

A Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt.

Podcast-csatornájának

KÖZSZOLGÁLATI ÉRTÉK-VIZSGÁLATA

Budapest, 2021. május 31

TARTALOMJEGYZÉK

RÖVIDÍTÉSJEGYZÉK ÉS ÉRTELMEZŐ RENDELKEZÉSEK	3
1. ÁLTALÁNOS ÖSSZEFOGLALÓ	5
2. Az ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK VIZSGÁLATÁRA VONATKOZÓ JAVASLAT	8
3. A KÖZSZOLGÁLATI ÉRTÉK-VIZSGÁLAT FŐBB ELEMEINEK BEMUTATÁSA	22
4. AZ ONLINE SZOLGÁLTATÁSOKRA VONATKOZÓ SZOLGÁLTATÁS-LEÍRÁS VIZSGÁLATA	32
5. A TESTÜLET DÖNTÉSE	41

RÖVIDÍTÉSJEGYZÉK ÉS ÉRTELMEZŐ RENDELKEZÉSEK

A közszolgálati érték-vizsgálatban szereplő fogalmak és rövidítések alatt az alábbiak értendők:

Audiovizuális médiaszolgáltatás: hangos vagy néma mozgóképeket, állóképeket tartalmazó műsorszámokat – ideértve többek között az egész estés filmeket, a videoklipeket, a sporteseményeket, a dokumentumfilmeket és a tizennégy év alatti kiskorúakhoz szóló műsorszámokat – bemutató médiaszolgáltatás (Mttv. 203. § 1a. pont).

Eljárás: a közszolgálati érték-vizsgálat lefolytatására irányuló eljárás.

AVMS irányelv: az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (kodifikált változat). [Módosítva az Európai Parlament és a Tanács (EU) tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról 2018/1808 irányelvvel (2018. november 14.)]

EBU: European Broadcasting Union (Európai Műsorszolgáltatók Egyesülete).

Közszolgálati érték-vizsgálat: a Közszolgálati Médiaszolgáltató által nyújtott vagy a jövőben indítani tervezett szolgáltatások közszolgálati jellegét és értékét, valamint a médiapiac sokszínűségére gyakorolt hatását feltáró, elemző vizsgálat.

Közszolgálati Közlemény: az állami támogatás szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról szóló bizottsági közlemény (2009/C 257/01).

Közszolgálati médiaszolgáltatás: a Közszolgálati Médiaszolgáltató által nyújtott audiovizuális és rádiós médiaszolgáltatás, hírügynökségi szolgáltatás, valamint internetes úton elérhetővé tett médiatartalmak szolgáltatása (Mttv. 203. § 31. pont).

Közszolgálati Médiaszolgáltató: a közszolgálati médiaszolgáltatás céljainak megvalósítására az Mttv. 84. § (1) bekezdésében nevesített médiaszolgáltató, azaz a Duna Médiaszolgáltató Zártkörűen Működő Nonprofit Részvénytársaság (Mttv. 203. § 32. pont).

Lekérhető médiaszolgáltatás: olyan médiaszolgáltatás, amelyben a médiaszolgáltató által összeállított műsorkínálat alapján a felhasználó egyéni kérés alapján, az általa kiválasztott időpontban tekintheti, illetve hallgathatja meg a műsorszámokat (Mttv. 203. § 35. pont).

Médiaszolgáltatás: az Európai Unió működéséről szóló szerződés 56. és 57. cikkében meghatározott, önálló, üzletszerűen – rendszeresen, nyereség elérése érdekében, gazdasági kockázatvállalás mellett – végzett gazdasági szolgáltatás, amelynek, illetve amely egy elválasztható részének elsődleges célja, hogy egy mediaszolgáltató szerkesztői felelősségi körébe tartozó műsorszámokat tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a nyilvánossághoz eljuttassa valamely elektronikus hírközlő hálózaton keresztül. (Mttv. 203. § 40. pont).

Médiatanács: a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa.

Mttv.: a mediaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény.

MTVA: Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap.

SVoD: havidíjas előfizetés fejében elérhető VoD-szolgáltatás (*subscription video on demand*).

Szabályzat: a Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap vezérigazgatójának 100/2020. számú és a Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. vezérigazgatójának 8/2020. számú utasításával elfogadott közszolgálati érték-szabályzat.

Tematikus mediaszolgáltatás: az a mediaszolgáltatás, amely lineáris mediaszolgáltatás esetében a napi műsoridő, lekérhető mediaszolgáltatás esetében a közzétett műsorszámok összesített időtartamának nyolcvan százalékában egymáshoz hasonló tematikájú műsorszámokat tesz közzé, mint például a hír- és politikai tájékoztató műsorszámok, a kiskorúaknak szóló műsorszámok, a sportműsorszámok, a zenei műsorszámok, ismeretterjesztő műsorszámok, valamely életmódot bemutató műsorszámok (Mttv. 203. § 67. pont).

Testület: a Szabályzat alapján a közszolgálati érték-vizsgálat lefolytatásával megbízott Közszolgálati érték-testület.

VoD: egyedi felhasználói kezdeményezésre, valamely elektronikus hírközlő hálózaton keresztül igénybe vehető audiovizuális mediaszolgáltatás (*video on demand*).

1. ÁLTALÁNOS ÖSSZEFOGLALÓ

1. 1. Bevezetés

A Közzolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatója 2021. április 26. napján kelt levelében az interneten elérhető, lineáris médiaszolgáltatáshoz nem kapcsolódó lekérhető médiaszolgáltatások, internetes sajtótermékek, illetve önálló szolgáltatásnak minősülő internetes tartalomszolgáltatások (a továbbiakban együttesen: online szolgáltatások) 2021. évi vizsgálatára tettek javaslatot.

A Testület 2021. május 4. napján hozott 5/2021. (V. 4.) számú döntésével – elfogadva a Közzolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatójának közös javaslatát – a Szabályzat 2.8. pontjában foglaltakra tekintettel, a Szabályzat 9.1. pontja szerint a meglévő szolgáltatások közül a 2021. évben vizsgálandó szolgáltatásként az online szolgáltatásokat jelölte ki.

A Testület 2021. május 5. napján kelt levelében tájékoztatta döntéséről a Közzolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatóját. E levélben a Testület egyúttal felkérte a Közzolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatóját, hogy az érintett online szolgáltatások részletes szolgáltatás-leírásait 2021. június 5. napjáig nyújtsa be a Testület részére.

1. 2. Idővonal – az Eljárás egyes fontosabb lépései

2021. április 26.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA az M5, valamint az online szolgáltatások 2021. évi vizsgálatára tettek javaslatot.

2021. május 4.

A Testület ülésén elrendeli az online szolgáltatások együttes vizsgálatát.

2021. május 5.

A Testület tájékoztatja döntéséről Közzolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatóját, és felkéri előbbit az online szolgáltatásokra vonatkozó szolgáltatás-leírás benyújtására.

2021. május 20.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató benyújtja a podcast szolgáltatásra vonatkozó szolgáltatás-leírást.

2021. július-szeptember

Kiegészítés kérése, illetve konzultáció a Közzolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatójával a szolgáltatás-leírás kapcsán felmerült kérdésekről.

2021. október-december

Az érdemi vizsgálat elvégzése.

2022. június hó 13. nap

A Testület döntést hoz a podcast szolgáltatás tárgyában.

1. 3. A podcast szolgáltatás szolgáltatás-leírásainak összefoglalása

A közmédia – felismerve a műfaj növekvő magyarországi népszerűségét – a 2020-as évben döntött arról, hogy belép a Podcastok világába. A Podcast műfaja a mobilos médiafogyasztás elterjedésével párhuzamosan jelent meg világszerte, és azóta évről évre növekvő népszerűsége tesz szert.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató első Podcastjai 2020 októberében indultak el, számuk és elérésük pedig a következő hónapokban folyamatosan nőtt. A közzolgálati média Podcastjainak elindítását elsősorban az indokolta, hogy ezzel a közmédia számára elérhetővé válnak a speciális, más csatornákon keresztül kevés médiatartalmat fogyasztó, fiatalabb célcsoportok. A közmédia meglévő, gazdag rádiós tartalomkínálata lehetővé tette, hogy rövid időn belül jelen legyen a Podcastok piacán, számos különböző tartalmi kategóriában.

Amennyiben a közmédia a jövő meghatározó piaci szereplője kíván maradni, és a modernizáció terén élen akar járni, akkor a jövőben egy kiterjesztett és innovatív médiafogalommal kell dolgoznia. Ebben a kiterjesztett médiafogalomban a közmédia elsődleges megjelenési felületei már nem a hagyományos broadcast felületekhez kapcsolódnak: a közzolgálati funkció ott és azon a platformon keresztül jut el a fogyasztókhoz, amelyen keresztül a legkönnyebb elérni őket, tehát valamennyi médiaeszközön elérhetővé kell tenni a különböző szolgáltatásokat, amelyet a közönség, a nézői-hallgatói-felhasználói csoportok nap, mint nap használnak.

Az előállított Podcast tartalmak minőségét a gyártási folyamat professzionalizmusa biztosítja, amelynek keretében a célközönséget ismerő, a fogyasztókat a saját nyelvükön megszólító szerkesztők és műsorvezetők készítik a műsorokat.

A Podcastok költségei 2021-ben összesen várhatóan bruttó 55,7 millió forintot tesznek ki. Az éves ráfordítás magában foglalja a Podcastok előállításához szükséges belső humán- és technikai erőforrások költségeit, valamint a külső partnereknek fizetendő szerződéses díjakat, illetve a műsorgyártás költségét.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató a saját gyártású Podcastokkal egyrészt szeretné szélesíteni az elérhető tartalmi választékot, másrészt a fiatalok által (is) kedvelt formátumban és felületeken kívánja ezeket hozzáférhetővé tenni. Ez a két kezdeti célkitűzés sikerrel teljesült, mivel olyan új Podcastok jelentek meg, amelyek környezetvédelemmel, történelemmel, borászattal, sporttal vagy akár komolyzenével kapcsolatos témákat dolgoznak fel, ezek a Podcastok pedig elérhetővé váltak a fiatalok által közkedvelt platformokon, így többek között a Spotify és a Soundcloud felületein is.

1. 4. A Testület megállapításainak összegzése

A közszolgálati média Podcast csatornája mint lekérhető rádiós médiaszolgáltatás ugyan valamivel több mint egy éves időszakra visszanyúló vállalkozás, a Testület megítélése szerint a közszolgálati célokhoz való hozzájárulás tekintetében ilyen rövid időtáv alapján is megállapítható, hogy a Közszolgálati Médiaszolgáltató jogszabályban és Közszolgálati Kódexben rögzített feladatainak ellátásához a szolgáltatás jelentősen képes hozzájárulni. Az innovatív megoldásokban való élen járás követelménye, a különféle médiafogyasztási szokásokkal bíró társadalmi csoportok megszólítása, a széles spektrumú tartalomkínálat és a szolgáltatás jövőjét ismertető vízió mind-mind abba az irányba mutatnak, hogy a szolgáltatás igen is helyet érdemel a közmédia portfóliójában.

Figyelembe véve, hogy online szolgáltatásról beszélünk, a hagyományos (lineáris) rádiós szolgáltatások tekintetében felmerülő műsoridő korlátos volta egy online szolgáltatás esetében nem jelent akadályt a minőségi tartalmak mennyiségének. Mindazonáltal, valóban univerzális kínálat nem pusztán mennyiségi kérdés: csak minőségi, értékes tartalmak mennyiségének növelésével érhető el a különféle társadalmi csoportok megszólításának igénye.

A közszolgálati média Podcast csatornája a hazai médiapiacra igen sok tekintetben unikálisnak, már-már teljességgel egyedinek tekinthető szolgáltatás. Egy internetes úton elérhető, lekérhető rádiós médiaszolgáltatásként működő, de a különféle Podcast-platformokon is elérhető tartalmakat nyújtó szolgáltatás indításával a közszolgálati média láthatóan mindenképpen annak jelét kívánja mutatni, hogy a piacon elérhető (média)szolgáltatásoktól határozottan más, jobb minőség képviselőjére törekszik.

A rendelkezésre álló adatok alapján látható, hogy a hagyományos rádiós tartalmakat kevésbé hallgató fiatalabb korosztály mutat nagyobb fokú érdeklődést a szolgáltatás iránt. Az első igen fontos lépést a közmédia a szolgáltatás elindításával megtette, az érdemi hatás azonban majd akkor lesz értékelhető, ha a tartalomkínálat bővülésének köszönhetően az effajta médiafogyasztást preferálók széles rétegei megtalálják a számukra érdekes és értékes elemeket.

A szolgáltatás aktuális tartalomkínálata a csatorna költségeivel összhangban állnak, a felmerülő költségek a közmédia éves költségvetéséből bármiféle likviditási probléma nélkül fedezhetőek. A Testület ugyanakkor kiemeli: a folyamatos fejlesztésekre szánt források rendelkezésre állása továbbra is kiemelt szempont kell hogy legyen, ugyanis a digitális világban végbemenő változásokkal való folyamatos lépéstartás a közmédia számára elkerülhetetlen.

2. Az ONLINE SZOLGÁLTATÁSOK VIZSGÁLATÁRA VONATKOZÓ JAVASLAT

Jelen pont a Közzolgálati Médiaszolgáltató által a Testületnek benyújtott szolgáltatás-leírás tartalmát foglalja össze.

2. 1. A szolgáltatás általános bemutatása

2. 1. 1. A szolgáltatás története, rövid bemutatása

A közmédia – felismerve a műfaj növekvő magyarországi népszerűségét – a 2020-as évben döntött arról, hogy belép a Podcastok világába. A Podcast műfaja a mobilos médiafogyasztás elterjedésével párhuzamosan jelent meg világszerte, és azóta évről évre növekvő népszerűsége tesz szert.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató első Podcastjai 2020 októberében indultak el, számuk és elérésük pedig a következő hónapokban folyamatosan nőtt. 2021. áprilisában már 10 önálló és aktív Podcast csatornával rendelkezett. 2021. márciusában elindult továbbá az első videós Podcast, azaz Vodcast is: a Gurulj be lassítva is! című műsor immáron videós verzióban is elérhető.

Az MTVA szervezetén belül 2020. végén létrejött az önálló Online Igazgatóság, amely – online médiaszolgáltatásokról lévén szó – a Podcastok készítésének felügyeletét is ellátja. Ennek megfelelően ezen a területen is megkezdődött az egységes rendszer kialakítása. Ez a gyakorlatban többek között azt jelentette, hogy egységessé vált az újonnan induló Podcastok technikai támogatása, terjesztési stratégiája, szakmai felügyelete és teljesítményértékelése.

A közmédia ezen felül elkészített egy átfogó tartalomgyártási koncepciót, amely részeként hamarosan további 8 online-only/online-first Pod-, illetve Vodcast műsor indulhat.

A közzolgálati média Podcastjainak elindítását elsősorban az indokolta, hogy ezzel a közmédia számára elérhetővé válnak a speciális, más csatornákon keresztül kevés médiatartalmat fogyasztó, fiatalabb célcsoportok. Ez az indítás óta eltelt időszak adatait és statisztikáit elemezve helyes döntés volt, a Podcastok fogyasztóinak demográfiai eloszlása alapján ugyanis látható, hogy jóval nagyobb arányt képeznek a fiatalok, mint más felületeinken.

A közmédia meglévő, gazdag rádiós tartalomkínálata lehetővé tette, hogy rövid időn belül jelen legyen a Podcastok piacán, számos különböző tartalmi kategóriában. A Bartók Rádió készítésében komolyzenei-zenetörténeti Podcastok, míg a Petőfi Rádió kínálatából könnyűzenei témájú beszélgetések jelennek meg Podcast formátumban, heti több alkalommal. A Kossuth Rádió rendszeresen frissülő közéleti, történelmi, kertészeti, valamint ifjúsági Podcastokkal van jelen az online térben.

A rádiós háttérű műsorok mellett a közmédia egyre több *online-only* vagy *online-first* Podcastot is készít, többek között a labdarúgás, a kerékpársport, a környezetvédelem és a borászat tematikájában.

A gyors növekedés ellenére több olyan – a Podcast platformok által megkülönböztetett – kategória is van, amelyben a szereplők alacsony számának köszönhetően a Közszolgálati Médiaszolgáltató még kiépítheti dominanciáját, ezért várható a műsorok számának és a feldolgozott tematikák további bővülése. Ennek egy része a már létező *broadcast* rádióműsorok átdolgozásával valósítható meg, egy másik része tervezetten pedig olyan *online-first* vagy *online-only* jellegű tartalom lesz, amely a közmédia új tartalomgyártási koncepciója révén készülhet el.

2. 1. 2. A szolgáltatás előnyeinek felvázolása

A kutatások világszerte azt bizonyítják, hogy a Podcastok révén elérhető egy olyan speciális demográfiajú célközönség, amely hagyományos terjesztésű csatornákon, például televízión vagy rádión keresztül nem – vagy csak ritkán – fogyaszt médiatartalmakat. A tanulmányok szerint a Podcastot hallgatók körében felülreprezentáltak a városban élők, a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők, a magasabb jövedelmi szinthez tartozók és a fiatalok is. Szintén fontos jellemzője a Podcastoknak a végig hallgatások magas aránya, különösen ha más online platformokon megjelenő tartalmakhoz, például a közösségimédia-oldalak különböző videós vagy hanganyagaihoz hasonlítjuk.

Önmagában a Podcastok terjesztése nagyon alacsony költséggel jár. Bár léteznek ingyenes ún. host szolgáltatások is, egy bizonyos mennyiség felett, illetve a megbízhatóság és minőség érdekében már indokolt a Podcastok terjesztése körében fizetős megoldást választani. Ez egy Podcast műsoronként jelentkező, alacsony költségű előfizetést jelent, amely biztosítja, hogy a műsor adásai automatikusan megjelenjenek minden nagy Podcast lejátszó platform kínálatában.

Alapvetően megkülönbözteti a Podcastokat az egyéb online rádiós mediaszolgáltatásoktól, hogy specifikus platformokhoz kötött. Ezek a platformok a fogyasztók a mobilitás (on-demand jelleg, letölthetőség, készülékek összekapcsolhatósága), a felhasználóbarát és kényelmes felület, illetve az egy helyen elérhető széles választék miatt jelen. Emiatt a Podcastok nem riválisai, hanem kiegészítő mediaszolgáltatásai a közmédia saját online felületeinek és applikációinak, elsősorban a Mediaklikknek.

2. 1. 3. A szolgáltatás közszolgálati mediaszolgáltató stratégiájával való összhangja

Amennyiben a közmédia a jövő meghatározó piaci szereplője kíván maradni, és a modernizáció terén élen akar járni, akkor a jövőben egy kiterjesztett és innovatív médiafogalommal kell dolgoznia. Ebben a kiterjesztett médiafogalomban a

közmédia elsődleges megjelenési felületei már nem a hagyományos broadcast felületekhez kapcsolódnak: a közszolgálati funkció ott és azon a platformon keresztül jut el a fogyasztókhoz, amelyen keresztül a legkönnyebb elérni őket, tehát valamennyi médiaeszközön elérhetővé kell tenni a különböző szolgáltatásokat, amelyet a közönség, a nézői-hallgatói-felhasználói csoportok nap, mint nap használnak.

Ez egy radikálisan új szemléletet jelent, amelynek a bevezetésére azért a közmédia a legalkalmasabb, mert ez az egyetlen olyan médiaszolgáltató, amely az összes platformon (tv, rádió, online) jelen van és meghatározó erejű szereplőnek számít. A magyar piacon jelenleg működő médiaszolgáltatók, miközben ragaszkodnak a tradicionálisan legnagyobb profitot termelő platformhoz (a lineáris-broadcast televízióhoz), nem mernek radikálisan nyitni más, újabb felületek felé.

Ezt azonban megteszik helyettük azok a globális online piacon jelenlevő médiakonglomerátumok, akik az elmúlt években agresszív térhódításba kezdtek a fiatalok által használt új közösségi média platformokon, valamint friss, új applikációk formájában a médiaeszközökön, szolgáltatásaikban pedig Podcast anyagokkal, és minőségi film- és sorozatkínálattal hódítanak. A közmédia ebből a helyzetből jó eséllyel megerősödve kerülhet ki, ha a magyar piacon elsőként vállalja el a technológiai és tartalmi innovációt.

Ennek elérése érdekében fontos stratégiai lépés volt, hogy a közmédia a 2020-as esztendőben a saját Podcast kínálatával megjelent a hazai médiapiacra.

2. 2. A szolgáltatás részletes leírása

2. 2. 1. A szolgáltatás tartalomkínálata

A közszolgálati médiaszolgáltató már korábban elindította első Podcastjait, azonban a rendszer egységesítése és a markáns jelenlét (hat műsor) megteremtése 2020 októberére tehető. A közmédia a következő műsorokkal jelent meg a Podcastok piacán:

Kék bolygó: Áder János köztársasági elnök meghívott vendégekkel beszélget környezetéről, vízről, klímáról és fenntarthatóságról.

Emberemlékezet: Tabuk nélküli beszélgetés meghívott szakértőkkel a XX. századi magyar történelem elhallgatott vagy meghamisított eseményeiről, alakítóiról és hőseiről.

Bozsik gazda: Kertészeti témájú elméleti ismeretek és gyakorlati tanácsok átadása szakértők bevonásával, a hallgatók által aktuálisan beküldött kérdések alapján.

Gurulj be lassítva is!: Az M4 Sport ismert, közkedvelt műsorvezetői minden héten megvitatják az elmúlt hét legérdekesebb történéseit a magyar és a nemzetközi labdarúgás világában.

Söprögető kocsí: Aktuális és izgalmas áttekintés, szakértői elemzés az országúti kerékpársport legújabb trendjeiről és történéseiről.

Édes Néném, Zenélő Levelek, Zeneszerzőnők: Komolyzenei portrék és zenetörténeti múltidézők a Bartók Rádió műsorvezetőitől, tematikus sorozatok formájában.

A sikeres indulást követő hónapokban további új műsorokkal bővült a közmédia Podcast kínálata:

Miniszterelnöki interjúk a közmédiában: Orbán Viktor miniszterelnök péntek reggeli exkluzív interjúja a Kossuth Rádióban.

Válasz-utak: A Kossuth Rádió *Válasz-utak* című műsorában minden pénteken tizenéves fiatalok beszélgetnek egymással az őket érintő és érdeklő témákról.

Talpra Magyar, Minek Nevezzetek: Részletek és válogatások a Petőfi Rádió legnépszerűbb beszélgetős műsoraiból egy Podcastban összegyűjtve.

Szellem a palackból: Borászati témájú beszélgetések meghívott vendégekkel, kultúrtörténeti vonatkozásokkal, helyszíni riportokkal és aktuális hírekkel.

Fentiekén túl 2021 márciusában Vodcast, azaz videós Podcast formájában is elindult a *Gurulj be lassítva is!* című műsor, amely további jelentős bővülést hozott az új epizódok összesített elérésében.

A közszolgálati média mindemellett kidolgozott egy koncepciót *online-first* gyártású Podcastok és Vodcastok elindítására. A koncepció keretében olyan populáris témákban is saját műsort indítana a közmédia, mint a sporttörténelem vagy a televíziós sorozatok világa; a tervekben szerepel továbbá friss, aktuális ügyeket értékelő és elemző közéleti és sportműsor, valamint olyan új területeket érintő Podcastok, mint az e-sport, az extrém és városi sportok, a hadviselés vagy a kultúrtörténet.

2. 2. 2. A közszolgálati médiaszolgáltatás törvényi céljainak való megfelelés

A közszolgálati médiaszolgáltatás jelenlegi szabályozása számos, jól azonosítható irányt, feladatot jelöl meg a közmédia részére, biztosítva ezzel azt, hogy a műsorfolyamok, valamint a különböző platformok kihasználása keretében kiemelt figyelmet fordítson a közszolgálati kódexben foglaltak megvalósítására. A közmédia Podcast szolgáltatásai teljes mértékben lehetőséget biztosítanak a sokszínűsége, elsősorban

- a nemzeti, etnikai, vallási kisebbségek elérésére;
- a magyar nyelv és kultúra ápolására;
- a nemzeti összetartozás erősítésére;
- történelmi ismeretek hiteles terjesztésére;
- a család értékének tiszteletben tartásására;
- a fogyatékossgal élőknek a médiaszolgáltatásokkal szemben támasztott sajátos igényeinek kielégítésére, tekintettel a közszolgálati médiaszolgáltatáshoz való egyenlő hozzáférés jogára;
- az oktatási és ismeretterjesztő feladatok ellátására;
- a fiatalok, fiatal felnőttek színvonalas szórakoztatására;
- a magyar zenei élet támogatására.

A hagyományos médiatartalmak jelentős száma, és azok megjelenése a különböző platformokon – televízió, rádió, online – lehetőséget biztosít a közmédia számára arra, hogy azokat átdolgozva egy új, még nagyobb célközönséget elérő felületen tegye ismét közzé, ezzel is tovább növelve a fiatalabb hallgatói-nézői csoportok elérését. Amíg a broadcast tartalmak műsorstruktúrában elfoglalt helye kötött, addig a Podcast tartalmak fogyasztása helytől és időponttól független, így azok sokkal inkább megfelelnek a különböző célcsoportok életkori és tartalomfogyasztási sajátosságainak, széles spektrumú tematikájuknak köszönhetően pedig lehetőséget adnak arra, hogy a társadalom minél szélesebb körének érdeklődését felkeltsék.

2. 2. 3. A szolgáltatás (tartalmi) minőségi jellemzői

Az előállított Podcast tartalmak minőségét a gyártási folyamat professzionalizmusa biztosítja, amelynek keretében a célközönséget ismerő, a fogyasztókat a saját nyelvükön megszólító szerkesztők és műsorvezetők készítik a műsorokat. Az egyes Podcastok mögött minden esetben olyan műhelyek és kiemelkedő felkészültségű szakemberek állnak, akiknek kifejezetten a szakterületét érinti az adott műsor témája.

A közmédia Podcast műsorai a legkorszerűbb stúdiókban, professzionális technikai eszközök és szakemberek segítségével kerülnek rögzítésre, és a gyártási folyamat további fázisaiban is a legmagasabb szakmai színvonalnak megfelelő infrastruktúra áll rendelkezésre, melynek köszönhetően az internetes platformokra kikerülő tartalmak technikai minősége is kifogástalan.

A Podcastok piacán számos olyan műsor érhető el, amelyek félprofesszionális, vagy egyenesen amatőr eszközökkel és humán erőforrással kerülnek rögzítésre, amely körülmény adott esetben negatív hatással lehet az előállított tartalom minőségére is. Ezzel szemben a közmédia Podcastjai a kiváló hangminőségtől kezdve a beszédtechnikailag is képzett megszólalókig, minden aspektus tekintetében képesek biztosítani a kiemelkedő színvonalat, a közönség széles spektrumának megelégedésére.

A kiemelkedő tartalmi és technikai színvonal azért is meghatározó jelentőségű, mert ennek köszönhetően a közmédia aktívan hozzájárulhat a hallgatók műveltségének, látókörének és ismereteinek bővítéséhez, ezáltal a közszolgálati értékek megerősítéséhez.

2. 2. 4. A szolgáltatás hatása a közönségre

Az NMHH rendszeres rádiós közönségmérési kutatásából évek óta látható, hogy a fiatalabbak kevésbé hallgatnak hagyományos, *broadcast* rádiót. A 2020-as év negyedéves átlagai alapján a 15 éves vagy annál fiatalabb közönség 12%-a vallotta magáról, hogy ritkábban, mint hetente hallgat rádiót, míg az eggyel idősebb korosztály (15-29 évesek) közel ötöde állította ugyanezt.

Azt is igazolják a kutatások, hogy az internetpenetráció terjedésének ütemével együtt folyamatosan változnak a rádióhallgatási szokások: a szerkesztett struktúrájú, hagyományos rádiók helyett egyre többen fordulnak a saját maguk által választható, internetes tartalmak felé. A technológia sem áll ennek útjában, különösen a fiatalok körében már nagyon elterjedt az okostelefon használata. Otthon az egyre könnyebben hozzáférhető szélessávú internet elérhetőséggel, házon kívül pedig az egyre olcsóbban igénybe vehető mobilinternet segítségével szinte bárhol lehetőségük van zenét vagy akár Podcastokat hallgatni: házimunka, utazás, de akár edzés vagy futás közben is.

A *multitasking* lehetősége mellett a Podcastok nagy előnye, hogy a tartalom minden esetben egyénileg választható, mindenki olyan tartalmakat fogyaszt, ami valóban érdekli. A tartalmak kiválasztása mellett azt is eldöntheti a felhasználó, hogy meddig hallgatja: ha nem tetszik, vagy épp nem tud rá figyelni, leállíthatja, és később folytathatja, vagy választhat másikat, tetszés szerint. Ebből következik az is, hogy a Podcastokat a fogyasztók igen jelentős arányban végighallgatják, a nemzetközi statisztikák akár átlagosan 80-90%-os végighallgatási arányt is jeleznek.

A jövőben a megváltozott, modern körülményeknek megfelelő, új tartalomfogyasztási módokra nyitott közönség elérése, megszólítása, kiszolgálása lehet a közmédia különböző tematikájú Podcastjaink legfontosabb feladata.

2. 2. 5. Nemzetközi standardoknak való megfelelés

Az AVMS direktívákat, mint EU irányelvet (2018/1808, 2010/13/EU) a tagállamok törvényi, szabályozási szinten évek óta követik. Az AVMS direktíváknak a magyar közszolgálati médiaszolgáltatás is megfelel, illetve a jövőben is igyekszik minél jobban megfelelni. A magyar közszolgálati médiaszolgáltatás az irányelvek közül kiemelten kezeli a széles körű hozzáférhetőség elősegítését (terjesztés, fejlettség stb.) és a káros tartalmak korlátozását. Hasonlóan magas szinten valósul meg a nemzeti és szociális összekötés, a határokon átívelő magyar nyelvű és Magyarországon gyártott tartalmak sugárzása a lehető legszélesebb közönségnek. Mivel az AVMS direktíva teljesen összhangban van a magyar médiatörvénnyel és a Közszolgálati Kódexszel, így a magyar fogyasztók széles körben tájékozódhatnak a közszolgálati médiaszolgáltató szolgáltatásai segítségével, reklámmentesen fogyaszthatnak szórakoztató tartalmakat. Emellett pontos ajánlásokat kapnak a korhatáros tartalmakról, valamint objektíven és hitelesen tájékozódhatnak a világról, így jelentős kulturális értéket kapnak, amely segít megőrizni identitásukat, de ugyanakkor szórakoztatja is őket. Mindezt a közszolgálat hagyományainak és a Kódexnek megfelelően a közmédia kereskedelmi haszonszerzés és befolyásoltság nélkül nyújtja.

A Podcastok technológiája lehetővé teszi, hogy a Közszolgálati Médiaszolgáltató sorozatszerűen tegyen közzé digitális hanganyagokat és egyéb tartalmakat az interneten úgy, hogy a felhasználók feliratkozhatnak az adott Podcast műsor epizódjait tartalmazó platformokra, amikor pedig a médiaszolgáltató közlése egy újabb Podcast epizódot, az automatikusan megjelenik a felhasználók kliensében.

Más, európai szolgáltatók által készített Podcastokhoz hasonlóan a magyar Közszolgálati Médiaszolgáltató Podcastjai is társadalmi és kulturális értelemben átfogó, sokszínű, gazdag választékkal rendelkező szolgáltatások, amelyek az érdeklődési körök és értékrendek széles spektrumának bemutatásával igyekeznek szórakoztatni a fogyasztókat, valamint népszerű témáiknak köszönhetően elősegítik a nemzeti összetartozást és a társadalmi integrációt, ezzel a szórakoztatás mellett jelentős társadalmi hasznot termelve.

2. 2. 6. A közszolgálati médiaszolgáltató stratégiájával való összefüggések

A Közszolgálati Médiaszolgáltató azokat a közös értékeinket közvetíti, amelyek szerves részei a magyar és nemzeti identitásnak. Ezért is létfontosságú, hogy a nemzetközi médiaköszernék által uralt médiapiaci környezetben a közmédia magas minőségben tudja eljuttatni üzenetét minden magyar ember számára, kortól és lakóhelytől függetlenül.

Az új eszközökön való megjelenés (pl. mobil, táblagép, laptop), az új kommunikációs csatornák használata (pl. közösségi média, a számítógépes játékok egyedi kommunikációs felületei), valamint a fiatalok fő aktivitásaihoz történő kapcsolódás (pl. rövid videók, Podcastok) az új formátumok és a több műfaj vegyítő, ún. cross-műfajok korábban sosem látott gazdagságát eredményezheti, ugyanakkor a fejlesztések terén a piacvezető szerep megszerzése a szolgáltatók részéről proaktív és innovatív hozzáállást igényel.

A 16-24-es korcsoport médiafogyasztási szokásai radikálisan eltérnek az idősebb korcsoportokétól. Ez a generáció a technológiai fejlődés kínálta új eszközök és új platformok segítségével már csak az őket ténylegesen érdeklő tartalmakat fogyasztja. A 24-34-es korcsoportra is a fent leírt médiafogyasztás jellemző, de kisebb mértékben, míg a 34-49-es korcsoportnál a médiafogyasztás még nem billent át a lekérhető, online elérhető tartalmak felé, de a tendencia évről-évre növekszik. Mindez egy olyan jövőképet tár a közszolgálati médiaszolgáltató elé, amelyben a lineáris (*broadcast*) csatornákkal már csak az 50+-os korosztályú közönséget lesz majd képes megszólítani. Nincs szó arról, hogy a *broadcast* televíziózás megszűnne, de a közönség jelentős része a jövőben más platformokon keres majd tartalmakat. A közmédia alapfeladata, hogy értékes és minőségi műsorait, tartalmait eljuttassa a magyar emberekhez, éljenek bárhol a világban, amely feladatát akkor végzi a leghatékonyabban, ha azokon a platformokon teszi mindezt, amelyeket a fogyasztók a leginkább használnak.

Európában és Magyarországon az elmúlt években radikálisan átalakult a közmédia működése: tartalmaikat egyre inkább az online felületeiken teszik hozzáférhetővé, mint a hagyományos, *broadcast* csatornákon.

Ahhoz, hogy ne veszítse el fogyasztóit, a közszolgálati médiaszolgáltatónak minden platformon és minden eszközön az ahhoz legjobban illeszkedő formában szükséges megjelenítenie tartalmait. Erre nagyszerű megoldás lehet a Podcast műsorok készítése, amelyek száma jelentősen bővült hazánkban a tavalyi év során.

A 2020-as évben a közmédia nagy lépést tett a Podcastok piacán való jelenlétének megerősítése irányába. A következő időszak feladata ennek a munkának a folytatása: megjeleníteni új Podcast műsorokkal olyan tematikákban, amelyekkel korábban a közmédia még nem foglalkozott. Ehhez olyan további *broadcast* műsorok azonosítására van szükség, amelyek Podcastként is megállhatják a helyüket, valamint célszerű erősíteni a kínálatot eleve Podcastnak szánt *online-first* műsorokkal is.

A közmédia a Podcastok közzététele tekintetében jelenleg még függőségi viszonyban van az internacionális óriásvállalatok platformjaitól, ez a kitétség azonban csökkenthető a saját felületek (mediaklikk.hu/podcast gyűjtőoldal, illetve a Podcastokkal kiemelten foglalkozó híroldalak, pl. hirado.hu és m4sport.hu) fejlesztésével és népszerűsítésével.

2. 2. 7. A választott terjesztési platform indokainak ismertetése

A Podcastok elsődleges terjesztési platformja az online tér, azon belül is az ún. „host” oldalak, amelyek automatikusan frissítik Podcast válogatásukat a szolgáltató feltöltéseinek függvényében. Az elmúlt hónapok statisztikái alapján megállapítható, hogy az előzetes elképzeléseknek megfelelően a közmédia sikeresen szólított meg új célcsoportokat dedikált Podcast műsoraival, ugyanis az első hónapok havi néhány tízezres számaihoz képest az újabb műsorok indításával az összesített hallgatóság 2021. tavaszára megközelítette a havi százezres nagyságrendet.

Ezzel párhuzamosan azonban nem látszott csökkenés a kapcsolódó rádiós műsorok és a MédiaKlikken keresztül elérhető hasonló tartalmak iránti érdeklődésben, vagyis a közmédia összességében növelni tudta tartalmi elérését.

Az elérhető demográfiai adatok alapján ráadásul az a célkitűzés is megvalósult, hogy a közszolgálati médiaszolgáltató a Podcastokon keresztül szólítsa meg a fiatalabb generációkat.

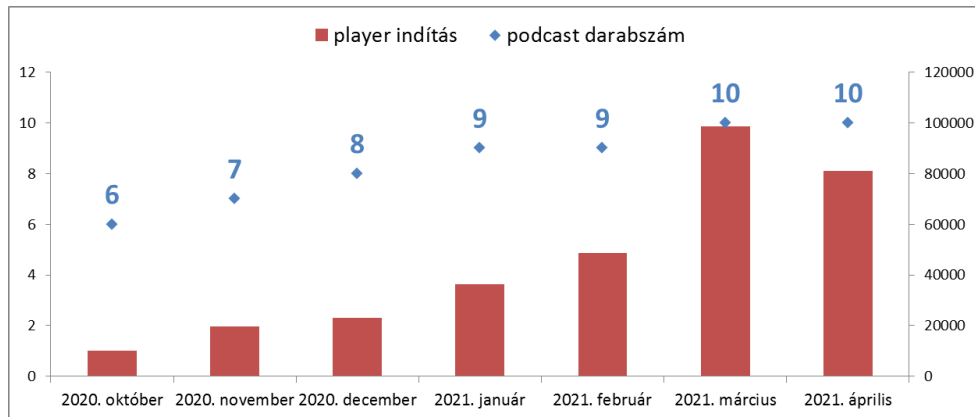
Jelenleg nem ismert olyan körülmény, amely indokolná a terjesztési platformok felülvizsgálatát, de szükséges a piac folyamatos nyomon követése és monitoringozása, hiszen az online felületek és a mobilapplikációk világában rövid időn belül gyors és meghatározó változások következhetnek be mind a piaci szereplők, mind pedig a tartalomfogyasztási szokások terén. A terjesztési stratégiának megfelelően, amennyiben megjelenik egy új, népszerű Podcast platform, a közszolgálati médiaszolgáltató számára indokolt, hogy tartalmaival megjelenjen rajta, a jelenlegi körülmények között azonban ez pusztán apró technikai módosításokat igényel.

2. 2. 8. Elérés

A Podcastokat megjelenítő, illetve ajánló felületeket és applikációkat böngészve egyre több témakörben, egyre változatosabb stílusú, tartalmú Podcasttal találkozhatunk. Egyenként vizsgálva őket, valószínűleg a hagyományos rádióhoz

még nem mérhető a hallgatottságuk, de az egyre gyarapodó lejátszási számokból arra következtethetünk, hogy egyre kiterjedtebb a Podcastok iránt érdeklődő közönség.

A közmédia 2020 őszén indította első Podcastjait, melynek megfelelően a statisztikák is ettől az időponttól állnak rendelkezésre. Az alábbi ábrán a Podcastok darabszámának és az általuk generált havi indításszámok tendenciái láthatók.

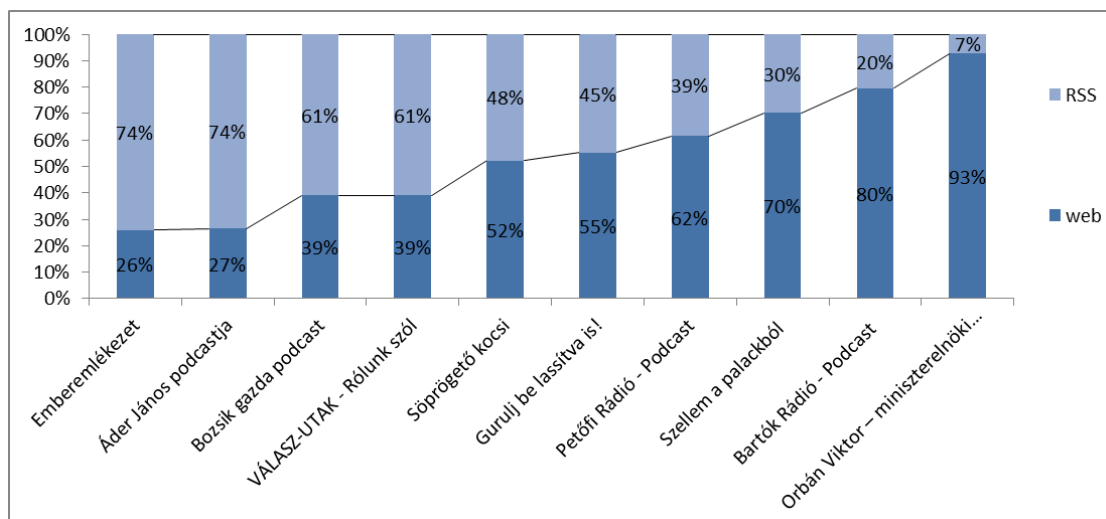


1. ábra

Jelenleg 10 különböző témájú Podcastot kínál a közmédia, a könnyűzenétől, a sporton keresztül a környezetvédelem, történelem, a közélet illetve a politika témaköréig – a teljesség igénye nélkül felsorolva. Az eddig eltelt nyolc hónap alatt több mint 317 ezer alkalommal hallgatták meg a közmédia valamelyik Podcastjának epizódját.

2. 2. 9. Megcélzott közönség

Jelenleg mind a 10 Podcast tartalom megtalálható a [Mediaklikk.hu/podcast](https://mediaklikk.hu/podcast) felületen és az összes nagyobb Podcastokat kínáló platformon is, a különböző platformokon más-más közönséget megcélözva. A [Mediaklikk.hu](https://mediaklikk.hu)-val (valamint az egyéb beágyazott Podcastokat tartalmazó oldalaival, például a hirado.hu és az m4sport.hu hírportálokkal) a Közszolgálati Médiaszolgáltató a közszolgálati rádiókat, online felületeket, műsorokat ismerőket, illetve a hagyományos fogyasztási forma mellett az új megoldásokra is nyitott hallgatókat célozza meg. A Podcast platformok használatával viszont azt a célcsoportot szeretné megszólítani a közmédia, akik a hagyományos csatornákon, például televízión vagy rádión keresztül nem – vagy csak ritkábban – fogyasztanak médiatartalmakat. Az egyes Podcast tartalmakat különböző arányban választják a fogyasztók a közmédia saját felületén, illetve a jelentős Podcast platformokon (Soundcloud és Spotify). Az alábbi ábra ezt az eltérést ábrázolja:



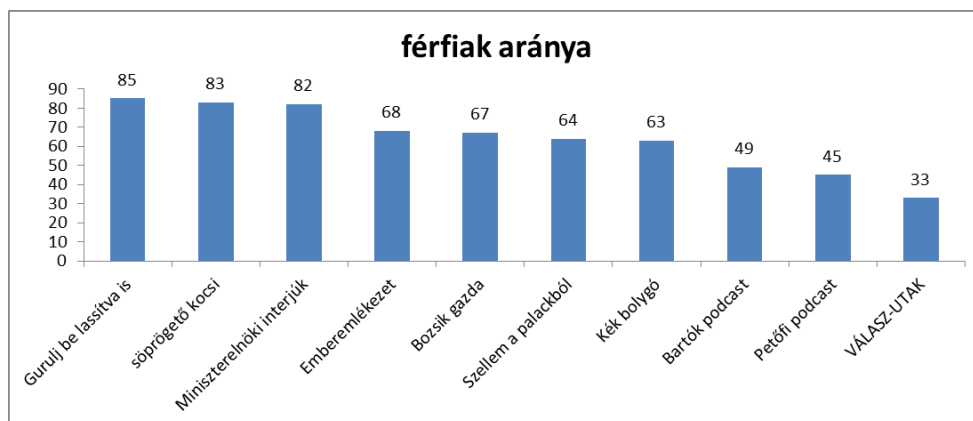
2. ábra

Az adatok alapján a legmagasabb „RSS” (tehát a közmédia szerveréről automatikusan frissülő Podcastok) hallgatottsági aránya az *Emberemlékezet* és a *Kék bolygó* Podcastoknak van, az általuk generált lejátszások háromnegyede a különböző Podcast platformokról származik. A lista másik végén a *Miniszterelnöki interjúk* és a Bartók Rádió válogatásaiból készült Podcastok, az *Édes Néném*, a *Zenélő Levelek* és a *Zeneszerzőnők* áll, ez utóbbi esetében csak minden ötödik hallgatás származik a közmédia sajátjától eltérő platformokról. A miniszterelnöki interjúk nagyon erősen kötődnek a Kossuth Rádióhoz és a MédiaKlikkhez, így nem meglepő, hogy ezen műsorok esetében a hallgatások mindössze 7%-a származik a különböző Podcast platformokról. Megjegyzendő továbbá, hogy összességében ez a Podcast generálja a legtöbb lejátszást, vagyis a saját felületek mellett igen jelentős a külső platformokon keresztül elért emberek száma is. Ráadásul a Spotify demográfiai adataiból kiolvasható, hogy az interjúk közönségében 62% a fiatalok aránya, vagyis ezen a módon olyan fogyasztókhoz is eljutnak a közmédia tartalmi, akiket egyébként a hagyományos felületeken keresztül nem tudott volna megszólítani.

Egy korábbi pontban már bemutattuk a tágabban megcélzott közönséget, ebben a fejezetben pedig a különböző Podcast platformokon keresztül elérhető közönség megoszlása látható.

A Spotify felületén a közmédia mind a 10 Podcast műsora elérhető, és a felület felhasználoiról demográfiai adatok is rendelkezésre állnak, amelyekből jól látható a nemzetközi kutatások alapján előre jelzett férfiak és a fiatalok magas aránya.

Az alábbi ábra a férfiak arányát mutatja a Podcastokat a Spotify felületén keresztül fogyasztók körében. Az egyéb felületekhez hasonlóan a sport tematikájú adásoknál 80% fölötti a férfiak aránya, a miniszterelnöki interjú hallgatói körében ezeken a platformokon azonban minden öt hallgatóból négy férfi, ami már lényeges eltérés a műsort a Kossuth Rádióban hallgatók demográfiai megoszlásától.



3. ábra

A Bartók Rádió hagyományos hallgatótáborának 40%-a férfi (2021. első negyedév alapján), míg a Spotify felületén ennél magasabb, összesen 49% a férfiak aránya. A Petőfi Rádió heti hallgatóinak megoszlása korban nagyon hasonlít a rádióhallgatók teljes társadalmi megoszlásához, az 56%-uk 50 évesnél fiatalabb, míg a Spotify felületén a válogatott tartalmak lejátszásának 63%-a 35 évnél fiatalabb generációktól származik.

A Spotify adataiból a korábban említett magas „végigjátszási ráta” is jól látható, a Podcast epizódok túlnyomó többségénél igen magas, akár 70% fölötti végighallgatási aránnyal találkozhatunk.

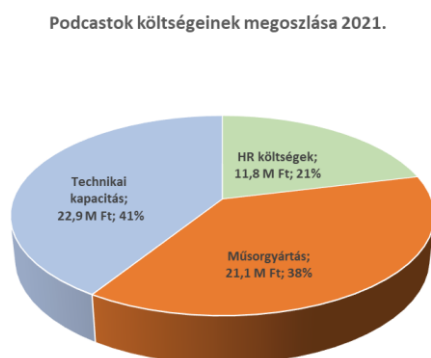
2. 2. 10. Más szolgáltatásoktól való eltérés

A Podcast sajátossága, hogy nem egyszerűen formátumot vagy tartalomtípust jelent, hanem egy önálló terjesztési módot is egyben. Podcast formátumú hanganyagot több különböző felületen keresztül is elérhetővé lehet tenni, de vannak dedikált Podcast platformok is, amelyek használata olcsó, praktikus és bejáratott, ezért ezeket nem lehet teljes mértékben helyettesíteni vagy megkerülni. Fentiekre tekintettel kijelenthető, hogy a Podcastok elindításával a közmédia nem csupán új tartalomtípust gyárt, hanem belép egy olyan új „piacra”, amely kiegészíti a már kipróbált, hagyományos csatornákat és felületeket, ennél fogva a Podcastok szervesen illeszkednek a közmédia változatos szolgáltatásainak rendszerébe.

A közmédia gazdag és választékos kínálatával más magyar szereplő nehezen tud versenyezni, így sokszínűségben, változatosságban mindenképp az egyik legjelentősebb szereplővé tud válni a Podcastok piacán. Szintén versenyelőnyt jelentenek a már rendelkezésre álló technikai és szakmai kapacitások, amelyek segítségével minimális ráfordítással könnyedén előállíthatók a broadcast adásból utólag összevágott műsorok. A professzionális háttér a kifejezetten online felhasználásra készülő Podcastok esetében is kulcsfontosságú, hiszen ez teszi lehetővé a kimagasló minőségű tartalmak előállítását.

2. 2. 11. Költségek, ár/érték arány

A Podcastok költségei 2021-ben összesen várhatóan bruttó 55,7 millió forintot tesznek ki. A költségek összetételét az alábbi diagram szemlélteti:



Podcast neve	Rendszeresség	Éves költségek	Éves soundcloud
Talpra Magyar	heti műsor	2 432 031	35 660
Minek nevezzetek	heti műsor	2 432 031	
Kék bolygó	kéthetente	1 298 088	35 660
Orbán Viktor	heti műsor	98 458	35 660
Válasz utak	heti műsor	411 317	-
Emberemlékezet	heti műsor	4 278 586	-
Bozsik gazda	kéthetente	478 810	-
Édes Néném	kéthetente	104 723	35 660
Zeneszerzőnők	egyedi	515 494	
Zenélő levelek	heti műsor	209 445	-
Gurulj be lassítva is	heti műsor	11 454 738	35 660
Söprögető kocsi	heti műsor	11 454 738	35 660
Szellem a palackból	heti műsor	20 319 551	35 660
Összesen		55 488 009	249 620

4. ábra

Az éves ráfordítás magában foglalja a Podcastok előállításához szükséges belső humán- és technikai erőforrások költségeit, valamint a külső partnereknek fizetendő szerződéses díjakat, illetve a műsorgyártás költségét.

A Podcastok egy része – mint a *Talpra Magyar* vagy a *Minek nevezzetek* – tartalmilag a rádiós hanganyagokra épül. Az ezek előállításához kapcsolódó költségek a rádiós műsorok ráfordításai között jelenik meg.

Az online terület saját gyártású (vagy összeállítású) Podcastjai esetében az online szerkesztők, valamint a műsorvezetők költsége kapcsolódik még a műsorokhoz.

Jelenleg a közmédia egyetlen Podcastja készül csupán külső gyártói szerződés keretében, *Szellem a palackból* címmel.

A műsorgyártás költségei között található még a különböző Podcast platformok (pl. Soundcloud) éves előfizetői díjait is, melyek éves szinten 700 EUR körüli összeget tesznek ki. A Podcastok gyártása és elkészítése a fentiekén túl további ráfordítást nem igényel.

2. 3. Értékelés, összefoglalás

2. 3. 1. A médiaszolgáltató saját értékelése a szolgáltatás közszolgálati értéke kapcsán

A Közszolgálati Médiaszolgáltató a saját gyártású Podcastokkal egyrészt szeretné szélesíteni az elérhető tartalmi választékot, másrészt a fiatalok által (is) kedvelt formátumban és felületeken kívánja ezeket hozzáférhetővé tenni. Ez a két kezdeti célkitűzés sikerrel teljesült, mivel olyan új Podcastok jelentek meg, amelyek környezetvédelemmel, történelemmel, borászattal, sporttal vagy akár komolyzenével kapcsolatos témákat dolgoznak fel, ezek a Podcastok pedig

elérhetővé váltak a fiatalok által közkedvelt platformokon, így többek között a Spotify és a Soundcloud felületein is.

A jövőbeli tervek még ennél is nagyratörőbbek, az eddigi politikai, közéleti, valamint sporttal és történelemmel foglalkozó Podcastok mellett a közmédia új kulturális, ismeretterjesztő vagy akár a fiataloknak szóló e-sport, illetve extrém sport tematikájú Podcastok készítését is tervezi.

A Podcastok piaca Magyarországon az elmúlt évek jelentős fejlődését követően óriási lehetőségek előtt áll, mivel a Podcastok iránti kereslet jóval gyorsabban nő, mint a kínálat. A növekedéshez a fiataloknak az olvasás irányából az audiovizuális és rádiós tartalmak irányába történő elmozdulása is hozzájárul (a hangoskönyvek népszerűségének növekedése is ezt a tendenciát erősíti). Amennyiben a lineáris rádiós műsorkészítés évtizedes magas minőségi és tartalmi hagyományait a közmédia alkalmazni tudja a Podcastok piacán is, akkor hamarosan az egyik legjelentősebb szereplővé válhat, mivel technológiai és kreatív adottságai a piac általános attribútumai fölé pozícionálják.

A következő években a közmédia feladatai közé tartozik a sajátgyártású Podcastok napi lejátszás számának növelése. Mivel az online felületek jelentősen több felhasználói adatot biztosítanak, így a jövőben ezek elemzésével és feldolgozásával lehetővé válik a célcsoportok elvárásaihoz jobban illeszkedő tartalom előállításának is.

2. 3. 2. A közszolgálati érték-vizsgálat szempontjainak való megfelelés

A fenti szolgáltatás-leírásban bemutatott Podcastok olyan internetes terjesztésű, lekérhető médiaszolgáltatások, amelyek a meglévő technikai feltételek mellett a lakosság legszélesebb körében ingyenesen hozzáférhetőek. Műsorkínálatuk a könnyed, szórakoztató tartalmaktól a kulturális értelemben átfogó, az érdeklődési körök és értékrendek széles spektrumát bemutató exkluzív tartalmakig terjed, mellyel gyakorlatilag minden szegmensét lefedik a társadalmat nagy arányban foglalkoztató témáknak.

A Podcastok megfelelnek a kor által elvárt magas minőségi követelményeknek, és a digitális felületek optimális kihasználásával a lehető legszélesebb körben tudják érdekes és értékes tartalmakkal szolgálni a fogyasztókat.

A Podcastok tematikája, tartalma és hallgatóbázisa alapján megállapítható, hogy azok maximálisan megfelelnek a médiatörvényben meghatározott közszolgálati céloknak és alapelveknek, azok sokszínűen gazdagítják a magyar médiapiacot.

A közszolgálati médiaszolgáltató Podcastjainak legfontosabb feladata a könnyed szórakoztatás, a sokszínű, gazdag választékú, többféle értékrendet bemutató témák feldolgozása, valamint a nemzeti összetartozás és a társadalmi integráció elősegítése a nemzeti kultúra bemutatásán keresztül.

Célközönsége a feldolgozott témák sokrétűségének köszönhetően igencsak heterogén, ráadásul a technológia fejlődés ütemével megegyezően folyamatosan

újabb és újabb fogyasztói csoportok találják meg maguknak a Podcastokat, így közönsége az elkövetkező években várhatóan tovább fog gyarapodni.

Figyelemmel az egyre növekvő népszerűségekre és a feldolgozott témák szerteágazóságára, a Podcastok tartalomkínálatának értékessége nem lehet kérdéses.

2. 3. 3. Összegzés

Vitathatatlan, sokéves trend a Podcastok népszerűségének globális növekedése, és a statisztikák szerint Magyarországon is egyre populárisabb ez a műfaj. A hazai piac évről évre növekszik, és a legnépszerűbb tartalmak között a – sokszor amatőr háttérrel készülő – kisebb műsorok mellett egyre nagyobb számban jelennek meg a nagy médiavállalatok professzionális háttérű, sajátgyártású műsorai.

A közmédia a médiapiaci folyamatokra és a fogyasztási szokások átalakulására reagálva, új online stratégiájának részeként 2020. őszére markáns jelenlétet tudott kiépíteni a Podcastok piacán, amelyet a következő hónapokban sikeresen bővített tovább. Az elérési adatok és statisztikák alapján kedvező dinamika rajzolódik ki, amelynek jövőbeni fenntartásához szükséges a portfólió további bővítése, új tematikájú műsorok indítása és a meglévők folyamatos fejlesztése.

A Podcastok hallgatóbázisát a kutatások szerint egy olyan speciális és fiatal közönséget alkotja, amely a hagyományos csatornákon, például televízión vagy rádión keresztül kevésbé fogyaszt médiatartalmakat, vagyis a közmédia számára kihívást jelenthet az elérésük. Azáltal, hogy a közszolgálati médiaszolgáltató markánsan megjelent a Podcastok piacán, bizonyíthatóan sikerült áttörést elérnie ennek a különleges célcsoportnak a megszólításában, ezáltal megismerhették a magas minőséget képviselő, közszolgálati értéket közvetítő tartalmakat.

A már rendelkezésére álló szakmai háttérével és professzionális infrastruktúrájával, valamint a megfogalmazott jövőbeli tervek végrehajtásával a közmédia képes lehet arra, hogy a magyar Podcastok piacának legváltozatosabb tematikájú és leggazdagabb műsorokat kínáló, vezető szereplőjévé váljon.

3. A KÖZSZOLGÁLATI ÉRTÉK-VIZSGÁLAT FŐBB ELEMEINEK BEMUTATÁSA

3. 1. A közmédia hazai szabályozása

Magyarországon a közszolgálati média- és hírszolgáltatás biztosítására, függetlenségének védelmére az Országgyűlés létrehozta a Közszolgálati Közalapítványt, ami a közszolgálati médiával szemben támasztott célok és alapelvek érvényesüléséért felelős Közszolgálati Médiaszolgáltató (azaz a Duna Médiaszolgáltató nZrt.) tulajdonosa.

A közszolgálati médiaszolgáltatás törvényben rögzített alapelvei (Mttv. 82. §):

- a)* az államtól és a gazdasági szereplőktől függetlenül működik, a közszolgálati médiaszolgáltató vezetői és a tevékenységében részt vevők – a jogszabályok nyújtotta keretek között – szakmai autonómiát élveznek,
- b)* rendszere biztosítja az elszámoltathatóságot és a társadalmi felügyelet megvalósulását,
- c)* működésének biztosítása elsősorban a Magyarországon élők közös áldozatvállalásával, állami finanszírozás mellett történik,
- d)* tevékenysége nem irányulhat elsősorban nyereségszerzésre.

A közszolgálati médiaszolgáltatás céljai (Mttv. 83. § (1) bekezdés):

- a)* a társadalmi és kulturális értelemben átfogó médiaszolgáltatás nyújtása, amely a lehető legtöbb társadalmi réteghez és kulturálisan elkülönülő csoporthoz, illetve egyénhez kíván szólni,
- b)* a nemzeti, a közösségi, az európai identitás, a kultúra és a magyar nyelv ápolása, gazdagítása,
- c)* a nemzeti összetartozás és a társadalmi integráció elősegítése, illetve megerősítése, valamint a házasság intézményének és a család értékének tiszteletben tartása,
- d)* az alkotmányos jogoknak, a törvényes rend alapértékeinek és a demokratikus társadalmi rend szabályainak megismertetése, támogatása,
- e)* nemzetiségek, vallási közösségek valamint egyéb közösségek médiával szemben támasztott igényeinek kielégítése, kultúrájának bemutatása, a nemzetiségek anyanyelvének ápolása,
- f)* az életkoruk, testi, szellemi vagy lelki állapotuk, társadalmi körülményeik következtében súlyosan hátrányos helyzetben lévő csoportoknak, valamint a fogyatékkal élőknek a médiaszolgáltatásokkal szemben támasztott sajátos igényeinek kielégítése,
- g)* a határon túli magyarság kulturális igényeinek szolgálata, nemzeti önazonosságuk és anyanyelvük megőrzésének elősegítése, az anyaországgal való szellemi kapcsolattartásuk lehetővé tétele,
- h)* a kiskorúak testi, lelki és erkölcsi fejlődését, érdeklődését szolgáló, ismereteit gazdagító műsorszámok, valamint a gyermekvédelem céljait szolgáló ismeretterjesztő, felvilágosító műsorszámok közzététele,
- i)* oktatási és ismeretterjesztő feladatok ellátása, az új tudományos eredmények bemutatása,
- j)* az egészséges életmódot, a környezetvédelmet, a természet- és

tájékoztatást, a közbiztonságot, a közlekedésbiztonságot elősegítő ismeretek terjesztése,

k) Magyarország, illetve a Kárpát-medence különböző területeinek társadalmi, gazdasági, kulturális életét megjelenítő műsorszámok bemutatása,

l) Magyarország és a magyar kultúra, illetve a Magyarországon élő nemzetiségek kultúrájának bemutatása Európa és a világ számára,

m) kiegyensúlyozott, pontos, alapos, tárgyilagos és felelős hírszolgáltatás, valamint tájékoztatás,

n) az egyes eltérő vélemények ütköztetése, a közösség ügyeivel kapcsolatos viták lefolytatása, a megbízható tájékoztatáson alapuló, szabad véleményalkotáshoz való hozzájárulás,

o) sokszínű, gazdag választékú, többféle értékrendet bemutató műsorok közzététele, színvonalas szórakoztatás, nagy érdeklődést kiváltó műsorszámok bemutatása,

p) a műsorfolyam minden elemében minőségi műsorkészítés megvalósulása, a médiapiaci versenyben való ésszerű és indokolt részvétel.

A Közzolgálati Médiaszolgáltató feladata a közzolgálati médiaszolgáltatás törvényben meghatározott céljainak megvalósítása; e feladatának a közzolgálati médiaszolgáltatások tevékenységeinek összehangolásával tesz eleget (Mttv. 98. § (1) bekezdés).

A Közzolgálati Médiaszolgáltató feladatainak ellátását az MTVA törvényben meghatározott forrásaiból támogatja, erre irányuló megrendelésre elvégzi médiatartalmainak készítését, beszerzését, megvásárlását, valamint a közzolgálati médiaszolgáltatáshoz szükséges egyéb tevékenységét. A Közzolgálati Médiaszolgáltató – közzolgálati céljainak elősegítése érdekében – vállalkozási tevékenységet végezhet. Nyereségét kizárólag a közzolgálati médiaszolgáltatás végzésére vagy fejlesztésére használhatja fel (Mttv. 108. § (1) és (9) bekezdések).

A Közzolgálati Médiaszolgáltató költségvetése az MTVA költségvetésében szerepel, amelyet az Országgyűlés a központi költségvetéstől elkülönült, önálló törvénnyel hagy jóvá, minden tárgyévet megelőzően.

3. 2. A közzolgálati érték-vizsgálat hazai szabályozása

A Közzolgálati Médiaszolgáltató szolgáltatásainak közzolgálati jellegét és értékét, valamint a médiapiac sokszínűségére gyakorolt hatását köteles megvizsgálni és ellenőrizni (Mttv. 100/B. §):

„(1) A közzolgálati médiaszolgáltató szolgáltatásainak közzolgálati jellegét és értékét, valamint a médiapiac sokszínűségére gyakorolt hatását köteles megvizsgálni és ellenőrizni.

(2) A közzolgálati érték vizsgálatának részletszabályait szabályzatban kell rendezni, amelyet valamennyi, az eljárásban érintett szervezet vagy testület

közösen fogad el, a közszolgálati médiaszolgáltató kezdeményezésére és koordinációja mellett.

(3) A (2) bekezdés szerinti szabályzat megalkotása és valamennyi módosítása során figyelemmel kell lenni e törvény rendelkezéseire, a Kódex előírásaira, valamint az Európai Unió és az Európa Tanács vonatkozó ajánlásaira, előírásaira.”

A közszolgálati érték-vizsgálat lefolytatására irányuló Eljárás részletszabályait a Szabályzat tartalmazza.

Az Eljárást az újonnan indítani kívánt szolgáltatások és a jelentős mértékben módosított, már meglévő szolgáltatások esetében minden esetben, a meglévő szolgáltatások tekintetében pedig meghatározott időközönként le kell folytatni.

3. 3. A közszolgálati érték-vizsgálat lefolytatásáért felelős testület

Az Eljárás lefolytatása a Testület feladata.

A Testület háromtagú, egy-egy tagját a Közszolgálati Testület, a Közszolgálati Közalapítvány kuratóriuma, valamint a Médiatanács saját tagjai közül – ide nem értve e testületek elnökeit – delegálja. A Testület elnöki tisztségét a Médiatanács által delegált tag tölti be.

A Testület döntésével szemben előterjesztett jogorvoslati kérelmet a Másodfokú Testület bírálja el, amelynek tagjai az előző pontban említett három szerv elnöke.

Az Eljárás lefolytatásában – a Testület mellett – az alábbi szervek érintettek:

- a) a Közszolgálati Médiaszolgáltató,
- b) az MTVA,
- c) a Közszolgálati Testület,
- d) a Közszolgálati Közalapítvány kuratóriuma,
- e) a Médiatanács,
- f) a Médiatanács rendelkezése szerint meghatározott szervezet, valamint
- g) a Gazdasági Versenyhivatal.

3. 4. A közszolgálati érték-vizsgálat tárgyi hatálya

Az Eljárás lefolytatása a Közszolgálati Médiaszolgáltató, illetve a Közszolgálati Médiaszolgáltató vagy jogelődjei megbízásából más által nyújtott vagy jövőben nyújtani kívánt alábbi szolgáltatás-típusokat érinti:

- a) lineáris audiovizuális médiaszolgáltatások,
- b) lineáris rádiós médiaszolgáltatások,
- c) lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások
- d) lekérhető rádiós médiaszolgáltatások
- e) internetes sajtótermékek,
- f) nyomtatott sajtótermékek,

g) az *a)–f)* pontok alá nem sorolható, önálló szolgáltatásnak minősülő internetes tartalomszolgáltatások.

Az Eljárást az előző pontban felsorolt szolgáltatások tekintetében az alábbi esetekben nem szükséges lefolytatni:

- a)* a három hónapnál rövidebb ideig nyújtott szolgáltatások esetében,
- b)* amelyek esetében az eljárás költsége aránytalan mértékben meghaladja a szolgáltatás várható költségeit,
- c)* új szolgáltatás esetében, amely egy évre eső költsége nem éri el az MTVA törvényben elfogadott, a szolgáltatásindítás tervezett dátumát megelőző évre vonatkozó éves költségvetésének legalább 3%-át,
- d)* meglévő szolgáltatások olyan módosítása, amelynek végrehajtása jogszabályváltozás miatt kötelező,
- e)* meglévő szolgáltatások új terjesztési platformokon történő megjelenése esetén,
- f)* meglévő szolgáltatások arculatának módosítása esetén, ha a módosítás nem érinti jelentős mértékben a szolgáltatás révén a közönséghez közvetített tartalmat.

Az újonnan indítani kívánt internetes tartalomszolgáltatások esetében az eljárás nem mellőzhető.

Az Eljárás lefolytatásához szükséges infrastrukturális háttér biztosítása, illetve az ahhoz szükséges egyéb költségek az MTVA-t terhelik.

3. 5. Az Eljárás megindítása és menete már működő szolgáltatás esetén

A Testület minden év február 15-ig, a Szabályzat hatályba lépésének évében május 31-ig kijelöli az adott évben vizsgálandó, már meglévő – jelentősen módosítani nem kívánt – szolgáltatások körét. Az adott évben vizsgálandó szolgáltatásokra a Közszolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatója minden év január 31-ig – a Szabályzat hatályba lépésének évében május 15-ig – közösen javaslatot tehet, amelytől a Testület indokolási kötelezettség nélkül eltérhet. A Testület az adott évben vizsgálandó szolgáltatások körét megállapító döntéséről 8 napon belül tájékoztatja a Közszolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatóját.

A meglévő szolgáltatás vizsgálatát a Testület rendeli el, és döntéséről 8 napon belül értesíti a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatóját, egyúttal felkéri, hogy a szolgáltatás-leírást az értesítést követő 30 napon belül nyújtsa be a Testület elnöke számára.

Amennyiben a Testület úgy találja, hogy a szolgáltatás-leírás nem tartalmazza hiánytalanul a Szabályzatban felsorolt kötelező tartalmi elemeket, vagy a szolgáltatás-leírás kapcsán egyéb kérdés, észrevétel merül fel, úgy kiegészítést kérhet írásban a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatójától.

Az Eljárást 80 napon belül le kell folytatni. A határidő az Eljárás megindításról szóló döntés meghozatalát követő napon kezdődik, és egy alkalommal, indokolt esetben, a határidő lejártát megelőzően a Testület döntése alapján legfeljebb 20 nappal meghosszabbítható.

3. 6. A vizsgálat tárgya és döntés már működő szolgáltatás esetén

Az Eljárás meglévő szolgáltatások vizsgálata esetében egyetlen részből áll, ennek során a Testület értékeli a szolgáltatás által képviselt közszolgálati értéket. Az eljárás során értékelendő szempontok részletes leírását a Szabályzat tartalmazza.

Az Eljárás befejeztével a Testület kétféle döntést hozhat:

- a) jóváhagyja a szolgáltatás eredeti feltételekkel történő további folytatását;
- b) módosításokat javasol a szolgáltatás tartalmában.

A döntés megszületését követően az abban foglaltakról a Testület haladéktalanul tájékoztatja a Közszolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatóját.

Amennyiben a Testület módosításokat javasol a szolgáltatás tartalmában, a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatója a döntést követő egy év letelte után, 30 napon belül köteles tájékoztatót benyújtani a Testületnek, amelyben ismerteti a javasolt módosítások végrehajtását, vagy a javaslatok figyelmen kívül hagyásának részletes indokait, okait.

A Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatója az Mttv. 97. § (8) bekezdése alapján a Közszolgálati Testület számára benyújtandó beszámolóban, jól elkülönülten, önálló fejezetben köteles kitérni a Testület döntéseiben foglalt megállapításokra, illetve az azokkal kapcsolatos saját álláspontjára.

3. 7. Konzultáció és médiakutatás meglévő szolgáltatás vizsgálatakor

A Testület meglévő szolgáltatásokkal kapcsolatosan lefolytatott Eljárás során a Közszolgálati Testülettel konzultációt folytat, továbbá a Gazdasági Versenyhivataltól, a médiaszolgáltatók, sajtótermékek kiadói és közvetítő szolgáltatók érdekképviselői-szakmai szervezeteitől szükséges esetben véleményt, állásfoglalást kérhet.

A konzultációt a Testület kezdeményezi; az ennek során beérkezett információkat az állásfoglalása meghozatala során figyelembe veszi.

Az Eljárás lefolytatása során a Testület médiakutatási adatokat is vizsgál.

A felhasznált médiakutatási adatoknak reprezentatív kutatásból kell származnia, amely nem csak a közszolgálati média meglévő közönségét célozza, hanem a társadalom egésze véleményének összegyűjtésére kell törekednie.

A konzultációk és a médiakutatás eredményeit a Testület gyűjti össze és elemzi, az eredményeket beépíti az állásfoglalásába.

3. 8. A javaslatban foglaltak közszolgálati értékének vizsgálata

Az Eljárás a szolgáltatás által képviselt közszolgálati értéket hivatott mérni.

A közszolgálati érték meghatározásakor a következő szempontokra tekintettel kell a vizsgálatot elvégezni:

- a közönség elérése,
- a tartalom univerzális (széles körnek szóló) jellege,
- a tartalom hatása, az általa elérhető eredmény,
- a tartalom minősége,
- a tartalom értékessége,
- a tartalom innovatív jellege,
- a tartalom megfelelő ár-érték aránya (költséghatékonyság),
- a közszolgálati médiaszolgáltatás törvényi céljaival való összhang.

A) A közönség elérése

Az adott szolgáltatás által elért közönségarány (*share*) vagy közönség általi elérése (*reach*) minden esetben vizsgálendő. Ennek során figyelemmel kell lenni arra, hogy a közszolgálati média olyan műsorainak, amelyek kifejezetten egy társadalmi kisebbség számára készülnek (vallási, nemzetiségi műsorok), a célzott közönséget kell elérniük, és nem feltétlenül törekednek jelentős nézőszámra. Ennek a szempontnak a keretein belül azt is szükséges mérni, hogy egy műsor mennyire éri el a célzott közönségét.

B) A társadalom azon tagjainak aránya, akiket a közmédia megfelelően kiszolgál (univerzális jelleg)

Ennek felmérése során fontos, hogy a „társadalom tagjai” közül azonosításra kerüljön az a kör, amelyet egy adott szolgáltatás meg tud szólítani (pl. életkori csoport, származás vagy hitbeli meggyőződés alapján szerveződő csoport). A közszolgálati médiaszolgáltatás célja, hogy szolgáltatásainak összessége olyan legyen, amely a társadalom valamennyi csoportja számára kínál vonzó tartalmat. A vizsgált szolgáltatást abból a szempontból kell felmérni, hogy mennyire szolgálja ezt a célt, olyan közönség számára szól-e, amelynek igényei korábban háttérbe szorultak, bővíti-e azt a kört, amelyet a közszolgálati média korábban meg tudott szólítani stb.

C) A tartalom hatása, a szolgáltatás által elért eredmény

A tartalom hatása például az alábbi szempontok szerint mérhető:

- mennyire emlékeznek egy-egy műsorra,

- mennyiben befolyásolta egy-egy műsor a társadalmi életet, lehet-e ok-okozati összefüggést felállítani a műsor közzététele és annak változása között,
- egy adott műsor által elnyert díjak,
- a szolgáltatással kapcsolatban közzétett kritikák tartalma.

E szempont kizárólag a meglévő, jelentősen módosított szolgáltatás vizsgálatakor értékelendő.

D) A tartalom minősége

Az eljárásnak biztosítania kell a szubjektív egyéni nézőpontok kiegyenlítését, és a lehető legnagyobb mértékben objektíválnia a minőségi, értékességi szempontú felmérést. A minőségbeli döntések maguk is sokfélék lehetnek, és az alábbi szempontok figyelembe vételét követelik meg:

- a gyártási folyamat minősége és professzionalizmusa – a megalapozott szakemberi döntések és a mérhető magas szakmai színvonal hozzájárul a tartalom minőségéhez,
- a tartalom technikai jellemzői,
- a közönség felfogása a minőségről – a közönség által minőséginek tekintett tartalmak figyelembe vétele fontos szempont lehet, de ügyelni kell rá, hogy a közönség nem minden tagja, és nem minden esetben hoz megalapozott döntéseket e kérdésben,
- a tartalom és az individuum – a minőség meglétére utalhat, ha a tartalom hozzájárul az egyén képességeinek fejlesztéséhez, nézőpontjának tágításához, személyiségének kiterjesztéséhez.

E) A tartalom értékessége

A közszolgálati média egyik feladata, hogy hosszú távon is érvényes értékeket mutasson fel, értékes műsorokat tegyen közzé. A közszolgálati média háromféle értéket hordozhat a társadalom tagjai számára. Ezek: egyéni (individuális) érték, állampolgári (közösségi) érték, gazdasági érték. Ezek közül – a vizsgált szolgáltatás szempontjából – az első kettőt a közszolgálati érték-vizsgálat során kell felmérni, a harmadikat pedig a médiapluralizmus-vizsgálatban.

a) Egyéni (individuális) érték

Vizsgálati szempontok: milyen előnye származik az egyéneknek abból, ha követik a közmédia tartalmait? Milyen módon és mértékben ismerik fel űk ezen előnyöket, ha egyáltalán felismerik? Hajlandóak lennének-e fizetni egy-egy szolgáltatásért? Ha igen, mennyit?

b) Állampolgári (közösségi) érték

Ennek során azt kell vizsgálni és értékelni, hogy az érintett szolgáltatás vonatkozásában megvalósulnak-e az alábbi követelmények:

- hozzájárulás az állampolgárok tájékozottságához, pontos, időszerű és kiegyensúlyozott hírszolgáltatás révén,

- a közéleti vita kiszélesítése egy-egy társadalmi, politikai vagy más közéleti kérdésben,
- kulturális tartalmak közvetítése, a kulturális örökség megőrzése és gazdagítása.

F) A tartalom innovatív jellege

A közmédiának – az Mttv. által is előírt módon – kiemelt szerepe van az új technikák innovatív alkalmazásában, az új típusú szolgáltatások indításában, ez is vizsgálendő a szolgáltatás közszolgálati értéke kapcsán.

G) A tartalom megfelelő ár-érték aránya

A köz általi finanszírozásból, az ebből eredő elszámoltathatósági elvárásból, illetve az Európai Unió állami támogatásokra vonatkozó szabályaiból is egyértelműen következik, hogy a közmédia finanszírozása nem lépheti túl azt a mértéket, amely a számára kijelölt célok eléréséhez szükséges. Az ár-érték arány természetesen nem a közmédia támogatásának teljes összegére és a teljes tartalom (műsorfolyam) egybevetésére vonatkozik, hanem az egyes szolgáltatások költségeire és azok megfelelő értékére.

H) A közszolgálati médiaszolgáltatás törvényi céljaival való összhang

A vizsgálat során értékelni kell, hogy a szolgáltatás hogyan járul hozzá a törvényben, és az Mttv. 82–83. §-ában, valamint a Közszolgálati Kódexben felsorolt közszolgálati célokhoz, és ezáltal milyen közszolgálati értéket képvisel.

3. 9. A vizsgálat alapjául szolgáló dokumentumok

A vizsgálat során a Testület a következő információkra támaszkodhat:

- a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatója által benyújtott szolgáltatás-leírásra,
- a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatójának címzett kérdésekre adott írásbeli válaszokra,
- a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatójának személyes meghallgatására,
- korábban elvégzett mediakutatások eredményeire,
- közvélemény-kutatásokra,
- a konzultációk eredményeire,
- a Közszolgálati Testülettel, valamint a médiapiac érdekképviselői-szakmai szervezeteivel folytatott konzultáció eredményére,
- magyar és külföldi (pl. az EBU felől érkező), független szakértői véleményekre.

A szolgáltatás-leírásnak az alábbi kérdések bemutatására kell kiterjednie:

- a)* a szolgáltatás hogyan, milyen módon felel meg a közszolgálati céloknak, figyelembe véve a Közszolgálati Médiaszolgáltatóval szemben megfogalmazott törvényi követelményeket,
- b)* a szolgáltatás által elérni kívánt célok világos megfogalmazása,
- c)* a szolgáltatás arculata, célja, célközönsége,
- d)* a szolgáltatás hogyan járul hozzá a szerkesztői versenyhez, pluralizmushoz,
- e)* a szolgáltatás összefoglalója, koncepciója (tartalom, cél, közönség általi elérhetőség, törvényi követelményekkel való összhang, költségek),
- f)* annak rögzítése, hogy a szolgáltatás közszolgálati értékének és a médiapluralizmusra gyakorolt hatásának az elemzéséhez a benyújtó megítélése szerint milyen kutatások lefolytatása, elemzések elvégzése szükséges,
- g)* a szolgáltatás teljes bekerülési költsége,
- h)* új szolgáltatás esetén az indítás tervezett időbeli ütemezése,
- i)* a szolgáltatás tartalmának meghatározott jellemzők (pl. műfajok, műsorszámok, célközönség) szerinti bontásban történő bemutatása, jellemzőinek ismertetése,
- j)* jelentősen módosítani tervezett szolgáltatás esetén minden olyan módosulás leírása, amely érinti a közzétett tartalmak jellegét, a szolgáltatás profilját.

A Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatójának címzett kérdésekre adott írásbeli válaszai, illetve személyes meghallgatása során tett nyilatkozatai, észrevételeinek elsődlegesen a szolgáltatás-leírás alapján nem világos vagy egyértelmű kérdések tisztázására, kiegészítésére kell szorítkoznia.

Az M5 audiovizuális médiaszolgáltatás közszolgálati érték-vizsgálatára irányuló Eljárásban a Testület a következő kutatásokra, információkra támaszkodott:

- a Közszolgálati Médiaszolgáltató által a Testületnek benyújtott szolgáltatás-leírás;
- a Közszolgálati Médiaszolgáltató és az MTVA vezérigazgatójának írásbeli kiegészítései a szolgáltatás-leíráshoz;
- A hallássérültek nézők számára akadálymentesített műsorszámokkal kapcsolatos törvényi előírások ellenőrzése (2021. első félév). NMHH Médiatanácsa, 2021.

3. 10. Az információk bizalmas kezelése

Az Eljárás során a Testület tagjai a Szabályzatban foglaltaknak megfelelően bizalmasan kezelik a tudomásukra jutott információkat, a Közszolgálati Médiaszolgáltató vezérigazgatóján keresztül elősegítik a szükséges dokumentumok nyilvánosságra kerülését, biztosítják az üzleti és egyéb védett titkok megőrzését.

A Testület eljárása során függetlenül, a vizsgálat alapjául szolgáló dokumentumok és információk felhasználása révén, a Szabályzatban foglalt alapelveknek megfelelően jár el.

4. AZ ONLINE SZOLGÁLTATÁSOKRA VONATKOZÓ SZOLGÁLTATÁS-LEÍRÁS VIZSGÁLATA

Jelen pont a Testület által elvégzett közszolgálati érték-vizsgálat eredményét foglalja össze.

4. 1. Médiapiaci áttekintés

2. 1. 2. A szolgáltatás piaci környezete

Mostanra a Podcastok magyarországi piacán a kisebb, amatőrként induló szereplők mellett aktív jelenlétet alakítottak ki a jelentősebb médiaszolgáltatók is. Jellemző tendencia, hogy a nagyobb elérésű rádiócsatornák (pl. Rádió 1, Retro Rádió stb.) legnépszerűbb beszélgetős műsorait az adásba kerülés után, esetenként utómunkálatokat követően Podcast formájában is elérhetővé teszik. A rádiós háttér azonban nem elengedhetetlen feltétel, számos olyan szolgáltató indított Podcastot az elmúlt években, amelyek korábban nem rendelkeztek hagyományos rádiós kapacitásokkal, az innovációs trendeket követve viszont stúdiókat alakítottak ki kifejezetten erre a célra.

Magyarország leghallgatottabb műsorai között egyaránt megtalálhatóak olyanok, amelyek online-first (vagyis elsődlegesen online felhasználásra készített) vagy kifejezetten online-only (vagyis kizárólag online felhasználásra készített) stratégiájú Podcastok, valamint olyanok is, amelyek először a hagyományos, élő műsorokban kerültek bemutatásra valamelyik rádiós médiaszolgáltatásban, és csak utólag kerültek ki önálló Podcastként az online platformokra.

A felhasználók a Podcastokat keresőszavak révén, böngészés útján, a platform ajánlására vagy valamilyen egyéb felületen látott promóciónak köszönhetően találják meg. Ha már meghallgattak egy epizódot, feliratkozhatnak a műsorra, így értesítést kaphatnak az új részek publikálásáról, amelyek a médiaszolgáltató feltöltése után automatikusan meg is jelennek saját könyvtárukban. Ezenkívül egyes platformok a korábbi preferenciákból és érdeklődésből levezetve, algoritmusuk alapján is ajánlanak tartalmakat a felhasználóknak.

A Podcast műfaj áttörése elsősorban az amerikai Apple Inc. felületeinek volt köszönhető, és noha később számtalan egyéb platform is létrejött a Podcastok megosztására (kiemelendő még a Google-é), az Apple Podcasts még mindig piacvezetőnek számít. Az utóbbi évek trendje abba az irányba mutat, hogy hamarosan a Spotify-nak lesz a legnagyobb piaci részesedése, amely platform eredetileg zene streamelésére jött létre, azonban évek óta agresszív lépéseket tesz a Podcast piac uralása felé.

4. 2. A közszolgálati érték vizsgálata

4. 2. 1. A közszolgálati célokhoz való hozzájárulás

A közszolgálati média Podcast csatornája mint lekérhető rádiós médiaszolgáltatás ugyan valamivel több mint egy éves időszakra visszanyúló vállalkozás, a Testület megítélése szerint a közszolgálati célokhoz való hozzájárulás tekintetében ilyen rövid időtáv alapján is megállapítható, hogy a Közszolgálati Médiaszolgáltató jogszabályban és Közszolgálati Kódexben rögzített feladatainak ellátásához a szolgáltatás jelentősen képes hozzájárulni. Az innovatív megoldásokban való élen járás követelménye, a különféle médiafogyasztási szokásokkal bíró társadalmi csoportok megszólítása, a széles spektrumú tartalomkínálat és a szolgáltatás jövőjét ismertető vízió mind-mind abba az irányba mutatnak, hogy a szolgáltatás igen is helyet érdemel a közmédia portfóliójában.

A szolgáltatás tematikáját, jelenlegi tartalmi kínálatát tekintve a Testület véleménye szerint egyértelműen megállapítható, hogy az Mttv. 83. § (1) bekezdésében foglalt célkitűzések közül már a jelenlegi, alig egy tucatra tehető műsorkínálattal is számos célkitűzés teljesítésére alkalmas lehet, így különösképpen között a *c), h), i), j), m)* pontokban rögzített célok szolgálata jelentik a Podcast működésének alapvető kereteit. A Testület fontosnak tartja megjegyezni, hogy jelen vizsgálatával egy igen frissen indult szolgáltatás értékelésére kell vállalkoznia, amely során a jelenlegi állapot értékelése könnyen elfogult eredményekre vezethet.

Erre tekintettel azokat az innovatív, jövőbeli megoldásokat is célszerű számba venni a szolgáltatás közszolgálati célokhoz való hozzájárulásának értékelése során, amelyek megvalósítását a közszolgálati média a közeljövőben tervezi. Példának okáért, a Közszolgálati Médiaszolgáltató által benyújtott szolgáltatás-leírás és a Testület vizsgálatának elvégzése között eltelt időszakban a Podcast-csatorna újabb műsorokkal bővült, amely okán a kínálati elem bővülésével egyidejűleg a szolgáltatás sokszínűsége további növekedésének lehetünk tanúi. A Testület értékelése szerint tehát a csatorna kínálat a közszolgálati célokhoz való hozzájárulás tekintetében valódi hozzáadott értékkel bír, és a szolgáltatás reputációja a tartalomkínálat (reménybeli) növekedésével a jövőben csak emelkedni fog.

4. 2. 2. A szolgáltatás univerzális jellege

A korábbi gyakorlatának megfelelően a Testület értékelése alapján egy szolgáltatás univerzális jellegét két, eltérő szempontból lehet vizsgálni: az adott szolgáltatás a közönség minden tagja által potenciálisan elérhető-e?, illetve, a tartalmát tekintve minden érdeklődő megtalálja-e benne az őt érdeklő, a neki szóló műsorszámokat?

A Testület megállapítása szerint az első értékelési szempont szerinti univerzalitás szempontjából a Podcast szolgáltatás univerzálisnak tekinthető, hiszen internethozzáférés útján bárki számára ingyenesen elérhető a csatorna

valamennyi műsora a közmédia internetes oldalán. Ez ugyan nem teljesen igaz a kizárólag ellenszolgáltatás fejében igénybe vehető különféle Podcast platformokra, ugyanakkor önmagában ez a körülmény az érdeklődő közönség számára nem gátolja a teljes tartalomkínálat korlátoktól mentes élvezetét.

A második szempontból vett univerzalitás tekintetében az igen rövid múltra visszatekintő és ebből következően gyarapításra váró műsorkínálattal működő Podcast csatorna jelenlegi fázisában nem lehet képes valamennyi érdeklődő számára valódi alternatívát nyújtani. A Testület véleménye szerint a jelenlegi kínálatból is jól látható, hogy a közszolgálati média egyre szélesebb spektrumú közönség igényeinek kiszolgálására törekszik, ami a folyamatos fejlesztéssel, kínálatbővítéssel az univerzalitás egyre magasabb fokára lehet képes érni. A Közszolgálati Médiaszolgáltató által megfogalmazott tervek, ígérek arra predesztinálják a szolgáltatást, hogy idővel minden, a rádiós műsorokat az online tér nyújtotta lehetőségeket kihasználva elérő közönség minél szélesebb körben megtalálja a számára is értékes és hasznos tartalmakat.

Figyelembe véve, hogy online szolgáltatásról beszélünk, a hagyományos (lineáris) rádiós szolgáltatások tekintetében felmerülő műsoridő korlátos volta egy online szolgáltatás esetében nem jelent akadályt a minőségi tartalmak mennyiségének. Mindazonáltal, valóban univerzális kínálat nem pusztán mennyiségi kérdés: csak minőségi, értékes tartalmak mennyiségének növelésével érhető el a különféle társadalmi csoportok megszólításának igénye. A Testület szerint a jelenlegi irányvonal és eredmények bizakodásra adnak okot, azonban a valódi eredmények a csatorna működésének egy későbbi fázisában elvégzett vizsgálattal értékelhetők megfelelően.

4. 2. 3. Minőség és megkülönböztethetőség

A közszolgálati média Podcast csatornája a hazai médiapiacra igen sok tekintetben unikálisnak, már-már teljességgel egyedinek tekinthető szolgáltatás. Egy internetes úton elérhető, lekérhető rádiós médiaszolgáltatásként működő, de a különféle Podcast-platformokon is elérhető tartalmakat nyújtó szolgáltatás indításával a közszolgálati média láthatóan mindenképpen annak jelét kívánja mutatni, hogy a piacon elérhető (média)szolgáltatásoktól határozottan más, jobb minőség képviselőre törekszik.

A szolgáltatás elérése, jellege önmagában is lehetővé teszi, hogy a Podcast csatorna a magyar médiapiac szereplőitől az elmúlt néhány évtizedben megszokott szolgáltatásoktól eltérő, de egyúttal a 21. századi médiafogyasztási trendekhez is igazodóan magas minőséget képviseljen. A Testület véleménye szerint a csatorna indításával mindenképpen minőségi, egyedi karakterisztikával rendelkező (tartalom)szolgáltatás vált elérhetővé a közönség számára. Ugyanakkor valódi minőség nem pusztán ennyit feltételez. A szolgáltatás által nyújtott tartalomkínálat valóban széles spektruma, a tartalomgyártás professzionalizmusa, hangminősége, szakmai színvonala mind-mind olyan tényezők, amik elengedhetetlenek a csatorna megfelelő értékeléséhez.

Jelen pillanatban, a közel másfél éves működést követően a Testület ígéretesnek látja az indulás óta eltelt időben tapasztaltakat. A közszolgálati médiának azonban nem szabad ennyivel megelégednie, és folyamatosan arra kell törekednie, hogy a piacon működő más szolgáltatásoktól való megkülönböztethetősége folyamatosan érzékelhető legyen, az általa képviselt minőség pedig ugyanilyen módon változatlanul fejlődjön, közönsége körében elégedettséget váltson ki. A Testület e téren is a kezdeti elégedettség hangján kíván szólni, de egyúttal jelezni kívánja, hogy kíváncsian várja a jövőbeli további (remélhetőleg pozitív irányú) változásokat is.

4. 2. 4. A tartalom értékessége

A Podcast csatornán keresztül elérhető tartalomkínálat értékességének megítélése kapcsán a Testület – hasonlóan a többi értékelési szempont kapcsán korábban, illetve a későbbiekben is kifejtett véleményéhez hasonlóan – kizárólag a jelenlegi, végleges állapotától vélhetően távol álló műsorok alapján tud állást foglalni. Az jól látható, hogy nagyságrendileg másfél éves működést követően a csatorna számos, egymástól igen eltérő tematikájú műsorok széles skálájával rendelkezik.

Nyilvánvaló, hogy mások mellett az ismeretterjesztő, kulturális, tájékoztató jellegű, minőségi szórakozást támogató műsorokat felvonultató szolgáltatás elvben, „papíron” értékes, azaz – felismerve a közszolgálati média létét alátámasztó elvi alapvetések által e tekintetben diktált következtetéseket – megdönthetetlen vélelem szól amellett, hogy efféle tartalmakat a közmédiának közzé *kell* tennie. Ugyanakkor, hogy ez az elvi alapvetés a gyakorlatban hogyan „váltható aprópénzre”, az olyan kérdés, amely valódi fokmérője lehet a szolgáltatásnak.

A közszolgálati érték-vizsgálat során a tervezett új szolgáltatáshoz fűződő egyéni (individuális) és közösségi (állampolgári) értéket is meg kell tudnia becsülnie a Testületnek. E feladat a szolgáltatásnak már a jelenlegi tematikáját alapul véve sem különösebben bonyolult feladat: egyértelmű, hogy mind az egyén, mind a közösség (legyen az kisebb, nagyobb, vagy akár az egész társadalom szintjén értelmezett) profitálhat a széleskörű ismeretek megszerzését, az igényes szórakozást elősegítő tartalmak közzétételéből. Ez még azokra is igaz, akik maguk nem követik figyelemmel ezen tartalmakat, hiszen a közjó gyarapodása akkor is pozitív hatást gyakorol lényegében potenciálisan a társadalom valamennyi tagjára, ha egy-egy individuum ahhoz személyes erőfeszítésével nem járult hozzá. A csatorna értékét növeli a szolgáltatás jellegéből adódó azon körülmény, miszerint a közönség tagjai saját (egyéni) kérés alapján válogathatnak az értékes kínálatból, ami ráadásul – a 21. századi médiafogyasztási szokásokat is szem előtt tartva – az érdeklődő hallgatók által preferált platformon (platformokon) keresztül válik elérhetővé.

A Testület határozott véleménye, hogy a szolgáltatás értéke folyamatosan növekedni fog, amint az elérhető tartalmak köre is bővül, illetve az innovatív megoldások (reménybeli) alkalmazása is a szolgáltatás megítélésének még inkább pozitív irányú megítélését fogja eredményezni.

4. 2. 5. A tartalom innovatív jellege

A Testület fenntartja korábban kifejtett azon határozott álláspontját, miszerint a közszolgálati média akkor tudja elérni a kívánt hatást (vagyis a közjó gyarapítását, ezzel párhuzamosan pedig a közpénzekkel való felelős gazdálkodást), ha korszerű, a 21. század médiavilág színvonalához, a médiafogyasztási szokásokhoz és a közönség igényeihez igazodik, miközben értéket teremt, és magas színvonalával hozzájárul a médiapiacon meglévő, már eleve hatalmas választék bővüléséhez oly módon, hogy mindeközben jelentősen meg is haladja ezen választék általános színvonalát, illetve a piac által ki nem elégített igényekre is figyelemmel van.

Az innováció azon terepe, ahol a leglátványosabban jelentkezhethet és valóban érdemben hozzájárulhat a médiatartalmak átélhetőségéhez, az online tartalomszolgáltatás. Ezzel együtt is, a pár éve még a jövőként aposztrofált, mára lassan megvalósultnak tekinthető médiafogyasztási tendenciák az online tartalmak növekedését is magukban foglalják, így a közmédia számára az innovációra törekvés nem csupán törvényi kötelezettség (Mttv. 83. § (2) bekezdés a) pont), hanem létszükséglet. A Testület megítélése szerint napjaink médiapiaci változásainak korában a közmédiának elengedhetetlen feladata az innovatív lépésekben élen járnia.

A közönség részéről jól azonosítható igény, az online, gyakorlatilag bárhol elérhető tartalomkínálat iránti vágyakozás kielégítésében sok szereplő igyekszik jelen lenni. A közszolgálati médiának nemcsak lehetősége, de feladata is e közönségigény kiszolgálása: a magas színvonalú szolgáltatásokkal nemcsak megtarthatja jelenlegi közönségét (ami önmagában is jelentős kihívás lehet), de akár új rétegeket is képes lehet megszólítani – a tartalomkínálat érdemi változtatása nélkül. Fontosnak tartja a Testület hangsúlyozni azt is: a közmédia előtt álló feladat nem kellő szintű teljesítése esetén viszont komoly hátrányok is szenvedhetők a közönség megtartása terén, így hangsúlyozandó, elsődlegesen köteleességről, és nem csak lehetőségről kell beszélni.

Éppen ezért mindenképpen pozitívan hangokat érdemes hallatni a közszolgálati média Podcast szolgáltatásának indítása kapcsán, ami elvitathatatlanul az innovatív megoldások irányába mutató igen fontos lépésként értelmezhető. A audio tartalmak fogyasztása – hasonlóan egyébiránt a videós tartalmakhoz – egyre inkább áttevedik az online térbe, azon belül is a felhasználók egyéni kérése alapján elérhető, tértől és időtől függetlenül igénybe vehető szolgáltatások irányába. A Testület úgy véli, a szolgáltatás unikálisnak tekinthető nemcsak a hazai közszolgálati média portfólióját, de a tartalomkínálat széles voltát tekintve a hazai médiapiacon egyaránt.

Az innovációt ugyanakkor nem lehet egy lezárt folyamatnak tekinteni, létéből következik a folyamatos változás, fejlődés, közönség igényeihez való idomulás igénye. Erre figyelemmel a közmédiát a szolgáltatás másfél éves működése alapján elismerő szavak illetik, de egyúttal arra is érdemes felhívni a figyelmet, hogy a

megkezdett út elején jár, és igazán a jövő fogja eldönteni, hogy a rendelkezésre álló források kihasználása valóban sikeres és eredményes vállalkozásként értékelhető-e.

4. 2. 6. A társadalomra és az állampolgárookra gyakorolt hatás

Talán furán hangzik, de a Testület megítélése szerint a szolgáltatás egyik legjelentősebb hatását éppen annak jellegzetességéből, nevezetesen az internetes úton elérhető, lekérhető szolgáltatás jellegéből következően képes kifejteni. Igazodva a médiafogyasztási szokások alakulásához, a csatorna elsődleges hatását arra tekintettel képes kifejteni, hogy lehetővé teszi, helytől és időtől függetlenül biztosítja a közönség (felhasználók) számára, hogy hozzáférhessenek az általuk kiválasztott tartalomhoz.

Gyorsan hozzá kell tenni: ez önmagában nem lehet képes sikeres vállalkozássá tenni a Podcast csatornát. Minőségi, értékes tartalmak hiányában ugyanis a nagy erőfeszítések árán megszólított közönség megtartása is komoly nehézségekbe ütközhet, márpedig a közszolgálati médiának éppen ellenkező irányú ambíciókra kell vállalkoznia: növelni hallgatói bázisát.

A rendelkezésre álló adatok alapján látható, hogy a hagyományos rádiós tartalmakat kevésbé hallgató fiatalabb korosztály mutat nagyobb fokú érdeklődést a szolgáltatás iránt. Az első igen fontos lépést a közmédia a szolgáltatás elindításával megtette, az érdemi hatás azonban majd akkor lesz értékelhető, ha a tartalomkínálat bővülésének köszönhetően az effajta médiafogyasztást preferálók széles rétegei megtalálják a számukra érdekes és értékes elemeket. Ez utóbbi lépéssel lehetővé válik, hogy az online tér iránt nyitottságot mutató, de jelenleg esetleg kielégítő tartalomkínálat hiányában a közmédia felé kevés érdeklődést mutató felhasználók idővel a közmédia lelkes táborát gazdagítsák. A feladat nem tűnik egyszerű vállalkozásnak, de a 21. századi médiavilágban magának előkelő helyet és irányt mutató szerepet követelő közszolgálati médiának képesnek kell lennie e kihívás teljesítésére.

4. 2. 7. Elérés a célközönség körében

A Podcast csatorna elérése kapcsán az indulás óta eltelt alig egy esztendő időtávra, ezzel párhuzamosan pedig a hosszútávú tényadatokkal is alátámasztott információk hiányára is tekintettel a Testület számára nem egyszerű feladat megalapozott döntést hozni. Éppen ezért e rövid idő alatt a közmédia birtokába került és a Testülettel a szolgáltatás-leírásban megosztott hallgatottsági (lejátszási) számadatok nem is kifejezetten önmagukban, hanem az általuk mutatott tendencia lehet az értékelés alapja.

Jól látható, hogy a 2020 őszi indulás óta mind az elérhető műsorszámok, mind pedig a lejátszások indítása folyamatos növekedést mutat. Ami ugyanakkor mindenképpen bizakodásra adhat okot, és a Podcast csatorna létjogosultságát erősíti meg, az az, hogy a műsorok számának növekedésénél jóval nagyobb mértékben (arányban) emelkedik az érdeklődő közönség a szolgáltatás iránt.

Tekintettel arra, hogy a hazai médiapiacra nem ismert a közmédia által üzemeltetett Podcast szolgáltatáshoz hasonló, ilyen dinamikával és ambíciókkal fejlődő csatorna, a legfrissebbnek mondható (2021. március-április) havi nagyságrendileg százezer lejátszás indítás mértékének megítélés nem egyszerű feladat.

A Testület álláspontja szerint a rendelkezésre álló adatok ígéretes jövőt jósolnak a Podcast csatornának, a digitális világ irányába nyitott rétegek (így főként a fiatalabb korosztály) számára vonzó alternatíva lehet a közmédia fiatal szolgáltatása, amelynek közönségbe való beágyazottságát érdemes folyamatosan mérni, és az eredmények tapasztalatai alapján meghatározni a további fejlődés irányait. A Testület ezen majdani eredmények birtokában fog tudni ténylegesen megalapozott állásfoglalást tenni a csatorna célközönség körében mutatott elérése tekintetében.

4. 2. 8. Költséghatékonyság

A Podcast szolgáltatás indulás évét követő első teljes évre (2021) tervezett költségei mindösszesen 55,7 millió forintot tesznek ki, amely összeg magában foglalja a tartalmak előállításához szükséges belső humán- és technikai erőforrások költségeit, valamint a külső partnereknek fizetendő szerződéses díjakat, továbbá a műsorgyártás költségeit is. A Közzolgálati Médiaszolgáltató szolgáltatás-leírásából látható, hogy a csatorna egyes, korábban rádiós médiaszolgáltatás(ok)ban megjelenő műsoraihoz kapcsolódó költségek eleve az érintett csatorna működéséhez kapcsolódó tételek, amely ilyen formában nem jelenik meg külön tételként a Podcast csatorna vonatkozásában.

A közzolgálati média leírásából következően nem kizárt, hogy az említett tételek a jövőben emelkedni fognak, tekintettel a tartalomkínálat további bővítésére, illetve a folyamatos innovációhoz kapcsolódó tételekre; ennek konkrét tételei jelen állapotban a Testület számára nem ismert összegek. Amennyiben tehát az említett – egyébiránt a közmédia teljes költségvetéséhez, illetve más csatornák, szolgáltatások költségvonzatához mérten is elenyészőnek tekinthető – költségek a következő években a nevezett indokokra visszavezethetően észszerű mértékű emelkedést is mutatnának, önmagában nem generálna indokolhatatlan irányú folyamatokat. A Testület megítélése szerint a Podcast költséghatékonyságáról éppen ezért egy kiforrottabb állapotban működő csatorna kapcsán lehet igazán megalapozott állításokat megfogalmazni.

Mindazonáltal, a szolgáltatás aktuális tartalomkínálata a csatorna költségeivel összhangban állnak, a felmerülő költségek a közmédia éves költségvetéséből bármiféle likviditási probléma nélkül fedezhetőek. A Testület ugyanakkor kiemeli: a folyamatos fejlesztésekre szánt források rendelkezésre állása továbbra is kiemelt szempont kell hogy legyen, ugyanis a digitális világban végbemenő változásokkal való folyamatos lépéstartás a közmédia számára elkerülhetetlen.

4. 2. 9. A médiapluralizmus alakulásának vizsgálata

A Podcastok szűkebb piaca az online piac. Fontos leszögezni, hogy a közszolgálati médiaszolgáltató Podcastjainak célkitűzése a könnyed szórakoztatás, a sokszínű, gazdag választékú, többféle értékrendet bemutató témák feldolgozása, valamint a nemzeti összetartozás és a társadalmi integráció elősegítése a nemzeti kultúra bemutatásán keresztül.

A Podcastok műsorkínálatán keresztül a magyarországi és a határon túli magyar közösségek egyaránt naprakész hírekhez és friss információhoz juthatnak az ismeretterjesztő és a magyar kultúrát bemutató adásokból, a Podcastok így a Közszolgálati Kódexben megfogalmazott irányelveknek és ajánlásoknak a legteljesebb mértékben megfelelően látják el tartalommal a fogyasztókat.

A Podcastok elsődlegesen az online térben fejtenek ki hatást, így a hazai fogyasztók mellett a világ bármely pontján tartózkodó érdeklődők egyaránt korlátozások nélkül élvezhetik széles kínálatukat.

Statikus hatást elsősorban a könnyed, szórakoztató témákat kedvelő fogyasztókra gyakorolnak, hiszen aktuális történetek és események bemutatásával igyekeznek erősíteni a társadalmi integrációt.

Dinamikus hatásként a változatosság, illetve a feldolgozott témák széles spektrumának bemutatása a legfontosabb jellemzője a Podcastoknak, azokon keresztül ugyanis a hagyományos terjesztésű csatornák adását kiegészítő, olyan extra tartalmakat lehet követni, amelyek segítségével még teljesebben lehet bemutatni egy-egy aktuális történetet.

A Podcastok tevőlegesen hozzájárulnak a szerkesztői verseny minőségének növekedéséhez, hiszen kínálatuk hatalmas, gyakorlatilag az összes érdeklődésre számot tartó eseményről beszámolnak, ennek megfelelően folyamatosan új és izgalmas szerkesztői döntésekre van szükség ahhoz, hogy napról napra újdonságokkal tudják szórakoztatni a fogyasztókat.

A Podcastok gazdasági hatása marginális, költségeik nagyrészt az online szerkesztők és műsorvezetők javadalmazása, valamint a különböző felületek (pl. Soundcloud, Spotify) előfizetési díjai teszik ki.

Tekintettel tehát a Podcast műsorkínálatának sajátos és egyúttal igen összetett jellegére, a Testület a szolgáltatás-leírásban szereplő információkra támaszkodva vizsgálata során megállapította, hogy a szolgáltatás nem gyakorol észlelhető káros hatást más, vele összevethető tematikájú médiaszolgáltatók televíziós szolgáltatásaira, azaz nem veszélyezteti a médiapiac egyensúlyát, a tartalmak sokszínűségét, a médiapluralizmust.

4. 2. 10. Következtetések

Az M5 audiovizuális csatorna közszolgálati értékével kapcsolatban a Testület a következő megállapításokat teszi:

- a szolgáltatás tematikája, missziója a közszolgálati médiával szemben támasztott követelményekkel teljes mértékben összhangban van;
- a szolgáltatás jelenlegi formájában – terjesztési módjának köszönhetően – a hazai társadalom szinte minden tagja számára elérhető lehet;
- a szolgáltatás eddigi másfél éves működése alapján szerzett tapasztalatok ígéretesek jövőt jósolnak, azonban látható, hogy a közszolgálati médiának e téren a jövőben sok tennivalója akad;
- az innovatív megoldásokban rejlő lehetőségek kiaknázásában a közszolgálati médiában a jövőben is élen kell járnia, aminek egyik megfelelő terepe lehet a Podcast csatorna;
- fenn kell tartani a szolgáltatást igénybe vevők számának növelésére vonatkozó igényt, a tartalomkínálat minőségének megőrzése, illetve a célcsoportok szerinti esetleges differenciálás megvalósítása mellett;
- a csatorna költségei nem igénylik a közszolgálati médiára fordított állami támogatás összegének növelését;

így a fenti megállapításokra alapozva a Podcast csatorna közszolgálati értéke eléri a szükséges mértéket.

5. A TESTÜLET DÖNTÉSE

A Szabályzat szerint a meglévő szolgáltatások esetében a közszolgálati érték-vizsgálat elvégzésére irányuló eljárás egyetlen részből áll, ennek során a Testület értékeli a szolgáltatás által képviselt közszolgálati értéket.

A Testület a vizsgálat lefolytatását követően úgy találta, hogy a Podcast csatorna szolgáltatás magas közszolgálati értéket képvisel, és jóváhagyja a szolgáltatás eredeti feltételekkel történő további folytatását.

Budapest, 2022. június *hó 13. nap*