintve, mely napon az m1 fölvonultatja új, heti sorozatát, a Tűzvonalbant, valamint A Szólás Szabadsága című brand értékű heti hírháttér magazinját, talán még rosszabb a helyzet. A hiradó után következő Tűzvonalbant összesen 6,3%-át ülteti le a nézőknek, majd A Szólás Szabadsága a kereskedelmi TV-ken vetített, prémium kategóriásnak nem tekinthető filmekkel szemben rendkívül gyenge, 2,4%-os SHR nézettséget tud elérni (ez 1,2 AMR%, amely 100.000 főnél jóval kevesebb 18–49 korosztályba tartozó nézőt jelent). Ezen a napon szembetűnő az is, hogy 20:30 után már a Viasat3 is csak nem az m1 nézettségének a dupláját éri el.

#### Tömören összefoglalva:

- Miközben a Magyar Televízió az elmúlt 4 évben jelentős állami többletforrásokhoz jutott műsorrendjének fejlesztése, minőségibbé és nézettebbé tétele érdekében, 2007-ben a kereskedelmi TV-k indulása óta nem tapasztalt mélypontra süllyedt a nézettsége.
- A nézettségvesztés nem a konkurens országos csatornák nézettségének növekedése miatt következett be.
- Miközben mind az egész napos, mind a főműsoridős nézettség drasztikusan csökkent, az MTV rendkívüli mértékben veszítette el a 18–59 Esomar ABC, vagyis a felnőtt korú, magasan kvalifikált és jelentős vásárlóerővel rendelkező nézőit is.
- A diplomások körében a Magyar Televízió műsorkínálata, és általánosságban minden fontos ismérv szerinti megítélése a 2004-es népszerűségének, illetve megítélésének kevesebb, mint kétharmadára zsugorodott.



- *A rossz és át nem gondolt program elhelyezési stratégia következtében meglévő értékes brand műsorait (lásd A Szólás Szabadsága, Este...), valamint a kereskedelmi TV-s gyártási árszínvonalnál nem sokkal alacsonyabb gyártási költségű, új, húzónak szánt műsorait (Örökös, Tűzvonalban...) a rivális csatornák szimultán futó, sokszor értéktelenebb műsorai gyakorlatilag tönkrementek.*
- *Az audience flow alapelveit sem figyelembe vévő programming stratégia következtében a nézettségvesztés csatorna szintű, s ez a rendkívül negatív trend hat vissza az egyes jobb nézettségi sorsra érdemelt műsorokra is.*
- *A Magyar Televízió nem tudott markáns és egységes műsorfolyamot létrehozni; egyedi szigetek formájában léteznek értékes műsorok, ezek azonban az egész nap műsorfolyamában elvesznek.*
- *Mindezekből az olvasható ki, hogy az MTV az elmúlt 4 év során nem tudta megfogalmazni és következőképpen megvalósítani azt a specifikusan közszolgálati formanyelvet és műsorstratégiát, amellyel akár Nagy-Britanniában, akár Franciaországban, akár Németországban, akár a közép-európai régió egyes országaiban a közszolgálati műsorszolgáltató stabil, minőségi és épp ezért kikerülhetetlen referenciapontként szerepel a nézők mindennapjaiban.*
- *Az MTV vegyesen próbál egyrészt szórakoztató profilú műsorokkal versenybe szállni a kereskedelmi csatornákkal, illetve egy-egy hangsúlyosan közszolgálati műsorszámmal (lásd Kultúrház, Este...) megteremteni a mértékadó közszolgálati csatorna alapvető imidzsét; mindezt azonban nem átgondoltan, nem egy kellő érzékenységgű és tehetséggű szemlélet alapján teszi. Így az egész nap, vagy akár a főműsoridő tükrében is egy határozatlan körvonalú, bizonytalanul beazonosítható műsorfolyam jön létre, amelyet szemmel láthatóan nem választanak a nézők.*

**A nézettségelemzés következtetései, valamint a fejezet első részében tárgyalt gazdálkodási helyzetelemzés konklúziói együttesen azt jelentik, hogy a Magyar Televízió következő 4 éves periódusában egy rendkívül nehéz és megoldatlan problémáktól hemzsegő helyzetben kell az MTV (új) vezetésének sikerrel résztvenni a digitalizációs paradigmaváltásban.**

*Tudom, az MTV elnöke soha nincs könnyű helyzetben. Mindenképpen említésre méltó, hogy az MTV vezetése az elmúlt 4 éves, ún. reorganizációs folyamatban valóban sikerrel pozitív irányba mozdította a korábban tartósan veszteséget mutató üzleti mérleget.*

*Ugyanakkor a reorganizáció alapelemeiként lefektetett létszámleépítés, vállalati és szervezeti struktúraváltás, a pontos és modern, minden részletre kiterjedő nyilvántartási rendszer végleges létrehozása, a valóban mértékadó és nézett közszolgálati műsorszám megteremtése csak részsikerekkel járt – összességében nem járt sikerrel. A növekvő állami támogatások mellett is a rendkívül magas bérköltségek, a még mindig hatalmas túllétszámmal dezintegráltan és nem hatékonyan működő szervezet a 2007-es nézettségi mélyponton együtt rendkívüli erőfeszítéseket igényelnek az új vezetéstől, különösképpen, hogy a magyar közszolgálati televízió a digitális paradigmaváltás során a jelenleginél jóval koherensebb közszolgálati műsorfolyamot, tematikus jellegű csatornák létrehozását, teljeskörű technológiai váltást, és mindezeknek egy új székházban történő működtetését kell hogy minimumprogramként maga elé célul tűzze.*

## KÖZSZOLGÁLATI CONTENT

Az előző két nagy fejezetben igyekeztem számbavenni a digitalizációs paradigmaváltás hatásait, és a főbb következtetések alapján felvázolni a magyar közszolgálati televízió alapstratégiáját. Végző soron megállapítható, hogy az említett paradigmaváltás komplexebb és várható kihatásaiban nagyobb kihívás lesz a Magyar Televízió számára, mint az 1997-es országos televíziós piacbővülés volt. Megállapítottuk, hogy a közszolgálati televízió tartalom bővülése, és az ezzel járó tartalom *diverzifikálódás*, valamint annak elkerülése, hogy a köztelevízió a digitalizáció veszteseként híresüljön el, szükségessé teszi

- a közszolgálati (törvényben is lefektetendő), a korábbinál lényegesen pontosabb meghatározását; ennek alapján a végleges, átfogó műsorrendben megjelenő, a pontos közszolgálati feladatok alapján megvalósuló műsorkészítést, annál is inkább mert a jövőben a közszolgálati televízió központi finanszírozása sokkal inkább feladatközpontúvá válik.
- különböző tematikus jellegű csatornák indítását, amellet hogy a nemzeti főcsatorna (m1) és az m2 végleges profiljának kialakításához átfogó műsorpolitikai reformra és alapvető szemléletváltásra van szükség.

Az is világos, hogy a közszolgálati csatornák alapvető funkcionális feladata, vagyis a valamennyi állampolgárhoz ingyenesen történő eljuttatására kiemelt eszközként a földfelszíni digitális műsorszórási platform lett kijelölve; ugyanakkor megállapítást nyert, hogy a Magyar Televízió mind a főadói, mind a tervezett tematikus csatornái esetében nem mondhat le a többi digitális platformon lévő jelenlétről sem. Mivel a közszolgálati deklaráltan platformsemleges kategória, ezért a közszolgálati tartalomszolgáltatásnak minden digitális (és analóg) platformon helye van.

Tudjuk, hogy a műsorszolgáltatói szerepek lehető legvilágosabb szétválasztására kerül sor a közeljövőben; míg a közszolgálati tartalomszolgáltatóktól a közszolgálati feladatok legtisztább formában történő megvalósítását várják majd el, a kereskedelmi műsorszolgáltatók deklaráltan mentesülnek a közszolgálati feladatok ellátása alól.

A fentiekből következően *mind a későbbi finanszírozás, mind a sikeres túlélés érdekében a közszolgálati feladatok meghatározása kulcskérdéssé válik; ennél csak azok végrehajtási minősége, vagyis a feladatokat megvalósító műsorok milyensége lesz fontosabb. Ez utóbbit egészen biztosan nem a törvényalkotó írja majd körül – ehhez a feladatok megértésén túl speciális know how, műsorkészítő érzékenység, alkotóképesség, tehetség és intuíció szükséges.*

Az előző fejezet elemzéseiből látható, hogy a közszolgálati tartalom komplex definiálása, és annak konkrét műsorban való megjelenése összességében vizsgálva nem sikerült: 2007-ben a nézettség és a nézői összetétel drasztikus romlásának lehettünk tanúi.

**Jelen pályázat írója azzal számol, hogy beiktatása esetén egy rövidebb, 2 éves időszakra szóló konkrét közszolgálati feladattervet készít, valamint egy olyan 4–5 évre szóló részletes stratégiát dolgoz ki, amely alapja lesz az állammal mint tulajdonossal kötendő közszolgálati szerződésnek.**

## **A KÖZSZOLGÁLAT FELADATAI**

Idézem a jelen pályázat 4. oldaláról:

*“A közszolgálatosság alapvető rendeltetése, hogy a társadalom valamennyi tagjának alanyi jogon biztosítsa az egyetemes és a nemzeti kultúra, valamint a mindennapi életben való eligazodáshoz szükséges információkat, hogy ennek jegyében elősegítse és támogassa az esélyegyenlőséget; hogy a magyar társadalom egyik meghatározó összetartó tényezőjeként működjön; hogy őrizze és ápolja a nemzeti nyelvet és a nemzeti kultúrát; hogy a korábnál sokkal eltökéltebben állítson elő a kiskorúak szellemi fejlődését elősegítő magas színvonalú tartalmakat; hogy tiszteletben tartsa és elősegítse a tájékozódáshoz való jogot; hogy ne csak kötelező penzumként gyakorolja az országon belüli régiók és a határon túl élő magyarság tájékoztatását; hogy minden erejével igyekezzon a tudatos médiahasználat előmozdításán – a digitalizációnak nevezett új korszakban a lehető legkomolyabb szakmai és morális kihívás lesz.*

*A közszolgálatosság egyik kulcsdefiníciója, az univerzalitás pedig egyaránt jelenti majd a Magyar Televízió főcsatornája műsorkoncepciójának lényegi revízióját és az új tematikus tartalmakat közvetítő csatornák létrehozását.”*

Némileg eltérő megközelítéssel még kibővíthető a fenti eszmei feladatsor, a közszolgálati médium, mint entitás működésének oldaláról:

*A közszolgáltató legyen független; meghatározóan innovatív és kreatív; járjon élen az oktatás, tanulás elősegítésében és a társadalmi diskurzus erősítésében; tartalomközlésének alapkritériuma legyen a szolidaritás, jelenítse meg Magyarországi régióinak, nagy- és kisközösségeinek, életmódcsoportjainak, fogyasztói közösségeinek és civil szerveződéseinek identitását; legyen bezárkózás ellenes és nyisson ablakot a világra.*

## **EGYEDI STRATÉGIA**

Az **M** fejezetben részletesen kifejtett jogi és szabályozási hátterek megváltozásának, valamint a közszolgálat új feladatértelmezésének és a digitalizációs paradigmaváltásnak megfelelően kialakítottunk egy általános stratégiát. Most, ennek alapján, az egyedi, tehát konkrét tartalomstratégia főbb elemeit vesszük sorra.

*A Magyar Televízió m1 és m2 csatornájának a MUX1-en történő megjelenését követően célul tűztük ki egyéb tematikus jellegű csatornák indítását a későbbiekben.*

*A későbbiekben részletezett tematikus jellegű csatornák (**Cogito, E(r)go, Sum**), indulásakor az m2 csatorna korábbi funkciója alapvetően átalakul; míg a tervezett három új tematikus jellegű csatornára, alapvetően a **cross-over** típusú tartalom-megközelítés lesz jellemző, addig az m2 profilját legcélszerűbben egy alapvetően homogén tematikájú, elsősorban az MTV archívumára épülő, ingyenes hozzáférésű, de lekereshető (esetleg fizetős) szolgáltatásokat is ajánló **mClassic** csatornaként jelölném ki.*

*Az m1 csatorna mindenképpen a magyar közszolgálati főadó marad, s mint ilyen, a legmagasabb színvonalú, **általános profilú** csatorna, amely meghatározásom szerint alapvetően hír és kultúra bázisú. A kultúrát jelen munka szerzője a szokásosnál jóval szélesebb körben, ha úgy tetszik freudi alapon értelmezi, tehát a kultúra a szűkebb értelemben vett művészeti és kulturális aktivitásokon túlmenően mind az általános tájékozódás, mind a társadalmi mobilitás minden szintjére kiterjedő figyelmet, mind az oktatás, tanulás és információszerzés kanonizált módjait és az ezen alapokon meghatározott szórakoztatást is magában foglalja.*

## **m1**

A T fejezetben részletesen elemeztük az MTV jelenlegi nézettségét és néhány kiemelt műsor nézettségi helyzetét egy-egy nap kontextusában is külön elemeztük.

Az elmúlt években általában a közszolgálati tartalom és különösen a közéleti és kulturális műsorokra kapott állami céltámogatások ellenére az MTV mint gazdálkodó szerv költségszerkezetén belül a műsorokra fordított költségvetés csökkenése, de legfőképpen a minden fronton, minden célcsoportban és minden timeslotban jelentkező komoly nézettségvesztést észlelhető.

*Az MTV főcsatornája komoly **nézői hitelvesztést** szenvedett el.*

- Különösen nehezen érthető, az olyan sikeresnek tekinthető kulturális műsorfolyam, mint a Kultúrház 2006-ról 2007-re későbbi műsorsávokba való elhelyezése és műsorperc csökkenése.
- Az olyan modern felfogású, kumulatív jellegű műsorfolyam, mint például a 2006-ban még létező és az m2 vasárnap esti műsorában helyet kapó Művésznegyed eltűnése.
- Illetve egyéb meglevő kulturális típusú régi, vagy új műsorok értelmetlen műsoridőbe (pl. szombat délelőtt) való helyezése.
- A hiradó és a hírháttér jellegű, illetve közéleti profilú háttérműsorok (A Szólaszabadsága, Este...) a nem átgondolt programszerkesztés, vagyis az *audience flow* alapkövetelményének nem eleget tevés következtében az adott napokon történő sugárzásuk időpontjában nem egy tematikai és nézettségi szempontból tudatosan felépített folyamat láncszemeként, egy kedvező nézettségi alaphelyzetből indulnak, hanem magukra hagyottan, izolált szigetként kéne megszólítaniuk sikerrel a nézőket. Láthattuk, hogy ez nem megy, ezek az alapvetően értékes műsorok nézettségi szempontból gyakorlatilag elvéreznek a képernyőn.
- Az MTV hiradó és hírháttér jellegű műsorok díszleteinek megújítása ugyan alapvetően tetszetősebb csomagolásává tették ezen műsorokat, de mivel ezek a folyamatok is a műsorfolyam egy-egy szigetszerű elemét érintették csak, a meglévő, teljes műsorfolyamra kiterjedő koherens vizuális és tartalomstratégia hiányában nem hogy az egész csatorna, de saját nézettségüket sem tudták javítani.
- A hiradó teljesítményéhez képest aránytalanul kis nézettsége, illetve a nézettség trendszerű csökkenése is azt jelzi, hogy a baj alapvető és az egész csatorna szintjén értelmezendő.
- Az át nem gondoltságot jól jelzik az olyan új brandek is mint például az Örökös című kvízműsor, amelynek rendkívül rossz nézettségi adatai szintén magukért beszélnek.

- A szórakoztató profilú műsorok tehát (akár az egészen gyenge minőségű Krém, vagy a Csináljuk a fesztivált című) egyrésztől konkurálni szeretnének a kereskedelmi televíziók hasonló típusú ám mérhetetlenül nézetebb formátumaival, de szerény nézettségi teljesítményük nem csak a kivitelezés halványságának, hanem annak a jelenségnek is köszönhető, hogy az MTV jelenleg nem tud olyan korszerű szórakoztató formátumokat kitalálni, vagy adaptálni, amelyek egy jól és tehetségesen végiggondolt közszolgálati adásfolyam szerves részeit képeznék.
- A filmsávok megjelenése és azok sem tematikailag, sem minőségi elvárások szempontjából nem követethető struktúrája eredményezte azt, hogy például a korábbi fejezetben idézett kvalitatív TÁRKI felmérés szerint *az MTV, mint a minőségi filmkínálattal rendelkező televíziócsatorna megítélése a Film+, vagy a Viasat3 csatornák megítéléséhez közelít.*
- A regionális stúdiók adta lehetséges tartalmi gazdagságot sem a hírműsorok, sem az adásfolyam egyéb részei nem aknázzák ki; épp ellenkezőleg, szinte mint egy szükséges rosszként egy csekély nézettségű, délutáni műsorsávban, át nem gondolt gyvelegként veszik ki részüket az adásfolyamból.

*Az új székház kapcsolódó helységekkel, utómunka területekkel és kiszolgáló létesítményével együttesen csak nem 7000m<sup>2</sup>-es stúdiókapacitása, amely a két régi, de felújított Bojtár utcai stúdiót és az új székházban helyet kapó négy különböző méretű új stúdiót foglalja magában, lehetővé, egyszersmind szükségessé teszi, hogy a Magyar Televízió mint saját tartalomgyártó súlya jelentősen megnövekedjen. Az új gyártóbázis nem csak a főadó, hanem a későbbiekben a tematikus jellegű csatornák saját gyártású műsorokkal való ellátását is lehetővé teszi majd.*

**Elsődleges cél tehát a saját gyártású tartalmak arányának jelentős megnövelése: ezt 2008-ban, figyelembevéve a költözés és a technológiai átállás fékező hatását, fokozatosan, míg az átköltözést követően 2009-ben már abszolút alapkövetelménynek tekintem.**

A reorganizáció kezdeti időszakában 40% fölötti volt (a korábbi években még magasabb) a saját gyártású műsorok aránya, ez 2006-ban már 38% alá csökkent, és 2007-ben a saját gyártású műsorok aránya már csak 30% volt. Ezzel párhuzamosan 2007-ben az m1 ismétlési aránya már 28%-ra emelkedett.

**Kiemelt feladat az egységes, integrált műsorfolyam megteremtése** és az az alapján történő átgondolt műsordöntések meghozatala. Emellett *nélkülözhetetlennek tartom az audience flow alapján történő műsorszerkesztést.*

Mindezen célkitűzések azon esetben járhatnak sikerrel, ha a néző mind a főcsatornán, mind a későbbi tematikus csatornák esetében egy jól átgondolt tartalmi építkezéssel találkozik, *melynek végeredménye egy olyan műsorrend, ahol a néző számára világos és áttekinthető rendben, az úgynevezett fixed rendezvous mentén képes kiválasztani az őt érdeklő műsorokat.*

**Az m1 csatorna, mint már említésre került, a közszolgálati főcsatorna kell hogy legyen, egy általános profilú hír - hírháttér, kulturális - információs - szórakoztató, valamint a jelentős sport eseményeket (pl.: Olimpia) sugárzó csatorna.** (Az erősödő piaci verseny és részben a rivális országos csatornák által indított tematikus sportcsatornák jelenléte miatt nem tartom ésszerű megoldásnak egy, az MTV-hez kötődő külön tematikus sportcsatorna indítását.)



*Olyan korszerű, a fenti profilba illeszkedő új műsortípusok beindítását szorgalmazom, amelyek egyszerre modernnek, közszolgálatiak és jelentős nézettséget hozók. Az infotainment és edutainment típusú új műsorok mellett mind a socioreality, vagy a docureality műfajok meghonosítására gondolok (Csak egy példa: a Without Prejudice [Előítéletek nélkül] komoly előítélet problémákkal szembesít és mindeközben a BBC egyik sikeres szórakoztató formátumává tudott válni.)*

A Magyar Televízió akkor képes visszaszerezni elvesztett nézettségét, és erős pozícióban nyitni a digitalizáció során, ha *markáns és jól definiálható, modern, de közszolgálati műsorbrandekkel* tud megjelenni és ezeket megfelelő módon kommunikálja.

**A két országos kereskedelmi csatorna - főként a TV2 - sorozatosan hibás programdöntései, alapvetően egysíkú és a bulvárosodás irányába ható műsorválasztéka mellett a Magyar Televíziónak óriási lehetőségei lettek volna, és lesznek.**

Nagyon sajnálatosnak tartom, hogy az egykor a Ki mit tud-ot kitaláló Magyar Televízió helyett a TV2 rendelkezett a megfelelő innovációs készséggel, hogy műsorára tüzzön egy Megasztár típusú, valóban az egész országot megmozgató tehetségkutató showt. *Elképzelem szerint tehát a Magyar Televízió a különböző talent search típusú műsorokban a piac elejére kell hogy kerüljön.*

Nehezen elképzelhető az MTV erősödése, illetve alapfeladatainak ellátása is, ha nem tér vissza a **saját gyártású, vagy esetleg koprodukcióban készülő filmes műfajokban való részvételhez.** Fontosnak tartom az egykor az MTV berkein belül gyümölcsöző drámai műfajok ismételt felkarolását: ennek érdekében létre kéne hozni a *drámai divíziót*, amely első körben a saját gyártású TV játékok, telenovellák gyártását látná el, későbbiekben egy esetleges napi sorozat műhelyeként is működne.

**A regionális stúdiók jelenlegi gyakorlat szerinti méltánytalan alulreprezentáltsága az MTV műsorfolyamában változtatásra szorul.** Erre nem csak az EU által jelentős mértékben szorgalmazott "regionalitás" kötelez minket, és nem is csak a ki nem használtságuk okán jelentkező pazarlás. Szükséges tehát a regionális stúdiók szerepének újraértelmezése; *egyértelműen a jelenlegi regionális stúdiók megtartása mellett voksolok.* Jelenlegi, rendkívül alulreprezentált helyzetükhöz képest szinte cinikus javaslat volna egy későbbi önálló regionális tematikájú csatorna létrehozása; *jó elgondolásnak azt tartom, ha a regionális stúdiók, az MTV új közszolgálati koncepciójának mentén, a jelenleginél sokkal nagyobb mértékben szolgáltatnak majd tartalmat mind a közszolgálati főadó, mind a tematikus csatornák részére.* (Ennek alapján a későbbiekben végiggondolást igénylő feladat az új feladataikhoz kapcsolódó létszám és költségkeretek kialakítása.)

## ÚJ KÖZSZOLGÁLATI CONTENT – ALAPVETÉSEK

Mint említésre került, elsődleges feladat a *közszolgálati tartalom újraértelmezése, amely kihat az m1 főcsatorna jövőbeni és a tematikus jellegű csatornák tartalmára, arculatára, milyenségére.* A tartalom milyenségének meghatározása véleményem szerint legésszerűbben a társadalomban zajló átstrukturálódásból kell hogy kiinduljon. Ezek az alapvetések kihatnak a reklámértékesítésre is, de a közszolgálati "reklámtalanítása" miatt fontossága sokkal inkább abban rejlik, hogy pontosabban meg tudjuk határozni, hogy *kiknek szólunk,* és ebből már nagyobb eséllyel megválaszolható a *hogyan?* kérdése.



Az "élménytársadalom" (Gerhard Schulze) jelenségei a globalizáció késői hozományaként az ezredforduló tájékán érkeztek meg Magyarországra, a nyugati modellekhez képest mintegy 10-15 év késéssel.

Az infotainment folyamata (a szórakoztatás-központú kereskedelmi tévék, rádiók megjelenése és az internet térhódítása), a kreatív iparágak (média, informatika, reklámpar stb.) látványos fejlődése *átrendezte Magyarország fogyasztói szokásait és mentális-szociokulturális térképét*. 2000. óta szűkült az a réteg, mely presztízsalapon vásárolja a "magaskulturális" javakat, ugyanakkor – a nyugati előképekhez hasonlóan – *nőtt az új típusú vásárlói és nézői réteg, amely élményt, s ezen keresztül "viselkedési mintákat", identifikációs lehetőséget vesz a média – és kulturális piacon*.

A folyamat jelentősen kihatott a Magyar Televízió nézettségi adataira, a két csatornával kapcsolatos lojalitási indexre. A megváltozott körülmények között elmaradt a közszolgálatosság újradefiniálása, a közszolgálati értéktoébblet elméleti és gyakorlati elemzése, újragondolása. Aki a Magyar Televízió képernyős tartalmainak megújításán munkálkodik a közeljövöben, nem kerülheti meg a fogyasztói szerkezet, a nézői percepciók és attitűdök radikális változását eredményező elképesztően rapid változásra adandó válaszokat, koncepciókat, stratégiákat. Máskülönbén a 2007-ben már látványosan jelentkező nézettségcsökkenés teljes lemaradáshoz vezethet, és végső soron a közszolgálatosság klasszikus missziójának kiürléséhez.

Pedig létezik, létezhet az MTV-műsorok tartalmi megújításának humanisztikus válasza. Csak ehhez mind a konvencionális nézők (50 felett), mind pedig az új korcsopotokkal (18-29 és a 30-49 év közötti) érkező élményfogyasztók számára új közösségi-kulturális hívószavak és a nemzetközi trendekbe illeszkedő, de speciális hazai karakterisztikumot felmutató műsorok, műsortervek kellene.

**A közszolgálatosság megújítása a közeljövöben csak a korszerű tradicionalitás és a kísérletező újítás egyensúlyán keresztül érhető el**, mely az értékörzés irányelve mellett, a 70-es, 80-as évek közszolgálatosságára jellemző intenzív *értékkeremtés konvencióját újítja meg korcsopotokra és életmódközösségekre szabott egyedi formátumokban*.

A vízió megfogalmazásának és érvényesítésének valódi kihívása, hogyan ültethető át a gyakorlatba. Ehhez azonban fel kell vázolni azokat a lehetséges, nagyobb hazai és nemzetközi trendeket, melyek az elkövetkező 5–10 évben várhatóan megszabják az új MTV működésének társadalmi-közösségi-kulturális hátterét, tartalmi fejlesztési irányait és keretrendszerét, melyen keresztül új-régi célcsoportok nyerhetöek meg:

- a) Az infotainment és a mediatisáció folyamatának erősödésével várhatóan új ellentrend jelentkezik majd, melynek hatása már ma is érzékelhető. A jövöben növekedni fog *az igény a bensőségesebb, elmélyültebb időtöltésre*. Ez nagyobb érdeklődést ébreszthet az új ismeretterjesztő tartalmak, platformok, valamint közösségi együttlétek, problémafókuszok iránt. A Web 2.0 új technológiájának (iwiw, Identity 2.0, youtube, dodgeball stb.) képernyős alkalmazásai, formátumai új nézői korcsopotokat és élményközösségeket tehetnek az MTV új közszolgálatosságának fogyasztóivá, híveivé.
- b) **A globalizációval párhuzamosan erősödik a glocalizáció** kultúrája a világban. A nagy multinacionális márkák térhódítása mellett egyre nagyobb lesz az igényes, helyi sajátosságokra építő "kismárkák" szerepe. Érdemes számolni azzal, hogy ez a regionális egyediséget, megkülönböztethető tulajdonságokat kibontó folyamat különösen a kultúra, a tudomány, az ökológia, a biotechnológia, a gasztronómia, a turisztika és a kreatív iparágak területén hoz majd izgalmas kezdeményezéseket, eredményeket Magyarországon. Ez az MTV számára új műsorformátumokat, célzott műsorterületeket jelenthet.

- c) *A hálózatközpontú gondolkodás szerepe erősödik. Egyre nagyobb az igény a tudomány, a kultúra és a felelősségteljesebb közösségi gondolkodás közös projektjei iránt. Amit a tudományban az interdiszciplinaritás jelent, az a művészeti ágaknál **cross-overként** jelentkezik – az eddigi határokat átlépő, az értelmezési szinteket újfajta módon összegző műsorok, műsorformák, tematikus időszávok, csatornák várhatóan nagy sikert aratnak majd a nézők körében.*
- d) *A folyamatos kísérletezés, a nővumkeresés egyenlő jogú részévé válik a különböző *nemzeti, etnikai tradíciók újraértelmezése*. Hagyományörzés mellett élményszerű hagyományélés. A formatervezés világában már ma is a legkorszerűbb trendnek a különböző népi-archaikus motívumrendszerek és a kortárs formavilág szintézise számít ( ld. MTV jelen arculata ) Ezen folyamat izgalmas, képernyőre alkalmazható kibontásában az MTV-nek a jövőben kulcsszerepet kell játszania.*
- e) *Magyarországon és számtalan helyen a világon is egyre nagyobb szerepet játszanak a *civil közösségek a hétköznapiak és a közpolitika alakításában*. Nálunk az utóbbi 4-5 évben láthatóan nőtt az életvitel - és élményközösségekbe tömörülő civil szervezetek, egyesületek aktivitása. *A jövőben egyre markánsabb lesz a miliők, az életstílus-mozgalmak szerepe és befolyása értékkalkotásunkra (egészséges életmód, biokultúra, ökotudatos gondolkodásmód, esélyegyenlőségi tematikák stb.)* Ez visszahat szokásainkra, átformálja eddigi szemléletünket, nézői-résztvevői szokásainkat. *Az MTV új műsorstruktúrájának és létrejövő tematikus csatornáinak a miliőközpontú műsorstratégia és marketingkommunikáció szoros kettősében kell gondolkoznia, tevékenykednie.* Az MTV-ben erre a jelenségre már most is léteznie kellene kölcsönös együttműködéseket kezdeményező koherens elképzelésnek.*
- f) *Magyarországon az uniós támogatások jelentős módon át fogják strukturálni az elkövetkező években a gazdaság és a társadalom szerkezetét. Az új típusú, kreatív tudásértelmesítés szerepe felértékelődik. *Jelentős fejlesztések várhatók*, melyek eredményeit, szereplőinek sikerét az MTV-nek érdemes gyorsan és újfajta módon közvetítenie Magyarországra és a világ felé.*
- g) *Az Európai Unió a hagyományos örökségen túl új identitáselemeket keres. *A transznacionális kulturális tartalmak kialakításában való részvétel* legalább akkora kihívás egy megújított közszolgálati tartalmakkal bíró MTV számára, mint a *nemzeti-regionális kultúra újszerű közvetítése*.*
- h) *Egyre kevésbé érinthetők meg érzelmileg az emberek általános panelekkel, üzenetekkel. A nagypolitika napi indulatokra építő hírfolyamába belefáradó egyre több szavazó vált 2007-ben a közvélemény-kutatók szerint “bizonytalan” szavazóvá, mely folyamat a magyar demokrácia alapjait különösen érzékenyen érintheti. Pedig a “bizonytalanok” – társadalmi rétegtől függetlenül – valójában egy dologban bizonyosak: ezzel a személyes javukra nem váló, “tét nélkül” létező demokráciával nem tudnak hagyományos pártpolitikai szempontok, ideológiai üzenetek alapján azonosulni.*

*Az MTV-nek komoly szerep juthat a jövőben a közszolgálatosság megújításán, a "personal touch" személyes kommunikációján és az embereket közvetlenül érintő problémák feltárásán keresztül a kommunikáció és a politika hitelessége iránti társadalmi bizalom helyreállításában és az új társadalmi kiegyezésben.*

Az új közszolgálatosság tartalmi és formai megújulásának a fentebb vázolt tendenciákat és stratégiai irányelveket kel követnie ahhoz, hogy megtartsa az idősebb, hűséges korcsoportjait és új, már az interaktivitás szellemiségében szocializálódott, fiatalabb nézői, résztvevői korcsoportokkal bővítse célközönségét.

**Az új közszolgálatosság tartalmi irányelveit a multikulturalizmust lassan európai szinten is felváltó interkulturalitás szellemisége foglalja keretbe, mely a csoportkülönbségek újrafogalmazásával, az előítéletek oldásának új típusú módszereivel a nemzeti integritás és értékképzés folyamatát erősíti. Az új MTV célja végső soron: Magyarország kulturális intelligenciájának, az egyének és a közösség együttműködési képességeinek fejlesztése szellemi kalandot, élményszerű gondolkodást tükröző műsorokon keresztül.**

## **AZ MTV ÚJ, TEMATIKUS *CROSS-OVER* CSATORNÁI**

A közszolgálatosság megújításának legfontosabb eleme a főadó mellett működő új digitális csatornák profilírozása. Nem hagyományos, tematikus csatornák létrehozásában gondolkodom, és nem is pusztán csak a különböző korcsoportok, hagyományos célcsoportok figyelmére építő csatornakarakterekben. Sokkal inkább a XXI. század elejének trendjeit tükröző, integratív funkciójú, a különböző életmód- és élményközösségek szemléletét, felfogását információkkal bővítő új frekvenciákban.

Magyarországon is szükséges figyelembe venni az "élménytársadalmi" fázissal jelentkező új viselkedési, mentális és nézői mintákat, fogyasztói attitűdöket, trendeket és ellentrendeket. Az MTV készülő új csatornastruktúrájának célja a különböző miliók elérése, potenciális nézői csoportjaik, közösségi vezetőik, véleményvezérek megszólítása, mely jelentős mértékben hozzájárulhat a magyar társadalomra jellemző generációs szakadékok áthidalásához.

Az európai kultúr hagyományban mélyen gyökerező alapmondatot: *Cogito ergo sum* – melyhez nyugaton és a keleten is egyértelmű asszociációk és emóciók tapadnak – bontottuk fel a három csatornataralom, a három programstruktúra különbözőségének értelmezésére, érzékeltetésére. Az egyes csatornák más és más nézői korcsoportot érnek el, más archetipikus életszemléletet, életfelfogást helyeznek középpontjukba, és mint ilyenek különféle, de ugyanakkor cserélhető, egymásba átjátszható tartalmi modulokkal bírnak. Mindhárom csatorna a televíziós műfajok sokszínűségére (hír, riport, beszélgetés, dokumentum, talkshow stb.) épít.

### **1. MTV COGITO**

A COGITO alapkonceptiója a tudásátadás és tudásbővítés kettősére épít – emocionális értelemben a gondolkodás szépségét, kalandos izgalmát helyezi középpontba –, arra az életünk alaptapasztalatához tartozó princípiumra, hogy a tanulás élethosszig tartó folyamat. Ez a korszerű, trendszerű műsorokban megszólaló felismerés nézői korosztályoktól független irányelv a COGITO műsorstruktúrájában. Ter-

mészeten a csatorna bizonyos időszakai a gyermek - és ifjúsági, bizonyos időszakai pedig a felnőttkor továbbtanulási folyamatainak információit helyezik előtérbe. Az oktatás, távoktatás új típusú módszereivel készülő, néhol riport, néhol reality dokumentum, néhol interaktív formában dolgozó műsorfolyam az alábbi tematikákat fogja tartalmazni gyártott és vásárolt modulok formájában:

- magyar / európai történelem és társadalompolitika népszerű formában
- népszerű tudománytörténet
- kultúrtörténeti és művészettörténeti sorozat
- önismeret és kalandos pszichológiatörténet
- vállalkozásoknak, kisközösségeknek szóló szolgáltató, ismeretbővítést célzó társadalmi/gazdasági hírek, információk, gondolatrendszerek
- közösségi identitásaink (magyar, európai, regionális, kisebbségi-többségi karakterisztikumok) sokszínűségéhez kapcsolódó riport és reality műsorok
- mindezen tematikákat játékos, tudásorientált formában gyermek és ifjúsági formátumokra lefordító műsorok

A digitális csatorna elsősorban a közösségi gondolkodást és ismeretbővítést helyezi középpontjába, és célcsoportjaként az integráció- és harmóniaorientált miliók több korcsoporton is átívelő nézői célcsoportjait célozza meg.

## 2. MTV E(R)GO

Az E(R)GO csatorna az individuum, az egyén igényeit és közösségalkító felelősségét járja körbe, és tematikáiban, kérdésfelvetéseiben, programválasztékában a milióközpontú társadalmi szegmentációt követi. Így nem kizárólag, de elsősorban a 18–39 év közötti nézői csoportok figyelmének megnyerését tűzi ki célul modern, kortárs televíziós formátumokon, műfaji keveredéseken keresztül.

Az E(R)GO az életmódterületek és a kulturális sokszínűség felülete. Persze nem pusztán a kultúra normatív, művészetközpontú értelmezésében, hanem a tágabb, hétköznapi életterületeket átjáró, átalakító, civilizatorikus jelentésében. A csatorna programjaiban nem pusztán az internetes X és Y-generáció és az ifjúsági szubkultúrák megszólítását helyezi középpontba, hanem ennél mélyebb beállítottságokat, gondolati-emocionális struktúrákat kíván megérinteni. A tematikus műsorok célközösségei lehetnek például az új és a hagyományos női szerepeket felvállaló miliók (egyedülálló szinglik és családos nők), a tudatos vásárlók mozgalmának, a biokultúra szcénáinak fogyasztóköréi, a környezettudatos gondolkodás, az ökológia elkötelezettjei, az üzleti élet közösségi, klubjellegű szerveződései, az esélyegyenlőség különböző területein tevékenykedő szervezetek és emberek, a biciklis mozgalom tagjai, az iwiw civil-közösségi szerveződés résztvevői.

A csatorna tudatosan épít – az egyén önkifejezésének természetes igényéből kiindulva – erre, az egyre nagyobb individuális-közösségi piacra. A sokszínű élmény- és életmódközösségek résztvevőit ugyanis egy közös motiváció alapján jellemzi: mindegyik *önmegvalósító*. Hisz személyes képességeinek kibontakoztatásában, sikerorientált, és szűkebb-tágabb közössége érdekeit, ízlését tudatosan vagy ösztönösen identitása fontos elemének tartja.

Az E(R)GO az alábbi műsorterületeket, modulokat tartalmazza változatos televíziós formátumokon, műfajokon keresztül:

- A hagyományos művészeti ágak (komolyzene, irodalom, képzőművészet, színház, film stb.) eseményeinek bemutatása mellett egyre jobban képbe hozza a kreatív iparágak (belsőépítészet, design, divat, grafikai tervezés, épített környezet, telekommunikáció stb.) működését, innovatív karakterét
- Koncentrál a magyarországi kulturális turizmus új eredményeire, a budapesti fürdőkultúrára és a vidéki termálkultúrára.
- Bemutatja a magyar és nemzetközi gasztronómia és borkultúra tradicionális-újító törekvéseit, az új regionális imázsok, az új magyar piaci brandek kialakulását.
- Interaktív formában hozzájárul a magyar és nemzetközi hagyományok, ünnepek újragondolásához, felélesztéséhez, az ezzel kapcsolatos ismeretterjesztéshez
- Női és férfi gender-magazinokat hoz létre
- Új műsorokkal támogatja a civil/személyes történelem és hétköznapi kultúrtörténete iránt jelentkező egyre nagyobb igényt (városi-vidéki mítoszok feldolgozása, közelmúltunk feltárása, viták indukálása stb.)
- Interaktív, párbeszédközpontú műsorokkal járul hozzá az előítéletek, elmentések társadalmi feloldásához (többség-kisebbség, anyaország-határontúliak, generációk közötti feszültségek stb.), az esélyegyenlőségi problémák fókuszba helyezésével
- Figyel a jövő generáció nevelésére az ökológia, a természettudatos gondolkozásmód és a biokultúra új eredményeinek rendszeres megjelenítésével

Az E(R)GO egyszerre segíti a fiatal és középkorú célcsoportokat problémáik megoldásában, átlátásában, és környezetük, életszemléletük, értékorientációik alakításában. A csatorna alapüzenete: a kultúra és a karakteres életszemlélet nem pusztán érték, hanem élmény is.

### 3. MTV SUM

A SUM a főadó műsorait, hírkultúráját szervesen kiegészítő digitális csatorna. Olyan összegző műsorfolyam (summárium), mely összefüggéseiben, tematikus analíziseiben, elmélyült vita- és háttérműsoraiban a főadó híreit és információit bontja ki az igényes, elmélyült elemzéseket kedvelő nézők számára.

Elsősorban a színvonal és a harmóniaorientált társadalmi miliók a SUM tematikus esti időszájának célcsoportjai, azok a 35–40 év fölötti generációk és különböző társadalmi területről érkező döntéshozók, akik a valódi vitákat, a nézetkülönbségek, értékrendek kifejezését, artikulációját kedvelik vagy legalábbis erre a szókimondó lényeglátásra vágnak. A SUM lehetőséget biztosít új típusú oknyomozó, tényfeltáró riportok és műsorok megjelenésére a megújult közszolgálatóság képernyőjén.

A SUM ugyanakkor az archívum kincseit is kreatívabban, intenzívebben használja a napi és heti témaestek szerkesztésénél. Délelőttjeit a „harmadvirágzó” korosztály hasznos informálásának szenteli.

A SUM másik fontos célkitűzése a hírgyártással kapcsolatos visszafogott kísérletezés, a jövő lehetőségeinek összegzése. A szubjektív vélemények, az emberi látásmódok izgalmas, technológiailag releváns kibontása a délutáni időszájban. Következő médiaévtizedünk egyik legnagyobb kihívása, hogy



a mindezidáig passzív, befogadó néző milyen új hétköznapi technológiák alkalmazásával (ld. a mobilfónia képi és a Web 2.0 továbbfejlesztése) és milyen új tartalomszolgáltatási lehetőségekkel tud majd az infotainment folyamatának alkotó polgárává és a televíziós iparág interaktív, kép- és hírgyártó szubjektumává válni. Milyen módon lesznek a jövőben az emberek, a különböző generációk kísérletező kedvű képviselői a civil hírgyártás képi, tartalmi folyamatának résztvevőivé, alkotóivá (természetesen professzionális hírszerkesztők moderációjának segítségével).

A SUM koncepciójában és a realizálás folyamatában lehetőséget fog adni a hírhátterek mellett az emberi szempont intenzív megjelenítésére is a képernyőn.

#### 4. mClassic

Az m2-ből a tematikus csatornák indulásával párhuzamosan létrejövő, az MTV archívumából műsorsávonként és megfelelő tematikai csoportosításban működő csatorna, amely lekérhető tartalomszolgáltatásokat is nyújt.

### DIGITÁLIS SZOLGÁLTATÁSOK: m1, (m2), mCLASSIC, MTV COGITO, MTV E(R)GO, MTV SUM

Korábban már részletesen kifejtettük, hogy a magyar közszolgálati televízió csatornáinak platformsemlegesen minden digitális (és analóg) platformon meg kell jelennie. *A magyar közszolgálati televízió csatornái lehetőleg ingyenesen jutnak el a nézőhöz, de törekednie kell arra, hogy egyrészt a lineáris műsorfolyamát is – mindenre csatornájára kiterjedően – a digitalizáció által lehetővé (és kikerülhetetlenné) váló plusz információs szolgáltatásokkal, illetve interaktivitást lehetővé tévő megoldásokkal bővítse, másrészt, részben a kieső, idővel megszűnő reklámbevételek részbeni pótlására, csatornáikhoz kapcsolódóan lekérhető szolgáltatásokat is társíthat.*

Az alábbiakban a fentebb felsorolt csatornákkal kapcsolatosan tervezett digitális szolgáltatásokat említem a teljesség igénye nélkül, amelyek a sugárzást végző egyes platformok között értelemszerűen változhatnak mind alkalmazásuk lehetősége, mind célszerűsége szempontjából.

Bár a televíziózás alapvetően *lean back* jellege hosszú időn keresztül alapvetően domináns marad, a nézők aktívabb szerepének előkészítése, illetve az interaktivitás különböző lehetséges formáinak megteremtése már időszerűnek tekinthető.

- A szélessávú internet és a mobilfóniában megjelenő *3G rendszer* segítségével mód nyílik (megfelelő szerkesztői kontroll egyidejű, vagy utólagos jelenléte mellett), hogy a különböző csatornák meghatározott elemeihez a nézők *SMS-sel, MMS-sel, bloggal, videobloggal...* járuljanak hozzá aktívan.
- Legkönnyebben az IPTV platformon sugárzott közszolgálati tartalom, és azon belül is az mClassic szelektált archív anyaga, valamint az m1 és az MTV Sum hír, illetve tematikus hírháttér műsoraival kapcsolatban merülhet föl logikusan a *video on demand (VOD)* szolgáltatás. A csatornák bizonyos exkluzív műsoraikat *podcast* elérhetőségüvé tehetik – ez utóbbi megoldás is jogosan fölveti e pluszszolgáltatás fizetős jellegét.



- Az *Electronic Program Guide* (EPG) bevezetése alapvető szükséglet lesz. Az EPG alapvetően friss információkat, háttéradatokat közölhet az adott műsorokkal kapcsolatban, de nyithat az interaktivitás irányába is és a műsorfolyammal kapcsolatos egyfajta *sub diskurzus* felülete is lehet, amelybe a nézők is beleszólhatnak a videoblogokon keresztül a *mobilvideón* át, akár a *Youtube* alkalmazásokig. Többek között az EPG alkalmazása esetén is felmerülhet (megint csak a kieső reklámbevételek pótlása érdekében) egy a *Google* által piacra vezetett, szelektált, konkrét tematikához kapcsolódó reklámozási forma is.
- A *szupertext* bevezetése is alapvető plusz forrása lesz a különböző *META-adatoknak* és háttéranyagoknak, valamint friss információknak.
- Az MTV website-ját alapvetően kell megújítani. Itt elsődlegesen merül fel egy igen korszerű kereső, böngésző program alkalmazása. A website megújítása mellett, elsősorban az m1 és az mClassic működéséhez kapcsolódóan az archívum nyilvánossá tehető digitalizált tartalom részeinek egyfajta *thesaurus* formában működő rendszere.

## AZ MTV DIGITÁLIS ÁTÁLLÁSÁHOZ KAPCSOLÓDÓ TECHNOLÓGIAI ÉS GAZDASÁGI MEGFONTOLÁSOK

*A technológia-váltás, illetve a műsorterjesztői piac liberalizációja a személyi jellegű ráfordítások és a műsorterjesztői díj jelentős arányú csökkenését eredményezheti középtávon, ami éves szinten akár 3–5 milliárd forint volument is elérhet.*

A költség szint javulásának (ráadásul később jelentkező) nagy részét azonban egy másik fix költséglelem, a Bojtár utcai székházhoz kapcsolódó bérleti díj (amely, amennyiben jól értelmeztem a szerződést, a bérlet kezdete utáni 22. hónaptól éves szinten csak nem 3 milliárd forintot tesz ki), illetve a műsorgyártási technológiaváltáshoz kapcsolódó beruházás finanszírozási igénye (mintegy 8 milliárd forint) semlegesíti, elszívja. A broadcast technológia beruházás várhatóan 3–5 éves finanszírozási idejének lejártá után azonban a technológiaváltás tartós hatékonyságváltozást, azaz a finanszírozási igény csökkenését, vagy más perspektívában nettó egyenlegjavulást hoz az MTV számára, amit a beruházás megtérülési lehetőségeként szükséges értelmeznünk és a részletes információk ismeretében kiértékelnünk.

- A fent bemutatott folyamatok közül a broadcast beruházás többletforrás igénye merül fel legkorábban, várhatóan még 2008-tól.
- Az új székház bérleti díja és a technológiaváltásból eredő jelentős mértékű személyi állomány-csökkenési költséghatás legkorábban 2009. végével jelenik meg (a székház és a broadcast-projektek összehangolásától függő időbeli szinkronizáltság mellett).
- A multiplex üzemeltetéshez kapcsolódóan a sikeres műsorterjesztési piacnyitás időzítése szerint 2010-2011-ben várható reálisan: ez a folyamat magával hozhatja az éves műsorterjesztési díj mértékadó csökkenését a jelenlegi partner vonatkozásában, de nem kizárható új szolgáltató megjelenése sem a piacon.

(A fent sorolt fontosabb fix költségek esetleges változása, illetve felbukkanása közül a technológiai beruházás 2008. és 2009-ben megjelenő tételeit tüntetem fel a fejezet utolsó részében található 2008-2009-re szóló gazdasági tervben.)

## TELEPÍTÉSI IDŐSZÜKSÉGLET

*A digitális technológia telepítésének várható időszükséglete másfél-két év. A méretében hasonló RTL-Klub székház építése lehet erre a példa, az MTV projekt pedig annál lényegesen komplexebb és a tervezett full HD technológia miatt sokkal kevesebb tapasztalat birtokában vállalkozhat rá bármelyik hazai szállító.*

## A FULL HD KIÍRÁS KÖVETKEZMÉNYEIRŐL

Nem vitatható, hogy egy korszerű televízió ma már nem kerülheti el a HD technológiában rejlő lehetőségek elemzését, és egy hosszú távra tervezett gyártástechnológia tervezésekor mindenképpen fontos tényezőként kell figyelembe vennie a HD megjelenését és várható piaci terjedését.

Ennek a részletes elemzése helyett azonban a technológiai kiírás a műszaki maximalizmus szélsőséges változatáig jutott el – nem számolva azzal, hogy a *full HD technológia számos komponense ma még nem jár kézzelfogható előnyökkel a nézők számára*. Erre nézve jó példa lehet az NHH elemzésének bemutatott része (M fejezet) a háztartások tévékészülék-ellátottságával kapcsolatban. Mint látható, ma még a háztartásoknak csak elenyésző hányada rendelkezik HD felbontású készülékkel.

A mai műsorterjesztési technológiák kapacitásai sincsenek felkészítve a HD átvitelére, amiből egyenesen következik, hogy *egy közpénzektől gazdálkodó televíziónak különös gonddal kell megterveznie azt, hogy milyen komponensekben, milyen összetételben és ütemben vezeti be a HD technológiát*. Ez nem pusztán technológiai, hanem gazdasági, piaci kérdés is.

Elismerve tehát, hogy a HD legalábbis részben már a legelső lépésben bevezetendő, szükségesnek látszik annak revíziója, hogy azt valóban teljeskörűen, már első lépcsőben minden eszközben, minden stúdióban, minden komponensben meg kell-e tenni? További alapvető kérdés, hogy egyszeri beszerzésben kell-e megtenni, vagy érdemesebb egy reális, lépcsőzetes, költségkímélőbb, és a folyamatos technológiai megújítást lehetővé tevő pénzügyi konstrukciót alkalmazva bevezetni?

*Jelen pályázat szerzője egyértelműen a HD technológia részleges bevezetését javasolja; konkrétan az egyik új stúdió full HD technológiával való felszerelését, amely meghatározott műsortípusok, illetve közvetítések HD minőségben való sugárzását teszi lehetővé. Összességében a HD technológia fokozatos bevezetését tartom célszerűnek.*

## CAPEX KONTRA LÍZING ÉS SZOLGÁLTATÁSVÁSÁRLÁS

*Egy döntően CAPEX igényű beszerzés nehezen biztosíthatja azt, hogy a HD és SD komponenseket vegyesen, reális, a nézők által is megtapasztalható előnyöket biztosító arányban tartalmazó technológia mindig az éppen elérhető legkedvezőbb piaci áron kerüljön be a televízió gyártástechnológiájába.*

*A bérlet, lízing, szolgáltatásvásárlás típusú konstrukciók ezzel szemben éppen ezt az előnyt képesek biztosítani, mert e konstrukciók részeként a technológiai elemek részenkénti megújítására is mód nyílik a szállítókkal, üzemeltetési szolgáltatást nyújtókkal kötendő szerződések révén.*

*Jelen pályázat szerzője a legkedvezőbb bérleti, illetve lízing típusú konstrukciót támogatja a technológiai beszerzés terén.*

### A VÁSÁROLT MŰSZAKI SZOLGÁLTATÁSOK (OUTSOURCE) MELLETTI ÉRVEK

Az üzemeltetési szolgáltatások vásárlásával szemben felhozott szokásos érv a technológiai szolgáltatónak való kiszolgáltatottság és függőség kockázatának emlegetése.

Az MTV azonban már a székház bérleti konstrukciója miatt eleve kötött pályán mozog; “kiszolgáltatottságát” éppenhogy csökkenteni lenne képes egy helyesen kiválasztott műszaki szolgáltató révén. A jelenlegi létszám és szervezet ugyanis sokkal nagyobb kiszolgáltatottságot és kötöttséget jelent, mint amit egy korszerűen kialakított, létszám- és költséghatékony, referenciákkal bizonyított műszaki szolgáltató bevonása jelentene.

### A SZOLGÁLTATÁSVÁSÁRLÁSSAL BIZTOSÍTHATÓ TEVÉKENYSÉGEKRŐL

A szűkebben értelmezett, kifejezetten a műsorgyártás folyamatához kapcsolódó üzemeltetési szolgáltatások jelentős részben abba a körbe tartoznak, amelyet – mint azt számos, mértékadó nemzetközi példa (ld. pl. BBC - BBC Technologies) mutatja – vásárolt szolgáltatásként lehet igénybe venni.

Ez a működési folyamatok kellő mélységű megismerése előtt először természetesen heves ellenkezést vált ki az ebben ellenérdekelt belső műszaki kiszolgáló szervezetben, amellyel egy ilyen jellegű program végrehajtása során számolni kell.

Ennek kapcsán megkerülhetetlen kérdés az is, hogy a hatékony, szabályozott szervezeti működést támogató vállalatszervezési módszereket hogyan, milyen mértékben alkalmazza a megújulni kívánó televízió?

*A működés szervezeti racionalizálása, a korszerű, a vállalati működésben, gazdálkodásban széles körben alkalmazott módszerek bevezetése elkerülhetetlennek látszik. A működés szinte minden paramétere így válik mérhetővé, kontrollálhatóvá, így van csak esély a működési folyamatok javítására, a költségek ellenőrizhetőségére, tervezhetőségére. Ezek a folyamatszervezési, majd pedig szükségképpen informatikai feladatok nagy terheket rónak ugyan átmenetileg a szervezetre, a költözéssel, technológiaváltással, a kényszerű létszámleépítéssel, a digitalizációra való felkészüléssel járó összes átalakulás tengerében ez amúgy is szükségszerű lépés.*

*Ezen a ponton természetesen merül fel egy totális informatikai korszerűsítés szükségessége, és annak a költözéssel szinkronba hozott megvalósítása.*

Az ehhez szükséges források megteremthetők például azzal, hogy a már elemzett és nem javasolt, hatalmas egyszeri CAPEX-szel járó broadcast technológiai beszerzés helyett lízing-konstrukció valósuljon meg, és a felszabaduló finanszírozási eszközök álljanak rendelkezésre az IT környezet teljes megújítására.

Ebbe a körbe tartozhat a korszerű vállalatirányítási (ERP) rendszer bevezetése, oktatása, üzemeltetése, a gazdálkodási és általános működési folyamatokat teljességgel felölelő és lefedő informatikai funkciók ellátása, kontrolling, pénzügy, eszközgazdálkodás, treasury, és az e funkciókat támogató számítógépes munkahelyi környezet alapeszközeinek (PC, szerver, kliens, nyomtató, szoftverkörnyezet, hálózat, telefonszolgáltatások, stb.) üzemeltetése, folyamatos megújítása, karbantartása.

#### **AZ m1 – DUNA TV – MR INTEGRÁCIÓ LEHETŐSÉGEI, KOCKÁZATKÖZÖSSÉG LÉTREHOZÁSA**

Idézek a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégiából:

“Kívánatos a ma működő közszolgálati műsorszolgáltató piaci szegmensenként történő integrációja: a Magyar Rádió Zrt. és az MTI megőrizné szervezeti önállóságát, az MTV Zrt. és a Duna Televízió Zrt. pedig egységes struktúrában, egy intézmény keretében működne.”

Más vélekedések szerint a Magyar Televízió, Duna TV és a Magyar Rádió összevonása is szóba került.

Ez a kérdés távolról sem dőlt el, de fel kell készülni arra, hogy a közpénzekkel egyre hatékonyabban, racionálisan gazdálkodni kívánó felügyeleti, szabályozó szervek intenzíven vizsgálni fogják az integrációban rejlő lehetőségeket.

Információm szerint a Magyar Rádió új vezetése intenzíven dolgozik azon, hogy az AH-függőséget és az azzal járó rendkívül magas műsorszórás költségeket kiküszöbölje, akár saját műsorszóró infrastruktúra felállításával. Gyümölcsöző lehet, ha a Magyar Televízió valamilyen szervezeti, finanszírozási, üzemeltetési sinergiákat képes teremteni ezen a téren Magyar Rádióval.

Ez akkor is lehetségesnek látszik, ha a teljes szervezeti integráció nem jön létre – aminek a realitása és szükségessége egyébiránt erősen megkérdőjelezhető. Egy üzemeltetési típusú szinergia azonban legalább a műszaki területen a költségek megosztását, a kockázatok csökkentését eredményezheti, ezért ennek tervszerű vizsgálata mindenképpen fontos elemét képezi az új elnöki munkaprogramnak.

## AZ MTV FINANSZÍROZÁSI MODELLJEI

Az Európai Közösségi Jog alapján a közszolgálati feladatok ellentételezésének módját a tagállamok szabadon választhatják meg.

A NAMS megállapítása szerint a központi költségvetésen keresztül történő finanszírozás nem eleve alkotmányosértő, ha olyan módon történik, hogy a kormány számára nem biztosít egyoldalú befolyásolást. Az Európai Közösségi Jog továbbá nagyon határozott követelményi szintjére emeli a közszolgálati műsorszolgáltató finanszírozásának átláthatóságát.

A NAMS iránymutatása szerint "...a központi költségvetésből történő díjfizetés (vagyis az üzembentartási díj átvállalása) összességében több előnnyel jár, mint a háztartások által külön megfizetendő üzembentartási díj visszaállítása..."

Ennek alapján vélhetően kialakításra kerül a jövőben a költségvetési finanszírozás "**közszolgálati díj**" című formája.

A szintén tervbe vett "közszolgálati reklámtalanítás" a tervek szerint fokozatosan menne végbe (de az sem kizárt, hogy a egyes finanszírozási modell fennmarad), és egyúttal a kereskedelmi műsorszolgáltatók közszolgálati kötelezettségeik alóli mentesítését is jelentené: ez alapján a kereskedelmi műsorszolgáltatók "**közszolgálati járulékot**" fizetnek majd, amely a közszolgálati műsorszolgáltatók büdzséjébe épülhet be.

A tartalom előállítás támogatásának normatív módon, pályázati formában történő jövőbeni megvalósulása arra enged következtetni, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatóknak a korábbinál nagyobb mértékben kell költségvetését **pályázati bevételek formájában** realizálnia.

További bevételi forrásként jelentkezhethet majd az előfizetői díjbevételekhez, valamint az elektronikus audiovizuális eszközök értékesítéséhez kapcsolt "**kulturális járulék**".

Finanszírozási oldalról a tervezhető, folytonos gazdálkodás biztosítása érdekében megkerülhetetlennek látszik az MTV működésének normatív finanszírozási alapokra helyezése. Véleményem egyezik a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégiából kiolvasható szempontokkal a tekintetben, hogy tartalmilag ezen finanszírozási formának az üzembentartási díj visszaállítása jelenthet megoldást, a teljes keret köz-média-közti megosztási algoritmusának újragondolásával, a szervezetek közötti finanszírozási igény tekintetében látható különbségek figyelembe vételével.

*A reklámmentes működés megvalósítására csak a felszabaduló adásidő saját gyártású, illetve vásárolt műsorokkal való megtöltésének finanszírozási igényére fedezetet nyújtó többletforrás bevonása mellett nyílhat reális lehetőség.* A jelenlegi ismeretek alapján nem várható, hogy az MTV szervezete, a hosszú távon jelentős megtakarítást eredményező technológiaváltáson kívül egyéb komoly lehetőséget kínál olyan mértékű további hatékonyságnövekedésre, amely évente fenntartható módon forrást jelentene

- egyrészt a reklámidő saját gyártású, illetve vásárolt műsorpercekkel való kitöltése számára (ami értelemszerűen, de a reklámtól eltérő módon kizárólag többletfinanszírozási igényként jelenik meg a gazdálkodásban), illetve
- a reklámbevételek fedezeti volumenének kiváltására, ami jelenleg a működés egyéb területeinek finanszírozására fordítható.

A technológiaváltás egyenlegjavító hatásának ilyen célú felhasználását csak részletes és pontos információk alapján lehet mérlegelni.

A jelenlegi ismeretek alapján a következő lehetőségek merülnek fel az üzemi működés, illetve a gazdálkodás hatékonyságának javítására, a finanszírozási igény csökkentésére. Szükséges megjegyezni, hogy ezek előzetes várakozások, melyeket számszerűsíteni jelenleg nem lehetséges.

- A jelenleg alkalmazásban lévő analóg gyártási, utómunkálati, adáslebo-nyolítási, archiválási, stb. technológia nem teszi lehetővé, hogy a szervezet piaci feltételek szerinti legmagasabb termelékenységgel működjön. A digitális broadcast technológia Bojtár utcai bevezetésének egyik hatása, hogy a gyártóbázis működéséhez szükséges személyi állomány (a kiszervezési lehetőségek kihasználásával) jelentős mértékben lecsökken, 2009. közepéig 1200 főre, majd a későbbiekben 1050 főre. A csoportos leépítés egyszeri, rövidtávú költségnövelő hatásán túl ez valóban számottevő csökkenést jelent a társaság legnagyobb költségkocozója, az élők munká alkalmazása vonatkozásában, amely költségvolumen-csökkenés tartósan, hosszú távon jelentkezik. Az új székház befogadóképessége is a technológiaváltás ezen hatása tekintetében értelmezhető.
- Az alaptevékenység, illetve a gazdálkodás és az egyéb másodlagos tevékenységek informatikai rendszerekkel történő támogatásának teljes körű rendszerintegrációja a folyamatok felgyorsulásán és a párhuzamosságok kiszűrésén keresztül hozhat hatékonyságjavulást.
- A támogató tevékenységek, *back-office* funkciók kihelyezésének lehetősége további költségcsökkenést eredményezhet.
- Középtávú lehetőség nyílna a műsorterjesztői piac liberalizációjával az egyik legfontosabb szállítóval, az Antenna Hungáriával való kapcsolat új üzleti alapokra helyezésére.
- A regionális hálózat méltóbb és ésszerűbb kezelése szintén biztató a költségek és a hatékonyság tekintetében.
- A közmédiumok esetleges integrációjának szintén kedvező hatása lehet a gazdálkodásra.