



# **MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM**

## **A KÖZSZOLGÁLATI MÉDIASZOLGÁLTATÁS FEJLŐDÉSI IRÁNYAI AZ EURÓPAI UNIÓBAN**

**Doktori (PhD) értekezés**

DOI: 10.54598/002050

**MEDVECZKY BALÁZS**

**Gödöllő**

**2022**

**A doktori iskola**

**megnevezése:** Gazdaság- és Regionális Tudományi Doktori Iskola

**tudományága:** Gazdálkodás és Szervezéstudományi

**vezetője:** **Dr. Lakner Zoltán**  
egyetemi tanár,  
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

**Témavezető:** **Dr. Zéman Zoltán**  
egyetemi tanár, PhD  
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Vidékfejlesztés és fenntartható Gazdaság Intézet

.....  
Az iskolavezető jóváhagyása

.....  
A témavezető jóváhagyása

## TARTALOMJEGYZÉK

Rövidítések Jegyzéke	4
1. Bevezetés	6
2. Célkitűzések	8
3. Szakirodalmi ÁTTEKINTÉS	9
3.1 A médiaszolgáltatások nemzetközi jogi alapjai, szabályozása és működési elvei az Európai Unióban	9
3.2 A közszolgálati médiaszolgáltatók kereskedelmi tevékenysége és a kereskedelmi közleményekkel szembeni elvárások	21
3.3 Műsor programok a közszolgálati médiaszolgáltatók kínálatában	32
4. ANYAG ÉS Módszer	39
5. EREDMÉNYEK és azok megbeszélése	43
5.1 A közszolgálati médiaszolgáltatók országokénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, kereskedelmi jövedelmeinek és a GDP növekedésének alakulása 2013 és 2017 között	60
5.2 A közszolgálati médiaszolgáltatók országokénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, kereskedelmi jövedelmeinek alakulása 2008 és 2013 között	85
5.3 A közszolgálati médiaszolgáltatók országokénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, az előfizetések és az infláció alakulása 2013 és 2017 között	103
5.4 Néhány fontosabb összegzés	111
6. KÖVETKEZTTÉSEK ÉS JAVASLATOK	120
7. Új Tudományos Eredmények	121
8. ÖSSZEGZÉS	122
SUMMARY	123
9. Mellékletek	124
M1. Irodalomjegyzék	124
M2. Táblázatok jegyzéke	132
M3. Ábrák jegyzéke	133

## RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE

AAUP	American Association of University Professors = Egyetemi Professzorok Amerikai Társasága
AB	Alkotmány Bíróság
AVMS	Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv
EBU	European Broadcasting Union = Európai Közzolgálati Média Unió
EACEA	Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency, Oktatási Audiovizuális és Kulturális Végrehajtási Ügynökség
EB	European Commission = Európai Bizottság
EGK	Európai Gazdasági Közösség
EJEB	Emberi Jogok Európai Bírósága
EK	Európai Közösség
EU	Európai Unió
EUMSZ	Európai Unió működéséről szóló szerződés
GVH	Gazdasági Versenyhivatal
MEH	Miniszterelnöki Hivatal
MTTV	Törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról
NAMS	Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia
NMHH Médiateanácsa	Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiateanácsa
ORTT	Országos Rádió és Televízió Testület
PSM	Public Service Media = Közzolgálati Média
TRIPS	A szellemi tulajdonjogok kereskedelmi aspektusairól 1994. április 15- én aláírt Marrakeshi Egyezmény
UK	United Kingdom = Egyesült Királyság
UCP	Unfair commercial practices = Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat

*inaudita altera parte* a másik fél meghallgatása nélkül

SPSS Statistical Program for Social Sciences = Statisztikai program a társadalomtudományok terén

1 - PSM2008131 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2008-2013

2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017

3 - PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, egy főre esően, országonként, euróban, 2013-2017

4 – (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017

5 - (Mínusz) PSMInc175 = PSM public income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből közpénz-jövedelmek aránya százalékban 2017-ben országonként

6 - PSMMarket176 = PSM commercial income, Közzszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből a kereskedelmi jövedelmek aránya százalékban 2017-ben, országoként

7 - PSMMark377 = PSM commercial income, Közzszolgálati Médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmei, országoként, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közzszolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országoként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

9 - PSMCap379 = PSM operating revenues, Közzszolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egy főre eső közpénz-jövedelmek változásai havonta, országoként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100

10 - (Mínusz) Licence3710 = PSM licence fee, (a part of public income) Közzszolgálati Médiaszolgáltatók részére fizetett éves előfizetési díj euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közzszolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100

12 - Infl3712 = Az infláció alakulása országoként, százalékban, 2013 és 2017 között,

13 - GDP131713 = A GDP növekedésének alakulása százalékban 2013 és 2017 között,

## 1. BEVEZETÉS

A kutatási témám az Európai Unió közszolgálati médiaszolgáltatásának fejlődési irányait vizsgálja, amely az EU korábbi 28 tagországa SM (Public Service Media = Közszolgálati Média) eredményességének és hatékonyságának a nemzetközi összehasonlítására épül. A kutatásaimban figyelembe veszem az adott ország GDP növekedése, kormányzati költségvetése, az infláció alakulását, ezzel összefüggésben a Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési helyzetét országonként.

A három gazdasági tényező – a GDP növekedése, a kormányzati költségvetés, az infláció alakulása – abból a szempontból fontos, hogy a Közszolgálati Médiaszolgáltatók bevételei, akár állami támogatásból akár reklám bevételekből adódjon, mennyire lehet fenntartható a Közszolgálati Médiaszolgáltatók számára. Fontos az is, hogy mind a GDP növekedése, mind a kormányzati költségvetési mérleg mennyiben befolyásolja a kormányzati támogatást a Média számára, mivel a lassuló gazdasági növekedés vagy esetleges visszaesés, valamint az ezzel párosuló esetleges költségvetési deficit növekedése visszaveti a Médianak nyújtott támogatások mértékét. Ez viszont kedvezőtlenül befolyásolhatja a lakosság számára nyújtható szolgáltatásokat.

A kutatásaimban kiemelten foglalkozom részint a Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeinek alakulásával országonként és a bevételi források formáival is, mint például a kormányzati támogatások, Licence (szerzői jogként) és a reklám bevételek 2013 és 2017 között. Összehasonlítást kívánok tenni a 2013 és a 2017 -es években kialakult viszonyok között a bevételi források terén.

A Közszolgálati Média terén elvégzett kutatások az elektronikai szolgáltatásokra épültek, és a televíziós társaságok működésére vonatkozik országos szinten, mind a bevételeik mind a bevételeik szerkezeti összetétele terén, külön nem kiemelve a TV társaságokat, esetleg egy-egy fontosabb példázattal említve néhány jellemzőit. A kutatásba bevont intézmények, média fórumok: nemzetközi és hazai TV társaságok, ahol téma:

- általában a TV társaságok intézményi-szervezeti felépítése, jogi alapjai;
- tevékenységük, működésük, munkaköri leírása az egyes intézményi egységeknek, vezetői szinteknek;
- tevékenységük pénzügyi alapjai és forrásai, felhasználási lehetőségei.

A téma aktualitása, fontossága, időszerűsége, az, hogy nem volt általában a közszolgálati média ilyen jellegű nemzetközi összehasonlítása napjainkban.

A kutatásaimba az alábbi országokat vontam be, az EU korábbi 28 tagországot, amelyből jelenleg az Egyesült Királyság már nem tagja az EU-nak, mivel az EBU (Euroean Broadcasting Union = Európai Közszolgálati Média Unió) a közszolgálati média tevékenység alapján Belgiumot két ország egységnek tekinti, ezért a kutatásban 29 országot vizsgállok az alábbiak szerint:

- EU/EBU-29: Ausztria, Belgium, Bulgária, Ciprus, Cseh Köztársaság, Dánia, Egyesült Királyság, Észtország, Finnország, Franciaország, Görögország, Hollandia, Horvátország, Írország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Luxemburg, Magyarország, Málta, Németország, Olaszország, Portugália, Románia, Spanyolország, Svédország, Szlovákia, Szlovénia. Belgium ebben a kutatásban két részből áll az összegyűjtött statisztikai adatok alapján: *Belgium - Flamand és Belgium-Francia* a helyi lakosság hovatartozása következtében.

SPSS (Statistical Program for Social Sciences= Statisztikai program a társadalomtudományok terén) rendszer alapján az EU/EBU-29 tagországok PSM (Public Service Media = Közzolgálati Média) eredményességének és hatékonyságának a nemzetközi összehasonlítása, amelyben felhasznált gazdasági változók egyben gazdasági jellemzők is.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK

A kutatás témája, a 2013-2017 közötti időszakban elsőként elemezni a PSM (Public Service Media) a Közzolgálati Média működési bevételeinek változásait országonként, forrásonként, mint például az állami támogatások, az előfizetések (Licence) és a reklám bevételek alakulását, együttes kölcsönhatásainak elemzése, valamint ezeknek az összefüggéseknek az összehasonlítása a kutatásba bevont országok helyzetével. A kutatás során fontos volt figyelembe venni ezeknek a gazdasági változásoknak a kapcsolódásait a GDP növekedése és az infláció átlagában és százalékos alakulásával.

### *Hipotézisek (7 tétel):*

1. A Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeiben a *közpénz jövedelmek aránya* szorosan összefüggenek és fordítottan arányosak a *kereskedelmi jövedelmek arányának* alakulásával (PSMInc175, PSMMarket176).
2. A *Közzolgálati Médiaszolgáltatók egy főre eső bevételeinek* változásai egyenes arányban és szoros összefüggésben állnak a *Média közpénz jövedelmeinek* alakulásával (PSM1FŐ3, PSMReven378).
3. A Közzolgálati Médiaszolgáltatók közpénz jövedelmeinek változásai egyenes arányban és szoros összefüggésben állnak az *egy főre eső havonkénti közpénz jövedelmek* alakulásával. (PSMReven378, PSMCap379)
4. A *Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeinek a növekedése* egyenes arányban áll a *Közzolgálati Médiaszolgáltatók egy főre eső bevételeinek* alakulásával. (PSM2013172, PSM1FŐ3)
5. A *Közzolgálati Médiaszolgáltatók egy főre eső bevételeinek* változásai egyenes arányban és szoros összefüggésben állnak a *Médiaszolgáltatók egy főre eső havonkénti közpénz jövedelmeinek* alakulásával. (PSM1FŐ3, PSMCap379)
6. A *Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételei* leginkább függenek a *közpénz jövedelmek* - közalapítványok támogatása és az éves előfizetési díjak, mint jövedelmek együttesének - alakulásától is.
7. A Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeinek alakulásában az *éves előfizetési díjak*, a *kereskedelmi jövedelmek*, a *GDP* és az *infláció* változásai nem játszanak lényeges szerepet.



### 3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A közszolgálati médiaszolgáltatók tevékenységének jelentős nemzetközi jogi háttere alakult ki az elmúlt évtizedekben, amelyet jól jellemeznek az Európai Unió különböző intézményeinek erre való döntései. Ezek közül az intézmények közül az Európai Parlament és az Európai Bizottság érdemel kiemelt említést.

#### 3.1 A médiaszolgáltatások nemzetközi jogi alapjai, szabályozása és működési elvei az Európai Unióban

Magyarországon a rendszeres rádióműsor-szolgáltatás 1925-ben indult, míg a Magyar Televízió 1957. május 1. napján kezdte meg adását. 1957-től az állami tulajdonú rádió és televízió azonos szervezetben működött, majd 1974-ben intézményi értelemben is különvált. A rendszerváltást követően, 1992-ben indult el a Duna Televízió, és az 1996-os médiatörvény e három műsorszolgáltatóra, azaz a Magyar Rádió Rt.-re, a Magyar Televízió Rt.-re és a Duna Televízió Rt.-re telepítette a közszolgálati műsorszolgáltatás kötelezettségét.

A hatályos törvény alapján működő közmédia-rendszer két legfontosabb szereplője – a korábbi Magyar Rádió és Magyar Televízió, illetve a Duna Televízió jogutódjaként működő – Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. (DMSZ) és a korábbi Műsorszolgáltatási Alap jogutódja, a Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap (MTVA). Előbbi feladata és egyedüli felelőssége a közszolgálati médiaszolgáltatási tevékenység ellátása (televíziós és rádiós műsorszolgáltatás, hírügynökségi szolgáltatás, online tartalomszolgáltatás nyújtása), e téren teljes mértékben szerkesztési szabadság illeti meg. A közszolgálati médiaszolgáltató szolgáltatja a közszolgálati csatornákat, szerkesztői függetlenséget élvez a közvetített médiatartalmak tekintetében, egyúttal őt terheli a felelősség e tartalmak jogszabályi előírásoknak való megfelelése tekintetében (DONDERS 2012).

A DMSZ és az MTVA mellett a közmédia rendszer szereplői az alábbiak.

#### A) A DMSZ felügyeletéhez kapcsolódó szervek, testületek

A Közszolgálati Közalapítvány a DMSZ tulajdonosa (Mttv. 84. § (1) bekezdés). A Közalapítvány kezelő szervének, a Kuratóriumnak a fő feladata annak ellenőrzése, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatás céljai megvalósulnak-e. A Kuratórium fontos feladata a közszolgálati médiaszolgáltató függetlenségének a védelme, e feladatok mellett személyügyi és gazdasági hatáskörökkel is rendelkezik. Az előbbi keretében megválasztja a közszolgálati médiaszolgáltató vezérigazgatóját és megszüntetheti munkaviszonyát, továbbá megválasztja és visszahívhatja a felügyelőbizottság elnökét és tagjait. A gazdasági jogkörök két részre bonthatók, egyrészt az Mttv. 90. §-a kifejezetten rögzít gazdálkodással kapcsolatos hatásköröket (pl. éves gazdálkodási és pénzügyi terv jóváhagyása, közszolgálati médiaszolgáltató mérleg- és eredmény-kimutatásának jóváhagyása, finanszírozás ellenőrzése), másrészt pedig a Kuratórium gyakorolja – meghatározott kivételekkel – a közszolgálati médiaszolgáltató vonatkozásában az alapítói és részvényesi jogokat.

A Kuratórium nyolc tagja közül hatot az Országgyűlés választ, a képviselők kétharmadának szavazatával, közülük három főt a kormánypárti, három főt pedig az ellenzéki képviselőcsoportok jelölnek. A Kuratórium további egy tagját és elnökét a Médiatanács delegálja. A tagok megbízatása kilenc évre szól (Mttv. 86. §). A Közzolgálati Testület a DMSZ működése feletti társadalmi kontrollt gyakorló szervezet, amelynek feladata a tartalomszolgáltatás törvényben rögzített céljainak való megfelelés felügyelete. A testület tagjait a törvényben meghatározott társadalmi szervezetek delegálják. A Testület ellenőrzi a közzolgálati médiaszolgáltató vonatkozásában a Közzolgálati Kódex betartását, folyamatosan figyelemmel kíséri a közzolgálati média céljainak megvalósulását a közzolgálati médiaszolgáltató tartalmaiban, megvitatja a közzolgálati médiaszolgáltató tartalmi kérdésekre kiterjedő beszámolóját.

A társadalmi kontrollt gyakorló szervezet, a Közzolgálati Testület feladatai világosan elválaszthatók a tulajdonosi szerepet ellátó – de a közzolgálati média által közzétett műsortartalomba való beavatkozástól a törvény által eltiltott – Közalapítványtól; előbbi feladata kizárólag a tartalmi kérdések felügyeletére, a közzolgálati médiaszolgáltatás céljai megvalósulásának ellenőrzésére terjed ki (ld. Mttv. 97. §). A DMSZ felügyelő bizottsága elsődlegesen a vezérigazgató (a menedzsment) ellenőrzését végzi (Mttv. 106. §), míg a könyvvizsgáló a médiaszolgáltató pénzügyi működésének törvényszerűségét hivatott ellenőrizni (Mttv. 107. §). A DMSZ médiaszolgáltatási tevékenységének törvényességét (tartalmi szabályok, műsorkvóták, kereskedelmi közlemények szabályozása stb.) a médiapiac felügyeletét általánosan ellátó Médiatanács ellenőrzi, általános hatósági jogkör keretében. A Médiatanács az Országgyűlés felügyelete alatt álló, önálló jogi személyiséggel rendelkező szerv, amelynek elnökét és négy tagját az Országgyűlés választja, a képviselők kétharmadának szavazatával. A Médiatanács függetlenségét hivatott biztosítani, hogy költségvetését minden tárgyévet megelőzően az Országgyűlés törvénnyel fogadja el. A Médiatanács minden évben köteles beszámolót benyújtani előző évi tevékenységéről (az Országgyűlés számára), amelynek elfogadásáról az Országgyűlés dönt (Mttv. 123–124. §, 133. §).

#### *B) Az MTVA működését felügyelő szervek, testületek*

Az MTVA kezelője a Médiatanács, amely kezelői jogát a törvény felhatalmazása alapján készített külön szabályzatban foglaltak alapján végzi (e jogkör azonban nem terjed ki az MTVA-nak a DMSZ tevékenységéhez kapcsolódó feladataira, így például a műsorok megrendelésére, megvásárlására). (A „kezelői” jogkör egy sajátos jogi kategória, a kezelt szerv működésére vonatkozó egyes döntéseket a kezelő hozza meg, míg a kezelt szerv valamennyi többi döntést önállóan hoz meg. A döntések meghozatalára való jogosultságokat, azaz az érintett felek viszonyát részben az Mttv., részben a Gazdálkodási és Kezelési Szabályzat határozza meg.) E kezelői jogkör keretében a Médiatanács fogadja el az MTVA éves üzleti tervét és pénzügyi beszámolóját. Az MTVA pénzügyi forrásainak és nyilvántartásaiban szereplő eszközeinek az üzleti tervben nem szereplő felhasználásához, illetve az ezek terhére történő kötelezettségvállaláshoz és meghatározott összeghatárt meghaladó kifizetéshez a Médiatanács előzetes jóváhagyása szükséges (Mttv. 136. § (10) bekezdés).

Az MTVA kezelésének részletes szabályait a Médiatanács által – az Mttv. 136. § (16) bekezdése szerinti felhatalmazás alapján – elfogadott Gazdálkodási és Kezelési Szabályzat rendezi. Az MTVA felügyelő bizottsága (Mttv. 136. § (14) bekezdés) ellenőrzi a szervezet tevékenységét, gazdálkodásának törvényességét. A Közzolgálati Költségvetési Tanács feladata, hogy az MTVA éves költségvetésének a médiatartalmak készítésére és beszerzésére fordítandó mértékére, és annak az egyes szolgáltatások (televízió, rádió, hírügynökség, online) közötti megosztására vonatkozó javaslatról véleményt nyilvánítson. Amennyiben a Tanács elutasítja az

MTVA vezérigazgatója által tett javaslatot, új javaslatot kell benyújtani; ebben az esetben MTVA-nak két lehetősége van: a Tanács véleményébe foglaltakat elfogadja, vagy indokolással ellátva elutasítja azt. A Tanács szerepe tehát meghatározó abban, hogy ténylegesen mekkora összeget fordít a közmédia éves szinten médiatartalmak előállítására, illetve megrendelésére, megvásárlására. A Tanács tagjai a közszolgálati médiaszolgáltató vezérigazgatója, az MTVA vezérigazgatója, és az Állami Számvevőszék elnöke által esetileg delegált tag (ld. Mttv. 108. § (2)–(6) bekezdések).

### C) A közszolgálati médiarendszer költségvetésének elfogadása

Az MTVA költségvetésének legnagyobb tételét jelentő közszolgálati hozzájárulás konkrét mértékét az Mttv. 4. sz. melléklete tartalmazza. Ez az összeg minden évre előre kiszámítható (a fogyasztói árindex mértékének ismeretében), a közszolgálati média költségvetésének fix pontját (számát) jelenti. Az Mttv. 136. § (15) bekezdése szerint az MTVA éves költségvetését, amely egyben magában foglalja a teljes közszolgálati médiarendszer költségvetésének sarokszámait is, a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság egységes költségvetésének mellékleteként hagyja jóvá az Országgyűlés. (Ezen költségvetés egyik sorát képezi a közszolgálati hozzájárulás tétele, amelynek pontos összegét az előző bekezdésben említettek szerint az Mttv. 4. sz. melléklete határozza meg.) Az Mttv. 134. § (3) bekezdése szerint a törvényjavaslatot az Országgyűlés költségvetési ügyekben eljáró bizottsága a tárgyévet megelőző év október 31-ig nyújtja be az Országgyűlésnek. A Hatóság elnöke a törvény tervezetét szeptember 15. napjáig küldi meg az illetékes országgyűlési bizottság részére, de végleges formáját az Országgyűlés határozza meg, és elfogadás után törvényként ki is hirdetik.

Az Mttv. 134. § (3) bekezdése szerint a Hatóság és a Médiatanács az új költségvetés Országgyűlés általi elfogadásáig a korábbi jóváhagyott költségvetése alapján működik. Bár a rendelkezés az MTVA-t, és ilyen formában a közszolgálati médiaszolgáltatót nem nevesíti, azonban annak érvénye egyértelműen kiterjed azokra is. A szabály mögött az a jogalkotói akarat áll, amely rendkívüli esetekkel is számolva kizárná annak lehetőségét, hogy jogalkotási/eljárási hiányosság következtében ellehetetlenüljön a közszolgálati médiarendszer működése.

A Hatóság egységes költségvetéséről rendelkező törvényt, amely tartalmazza az MTVA és a közszolgálati médiaszolgáltató költségvetését is, a képviselők egyszerű többségének szavazatával fogadja el az Országgyűlés. A Hatóság egységes költségvetéséről szóló törvénynek az MTVA és a DMSZ költségvetésének megállapításakor azonban figyelemmel kell lennie a kétharmados Mttv.-ben foglalt közszolgálati hozzájárulás mértékére (Mttv. 134. § (2) bekezdése). Vagyis az Országgyűlés a költségvetési törvény elfogadásakor nem térhet el a jogforrási hierarchia magasabb fokán álló, ún. sarkalatos törvénynek minősülő Mttv.-ben foglalt finanszírozási szabályoktól.

A közszolgálati médiarendszer finanszírozása legjelentősebb tételének (azaz a közszolgálati hozzájárulásnak) az Mttv.-ben való tételes rögzítése (ld. Mttv. 4. sz. melléklet) a független, kiszámítható és előrelátható működés záloga. A törvény által megállapított finanszírozás mértékének módosításához, és ilyen módon a finanszírozás csökkentéséhez az országgyűlési képviselők kétharmadának egyetértő szavazata szükséges, amely biztosítja, hogy ilyen mértékű parlamenti konszenzus hiányában a közmédiától ne lehessen forrásokat elvonni, ahogy ez a 2010 előtt folyamatosan előfordult.

## *A közszolgálati média finanszírozása 2011 után*

*A kormány költségvetéséből nem támogathatók a közszolgálati médiumok, viszont az adókból némi költségeket levonhatnak – ennyiben lehet állami támogatásról beszélni, az adócsökkentés állami támogatás egyik formája, de nem közvetlen.*

*Vélemények a közszolgálati médiumok bevételeiről.*

*Munkaerő gazdálkodásról, beruházásokról – fixed capital - nem írt a disszertáció.*

*Ennek gazdasági „környezetével” kapcsolatban lehetnek piaci viszonyok: ahol van előfizetés ott ez mennyire piaci keresleti jellemzőket – fogyasztó igényeket tükröz. A közszolgálati médiumok nyomtatott és elektronikai kiadványainak a bevételei.*

*Itt nagyon kibővülne a kutatás területe.*

*Mind az EU mind pedig az EBU szervezethez tartozó tagországok esetében a közszolgálati média finanszírozása és gazdasági környezete jelentős mértékben eltér tagországonként. Általában a nemzetközi szakirodalom jogi oldalról közelíti meg a közszolgálati média finanszírozásának és szervezeti felépítésének az ismertetését. A szakirodalom kiemelt jogi kérdésként kezeli a közszolgálati média tevékenységét, szervezeti felépítését és pénzügyi helyzetét, ezen belül a szólásszabadság, ifjúság védelem, kereskedelmi tevékenységek és a működési hatáskörök.*

A 2012. évtől kezdődően a korábbi „üzemben tartási díj” elnevezés „közszolgálati hozzájárulásra” változott, egyúttal véglegesült, hogy a díjfizetés kötelezettjei nem az egyes háztartások, hanem az állam. Ezzel együtt is, a közszolgálati hozzájárulás tartami értelemben és számítási módját tekintve megegyezik a korábbi üzemben tartási díjjal, mivel az Mttv. alapján a Magyar Állam azt a lineáris audiovizuális médiaszolgáltatások vételére alkalmas készüléket használó háztartások száma (négymillió) alapján fizeti, a háztartásonként 1.350 forint (ez a tétel évente indexálásra kerül). A közszolgálati hozzájárulás mértékének sarkalatos törvényben történt rögzítése (amely alapján az csak az országgyűlési képviselők kétharmadának szavazatával módosítható) biztosítja, hogy a közmédia finanszírozása a független, külső befolyástól mentes, kiszámítható működését kívánja biztosítani. A közszolgálati média bevételei emellett például a médiaszolgáltatási díj, a pályázati díj, a bírság, a központi költségvetési céltámogatások, a vagyonhasznosításból, annak értékesítéséből, illetve a vállalkozási (kereskedelmi) tevékenységből származó bevételek, a kamatbevételek, vagy az önkéntes befizetések. Fontos kiemelni, hogy a közmédia finanszírozásának körébe tartoznak egyes eseti jellegű, ún. ad hoc támogatások, valamint a közmédiát megillető bizonyos mentességek is.

Előbbi körbe sorolható, hogy az MTVA és a DMSZ:

- a feladat ellátáshoz szükséges mértékben a műsorkészítés céljából üzemben tartott és műsorkészítés során használt gépjárművek Magyarország területén közúti forgalomban való részvételének – összömegre, tengelyterhelésre és méretre vonatkozó – korlátozására, illetve az ezzel kapcsolatos díjfizetési kötelezettségre, valamint időbeli korlátozásokra vonatkozó jogszabályok nem alkalmazandóak (Mttv. 98. § (9) bek.);
- személyes illetékmentességre jogosultak, és nem alanyai a társasági adónak, valamint a helyi adónak (Mttv. 108. § (12) bek., 136. § (18) bek.);
- egymás közötti jogviszonyaiban történő beszerzések nem tartoznak a közbeszerzésekről szóló törvény alkalmazási körébe (Mttv. 108. § (13) bek.).

Ami az ad hoc támogatásokat illeti, a közszolgálati médiarendszer a 2010-es Mttv. hatálya alatt egyetlen esetben részesült: az MTVA adóssághozjáról és a feladatellátásához nem szükséges állami tulajdonú ingatlanok tulajdonosi joggyakorlásának visszaadásáról szóló

1711/2015. (X. 5.) Korm. határozattal a Kormány az MTVA fennálló 35 570,14 millió forint tőkeösszegű ingatlanfinanszírozási hitelét és 11 578,95 millió forint összegű forgóeszközhitelét a 2015. év során átvállalta. Ennek oka a közmédia székházának felépítésére és használatára vonatkozó korábbi döntés.

*Összegezve:* a közszolgálati média finanszírozásának számos módja van, amelyek közé sorolható a televízió nézők által befizetett előfizetési (üzembentartási) díjak vagy a központi költségvetés által részben előre tervezhetően, részben eseti támogatásként folyósított összegek, de emellett a közmédia saját tevékenysége által is forrásokhoz juthat (pl. reklámbevételek révén). A finanszírozás körében pedig nem szabad megfeledkezni a különféle mentességekről, (adó)kedvezményekről, amely révén a közszolgálati média a piaci szereplőkkel szemben kedvezőbb anyagi helyzetbe kerülhet – az állami költségvetés terhére (DONDORES 2010).

A Közlemény (2009-es Közlemény) minimális konkrétumot tartalmaz a tekintetben, hogy miként lehet elhatárolni a kereskedelmi és közszolgálati tartalmakat. Példaként hozza, hogy egyértelműen kereskedelmi tevékenység, ha a specializált prémium tartalmi szolgáltatások igénybevételeért közvetlenül díjat számítanak fel, de ha a közszolgálati tartalmat új platformon (pl. mobilkészüléken) terjesztik, és ezért számítanak fel terjesztési díjat, az nem teszi a szolgáltatást kereskedelmivé (platformsemlegesség elve).

A Közlemény szerint a közszolgálati médiaszolgáltató nem végezhet olyan tevékenységet, amely a piaci verseny olyan aránytalan torzulásához vezetne, amely nem szükséges a közszolgálati küldetés teljesítéséhez. Nem kizárt azonban, hogy a közszolgálati feladat részei legyenek prémiumtartalmak (pl. prémium sportközvetítési jogok). Ilyen esetben közpénzből finanszírozott közszolgálati feladatnak tekinthető a prémiumtartalmak minél nagyobb közönséghez való ingyenes eljuttatása. Aránytalan versenytorzításnak minősül ugyanakkor, ha e jogokat a közszolgálati médiaszolgáltató nem meríti ki, és át sem adja másnak alengedély útján. Ennek szabályozással való rendezése a tagállamok feladata.

A Közlemény a kereskedelmi tevékenységet folytató közszolgálati médiaszolgáltatóktól megkívánja, hogy tiszteletben tartsák a tisztességes verseny elvét, beruházásaikban kövessék a magánbefektető elvét és ne alkalmazzanak versenyellenes gyakorlatot versenytársaikkal szemben. Külön kiemeli az ár-alá kínálás tilalmát, mely elsősorban a hirdetési árak és fizetős kereskedelmi szolgáltatások terén jelentkezik. A piaci elvek érvényesülésének ellenőrzése és erre vonatkozóan megfelelő mechanizmusok kiépítése a tagállami hatóságok feladata. (BAYER et al. (2010).

A Közlemény nem emel gátat a közszolgálati média technológiai fejlődése elé, azaz nem korlátozza az általa nyújtható szolgáltatások körét a digitális környezetben. A Bizottság elismeri a technológiasemlegesség elvét, amely egyrészt az audiovizuális tartalom terjesztésére szolgáló valamennyi platformhoz való jogosultságot jelenti, másrészt ezeken a platformokon a közszolgálati média nemcsak a hagyományos lineáris, hanem egyéb „nem hagyományos” tartalmak szolgáltatását is végezheti (KOLTAY – NYAKAS 2012, szerk.).

A közszolgáltatási kötelezettséget hivatalos aktussal (pl. jogszabály, szerződés vagy hatáskör-megjelölés) kell a médiaszolgáltatóra telepíteni, és a teljesítést egy független, tagállam által kijelölt hatóságnak vagy testületnek kell ellenőriznie. A megbízásról szóló hivatalos aktus(ok)nak meg kell határozni a közszolgálati kötelezettségek pontos jellegét, az ellentételezés nyújtásának feltételeit, valamint a túlkompenzálás elkerülésére és visszafizetésére irányuló rendelkezéseket. Ha a közszolgálati feladat alkalmazási körét kiterjesztik új szolgáltatásokra, a meghatározást a megbízási aktust megfelelően módosítani kell. Annak érdekében, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatóknak lehetőségük legyen gyorsan reagálni az új technológiai fejleményekre, a tagállamok rendelkezhetnek úgy is, hogy az új szolgáltatásra szóló megbízást a Közlemény által gyakorlatilag kötelezően előírt közérték (*public value*) teszt szerinti

értékelést követően adják meg, azaz mielőtt az eredeti megbízási aktust hivatalosan egységes szerkezetbe foglalják. A megbízás és a szerkesztői függetlenség elválik egymástól, előbbi nem érintheti az utóbbit. A megbízás a tevékenység terjedelmét, és nem a tartalmát érinti, a médiatartalomba a megbízást kibocsátó szerv nem szólhat bele. A ZDF-ügyben a Bizottság arra az elvi álláspontra helyezkedett, hogy a közszolgálati média függetlenségének a követelménye nem derogálja a hivatalos aktusban történő megbízás pontos megfogalmazásának követelményét. A műsorszerkesztői szabadságnak, ennek értelmében, csak a közszolgálati feladat által meghatározott keretek között kell érvényesülnie 2009-es Közlemény, 50–52. pontok. és E2/2005 sz. döntés, 251. pont alapján.

Nem elegendő ugyanakkor az, hogy hivatalosan megbízzák a közszolgálati médiaszolgáltatót a közszolgálati feladat elvégzésével, az is szükséges, hogy a közszolgáltatást ténylegesen a hivatalos megállapodásban foglaltak szerint lássák el. Nem a Bizottság feladata annak megítélése, hogy teljesülnek-e a minőségi előírások, ezért kell biztosítani a megfelelő tagállami felügyeletet. Az Amszterdami Jegyzőkönyvvel összhangban, a közszolgálati kötelezettségek teljesítésének hatékony felügyeletét biztosító mechanizmus kiválasztása a tagállam hatásköre. De a Közlemény szerint a felügyelet csak akkor tekinthető hatékonynak, ha azt a közszolgálati médiaszolgáltató vezetőségétől ténylegesen független szerv végzi, amely rendelkezik a felhatalmazással és a szükséges forrásokkal a rendszeres felügyelet biztosítására, és amely megfelelő jogorvoslati intézkedéseket képes kiszabni akkor, ha az szükséges a közszolgálati kötelezettségek betartásának biztosításához. Ha nem igazolható, hogy a közszolgáltatást ténylegesen a megbízás szerint látják el, a Bizottság nem tud az EK-szerződés 86. cikk (2) bekezdése (későbbi EUMSZ 106. cikk (2) bekezdése) alapján az állami támogatás számára mentességet adni. A felügyelet legjobb módja a Bizottság és a Közlemény szerint az *ex ante* közérték-teszt bevezetése (bővebben ld. *f*) pont) 2009-es Közlemény, 53–55. pontok szerint.

#### *Átláthatóság és keresztfinanszírozás tilalma (6.4. pont)*

Az állami támogatás bizottsági vizsgálatához a közszolgálati feladat világos és pontos meghatározása és a közszolgálati és nem közszolgálati tevékenységek világos és megfelelő elkülönítése szükséges, amely kiterjed az elszámolások elkülönítésére is. A tagállamok a 2006/111/EK irányelv alapján kötelesek átláthatósági intézkedéseket hozni bármely olyan vállalkozás esetében, amelyet különleges vagy kizárólagos jogokkal ruháztak fel, vagy általános gazdasági érdekű szolgáltatás végzésével bíztak meg, és e szolgáltatásokkal összefüggésben bármilyen formában közszolgálati ellentételezésben részesül, és amely más tevékenységeket, vagyis nem-közszolgálati tevékenységeket is végez. Az átláthatósági előírások a következők: *a*) a különböző tevékenységek, azaz a közszolgálati és nem közszolgálati tevékenységek szerinti belső elszámolásokat el kell különíteni; *b*) minden költséget és bevételt helyesen, következetesen alkalmazott és objektíven indokolható költségelszámolási elvek alapján kell kijelölni és megosztani; és *c*) világosan meg kell határozni azokat a költségelszámolási elveket, amelyek szerint az elkülönített számlákat fenntartják 2009-es Közlemény, 60–61. pontok alapján.

A BBC Digital Curriculum ügyében a Bizottság megállapította, hogy a BBC a közszolgálati feladatai körében nem lehet felelős az adott szolgáltatás iskolákba és családokhoz történő eljuttatásáért, így világos, hogy ez a szolgáltatás megfelelő mértékű állami támogatás hiányában nem nyújtható. A finanszírozásra szánt összeget a brit kormány mellett az illetékes államtitkár is jóváhagyta a szolgáltatás kapcsán, továbbá a BBC az átláthatósági irányelv vonatkozó rendelkezése értelmében elkülönítetten vezette a kereskedelmi és a közszolgálati tevékenységéhez kapcsolódó számláit, és a keresztfinanszírozás megelőzésére is megfelelő jogi normák léteznek (ld. pl. Board of Governors és Audit Committee működése). A Bizottság megfelelőnek találta a brit szabályozásban létező mechanizmusokat, amelyek egyfelől a

költségek kiszámítására, másrésről a keresztfinanszírozás kiküszöbölésére irányultak N37/2003 sz. döntés, 50. pont és az 51–58. pontok alapján.

#### *Pénzügyi ellenőrzés biztosítása (6.6. pont)*

A pénzügyi ellenőrzési mechanizmusok csak akkor tekinthetők hatékonyak, ha azt a közszolgálati műsorszolgáltatótól független, külső szerv végzi rendszeres, lehetőleg éves időközökben. A tagállamoknak gondoskodniuk kell arról, hogy hatékony intézkedéseket tudjanak foganatosítani a 10%-ot meghaladó mértékű túlkompenzáció, illetve a keresztfinanszírozások visszafizettetésére. A közszolgálati műsorszolgáltatók pénzügyi helyzetét minden egyes, a nemzeti tagállami műsorszolgáltatási rendszerben meghatározott finanszírozási időszak vagy – ennek hiányában – egy általában négy évnél nem hosszabb időszak végén átfogó felülvizsgálatnak kell alávetni. A finanszírozási időszak végén, illetve az előzőleg említett időszak végén fennmaradó valamennyi „közszolgálati tartalékot” figyelembe kell venni a közszolgálati műsorszolgáltató következő időszakra vonatkozó pénzügyi igényeinek kiszámításakor. A közszolgálati feladathoz tartozó éves költségek 10%-át meghaladó, rendszeres közszolgálati tartalékképzés esetében a tagállamoknak meg kell vizsgálniuk, hogy a finanszírozási szint összhangban van-e a közszolgálati műsorszolgáltató tényleges pénzügyi igényével 2009-es Közlemény, 78–79. pontok alapján.

#### *A közszolgálati műsorszolgáltatási tevékenységek diverzifikálása (6.7. pont)*

A közszolgálati műsorszolgáltatóknak lehetőséget kell nyújtani arra, hogy technológia-semleges alapon kihasználják a szolgáltatási platformok digitalizálódása és diverzifikációja nyújtotta lehetőségeket a társadalom javára. A közszolgálati műsorszolgáltatók alapvető szerepének garantálása érdekében az új digitális környezetben, állami támogatást vehetnek igénybe ahhoz, hogy új szolgáltatási platformokon audiovizuális szolgáltatásokat kínáljanak úgy a nagyközönség, mint a speciális érdeklődésű közönség számára, feltéve hogy az adott társadalom ugyanazon demokratikus, társadalmi és kulturális igényeit elégítik ki, és nem gyakorolnak a közszolgálati feladat teljesítéséhez nem szükséges, aránytalan hatásokat a piacra 2009-es Közlemény, 81. pont és a 83 pont alapján.

Annak ellenére, hogy a közszolgálati műsorok hagyományosan ingyenesen foghatók, az ilyen szolgáltatásokban megjelenő közvetlen díjazási rész – bár a nézői hozzáférésre hatással van – nem feltétlenül jelenti azt, hogy e szolgáltatások nyilvánvalóan nem részei a közszolgálati feladatnak, feltéve hogy e szolgáltatások/műsorok díjkötelessége nem válik hátrányára a közszolgálati feladat megkülönböztető jellegének a társadalom demokratikus, társadalmi és kulturális igényeinek kielégítése értelmében, amely elkülöníti a közszolgálati feladatokat a tisztán kereskedelmi tevékenységektől. A díjazási elem az egyik olyan szempont, amelyet figyelembe kell venni az ilyen szolgáltatásoknak a közszolgálati feladatba történő besorolására vonatkozó döntés során, mivel ez hatással lehet a nyújtott szolgáltatás egyetemességére és a szolgáltatás általános jellegére, valamint a szolgáltatás piacra gyakorolt hatására. Feltéve, hogy az adott fizetős szolgáltatások a társadalom meghatározott társadalmi, demokratikus és kulturális igényeit elégítik ki, anélkül, hogy aránytalanul hatnának a versenyre és a határokon átívelő kereskedelemre, a tagállamok megbízhatják a közszolgálati műsorszolgáltatókat, hogy ilyen szolgáltatásokat nyújtsanak közszolgálati feladatuk részeként 2009-es Közlemény, 81. pont és a 83 pont alapján.

### *Piaci magatartás (6.8. pont)*

A közszolgálati műsorszolgáltató nem végezhet olyan tevékenységet, amely a piaci verseny olyan aránytalan mértékű torzításához vezetne, amely nem szükséges a közszolgálati küldetés teljesítéséhez. Például a prémiumtartalmak vásárlása általánosan elfogadott, mint a közszolgálati műsorszolgáltató átfogó közszolgálati küldetésének része. Ugyanakkor aránytalan piaci torzulás lépne fel abban az esetben, ha a közszolgálati műsorszolgáltató e kizárólagos prémiumjogokat felhasználatlanul hagyná, anélkül, hogy ezekre a jogokra átlátható módon, megfelelő időben alhasznosítási engedélyt (*sublicensing*) adna. Ezért a tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók a prémiumjogok megszerzése vonatkozásában is tiszteletben tartásuk az arányosság alapelvét, és alkossák meg azokat a szabályokat, amelyek a fel nem használt kizárólagos prémiumjogok közszolgálati műsorszolgáltatók általi továbbengedélyezését (*sublicensing*) szabályozzák.

A közszolgálati műsorszolgáltatók kereskedelmi tevékenységük végzése során kötelesek betartani a piaci elveket, a kereskedelmi leányvállalataival fenntartott kapcsolataiban pedig betartani a tisztességes verseny elvét. A tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók betartsák a tisztességes verseny elvét, kereskedelmi beruházásaikat a piaci magánbefektetői elvvel összhangban végezzék, és versenytársaik tekintetében ne alkalmazzanak versenyellenes gyakorlatokat közfinanszírozásuk alapján.

Versenyellenes gyakorlat lehet például az áralákínálás. Egy közszolgálati műsorszolgáltató például, amennyiben az állami támogatás az alacsonyabb bevételeket is fedezi, hajlamos lehet a reklámárak piaci ár alá való lenyomására vagy más, nem közszolgálati tevékenységeknek (pl. kereskedelmi fizetős szolgáltatások) a racionálisan piackonformnak tekinthető ár alatti értékesítésére, hogy a versenytársak bevételeit csökkentse. Az ilyen magatartás nem tekinthető a műsorszolgáltatóra ruházott közszolgálati feladat szerves részének, és minden esetben „a közös érdekekkel ellentétes mértékben befolyásolná a Közösségen belüli kereskedelmi és versenyfeltételeket”, és így megsértené az Amszterdami Jegyzőkönyvet 2009-es Közlemény, 92–94. Pontok alapján. A Bizottság a piaci magánszereplők panaszára a RAI-ügyben vizsgálta részletesen az olasz közmédia állítólagos versenyellenes magatartását, azonban részletes – többek között nézettségi adatokat, a reklámozásra fordított időtartamot, reklámtarifákat is tartalmazó – vizsgálatot követően arra az eredményre jutott, hogy a RAI e tekintetben a reklámbevételek maximalizálására törekedve olyan magatartást tanúsított, mint egy átlagos piaci szereplő C62/1999 sz. döntés, 126–149. pontok alapján.

A „létező támogatás” és az „új támogatás” közötti különbségtétel alapvető fontosságú, mert minden új támogatást előzetes notifikációra be kell jelenteni a Bizottsághoz, aki dönthet annak EU joggal való összeegyeztethetőségéről. Amíg ez a döntés nem születik meg, vagy a döntésre rendelkezésre álló idő nem múlik el eseménytelenül, addig az új támogatás nem vezethető be. Ha az új támogatást előzetesen nem jelentik be, és utóbb a bizottság úgy találja, hogy az nem felel meg a követelményeknek, akkor a Bizottság annak visszamenőleges visszatérítésére kötelezheti a támogatás jogosultját.

Ezzel szemben, a „létező támogatás” (*existing aid*) esetében ilyen bejelentésre nincsen szükség. Ha a Bizottság a létező támogatást jogellenesnek találja, csak a támogatási szabályok átalakítását – a jogi szabályozás módosítását – és a jogsértő módon adott támogatás jövőbeni kifizetésének megtiltását írhatja elő.



„Létező támogatásnak” minősül

- a) Ausztria, Finnország és Svédország csatlakozási okmánya 144. és 172. cikkének, a Cseh Köztársaság, Észtország, Ciprus, Lettország, Litvánia, Magyarország, Málta, Lengyelország, Szlovénia és Szlovákia csatlakozási okmánya 3. pontjának és a IV. melléklet függelékének, valamint Bulgária és Románia csatlakozási okmánya 2. pontjának és 3. pontja b) alpontjának és az V. melléklet függelékének, továbbá Horvátország csatlakozási okmánya 2. pontjának és 3. pontja b) alpontjának és a IV. melléklet függelékének sérelme nélkül, minden támogatás, amely az EUMSZ-nek az érintett tagállamokban történő hatálybalépését megelőzően már létezett, vagyis az olyan támogatási programok és egyedi támogatások, amelyeket az EUMSZ-nek az érintett tagállamokban történő hatálybalépése előtt vezettek be és azt követően is alkalmazhatók;
- b) engedélyezett támogatás, azaz olyan támogatási programok és egyedi támogatások, amelyeket a Bizottság vagy a Tanács engedélyezett;
- c) olyan támogatás, amelyet a 659/1999/EK rendelet 4. cikkének (6) bekezdése szerint vagy a 659/1999/EK rendelet hatálybalépése előtt, de ennek az eljárásnak megfelelően engedélyeztek;
- d) olyan támogatás, amely létező támogatásnak tekintendő az e rendelet 17. cikke szerint;
- e) olyan támogatás, amelyet létező támogatásnak kell tekinteni, mert megállapítható, hogy a hatálybalépése idején nem minősült támogatásnak, és ezt követően – a belső piac fejlődésének eredményeként és anélkül, hogy a tagállam módosította volna – vált támogatássá. Egyes intézkedéseknek egy tevékenység az uniós jog általi liberalizálását követő támogatássá válása során az ilyen intézkedések a liberalizációra megállapított időpontot követően már nem minősülnek támogatásnak 2015/1589/EU rendelet 1. cikk b) pont szerint.

Magyarország esetében a Közlemény alapján létező támogatásnak tekintendők mindazon támogatások, amelyek 1994. december 10. napján hatályban voltak, és szerepelnek a csatlakozási szerződéshez mellékelte listán. Ezen felül az „ideiglenes eljárás” keretében jóváhagyott támogatások is létező támogatásnak tekintendők 2009-es Közlemény, 27. pont alapján.

„Új támogatásnak” minősül minden olyan támogatási program és egyedi támogatás, amely nem „létező támogatás”, ideértve a „létező támogatások” módosítását is 2015/1589/EU rendelet 1. cikk c) pont. alapján. A létező támogatás módosításának minősülnek azon módosítások, amelyek nem pusztán formális vagy adminisztratív jellegű módosítások. A meglévő szabályok szerinti támogatás összegének növelése önmagában nem minősül új támogatásnak, ameddig az nem haladja meg a 20%-os növekedést 794/2004 EK rendelet, 4. cikk szerint; ugyanez a Bizottság gyakorlatában is megerősítést nyert C38/2009 sz. döntés, 49. pont alapján. Bizonyos esetekben a támogatási rendszer változása miatt a támogatás új támogatásnak minősülhet. Ez csak abban az esetben merülhet fel, amikor a változás az eredeti támogatási rendszer lényegét érinti. Egyértelműen új támogatásról van szó akkor, ha a támogatási rendszer új eleme tisztán elkülöníthető az eredeti támogatástól. Lényeges változásnak minősül az olyan változás, amely a támogatás természetét, célját, jogi alapját, kedvezményezettjét és forrását érinti. A támogatás összegének változása nem minősíti a támogatást új támogatássá. Amennyiben a támogatás természete és a kedvezményezett tevékenysége tekintetében a vonatkozó jogszabályok nem módosultak, új támogatásról nem beszélhetünk. Abban az esetben, ha a módosítás nem a támogatás lényegét érinti, legfeljebb a változás minősülhet új támogatásnak.

Az Európai Unió a nemzetközi jognak is megfelelő jogi keretet hozott létre az audiovizuális médiaszolgáltatásokról, amely elődjelesen az Európai Parlamenthez kapcsolódik. Az Európai Unióban az audiovizuális politikát elsősorban az Európai Unió működéséről szóló szerződés

(EUMSZ) 167. és 173. cikke szabályozza, amelyet 2018-ban felülvizsgáltak. Az ágazatot (kiváltképp a filmgyártást) támogató legfőbb uniós eszköz a Kreatív Európa program MEDIA alprogramja. Az Európai Unió Alapjogi Chartája felszólít arra, hogy „a tömegtájékoztatás szabadságát és sokszínűségét tiszteletben kell tartani”. (Európai Parlament, 2019).

A médiaszolgáltatásnak jelentős nemzetközi jogi háttere alakult ki az elmúlt évtizedekben, amelyet jól jellemeznek az Európai Unió különböző intézményeinek erre irányuló döntései. Ezek közül az intézmények közül az Európai Parlament és az Európai Bizottság érdemel kiemelt említést. Az Európai Parlament meghozta határozatát „*A Határok nélküli audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv*” címén.

Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv megfogalmazásakor az Európai Parlament hangsúlyozta, hogy a közvetítési technológiák új fejleményei a kereskedelmi tévéadók számának növekedéséhez vezettek az 1980-as években Európában, továbbá ahhoz, hogy közvetítéseiket számos országban lehetett fogni. Ezzel közös minimumstandardok kidolgozása vált szükségessé, amelyeket első alkalommal a „határok nélküli televíziózásról” szóló irányelv (89/552/EGK) rögzített. Az első felülvizsgálat során bevezették a „származási ország” elvét, azaz azt, hogy a műsorszolgáltatók a székhelyük szerinti tagállam joghatósága alá tartoznak. A 2007-es felülvizsgálat nyomán új szolgáltatásokkal, például az interneten rendelkezésre álló online videotékákkal egészült ki az irányelv. 2010-ben egységes szerkezetbe foglalták az irányelvet, és elnevezését „audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvre” változtatták.

Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv alkalmazásáról szóló, 2012-es bizottsági jelentésben és „Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, értékek” című, 2013-as bizottsági zöld könyvet követő vita során világossá vált, hogy az audiovizuális médiaszolgáltatások konvergálnak, és fogyasztásuk és szolgáltatásuk módja a technológiai fejlődésnek megfelelően folyamatosan változik. A szabályozási keret aktualizálása és a legújabb fejleményekkel való lépéstartás érdekében a Bizottság 2016. május 25-én új jogalkotási javaslatot tett közzé az az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv módosításáról. A szövegről szóló intézményközi háromoldalú tárgyalások 2018. június 6-án lezárultak. Az elfogadott szöveg legfontosabb elemei:

- (1) a kereskedelmi célú közleményekre vonatkozó óránként 12 perces korlátozás helyett a napi 20%-os korlátozás bevezetése a reggel 6 és este 6 óra közötti időszakban;
- (2) a kiskorúak védelme a „számukra esetlegesen káros” tartalmaktól, továbbá ugyanaz a szabályozás vonatkozik a hagyományos műsorszolgáltatásokra, valamint a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatásokra;
- (3) az európai alkotásokra vonatkozó rendelkezések kiterjesztése a lekérhető szolgáltatások szolgáltatóira, amelyeknek gondoskodniuk kell arról, hogy katalógusaikban az ilyen művek aránya legalább 30% legyen, és hogy e művek kellő hangsúlyt kapjanak; és
- (4) az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv hatályának kiterjesztése a videómegosztó platformokra a gyűlöletbeszéd elleni küzdelem és a kiskorúak káros tartalmaktól való védelme érdekében. A plenáris ülésen az új szabályok elfogadására 2018. október 2-án került sor. Ezt követően a Tanács 2018. november 6-án megszavazta az irányelv elfogadását. A tagállamoknak 2020. szeptember 19-ig kellett átültetniük azt nemzeti jogukba. (Ismertetők az Európai Unióról. Európai Parlament, 2020)

Az irányelv a kiskorúakat védő egyedi szabályokat tartalmaz mind a hagyományos műsorszolgáltatás, mind a lekérhető audiovizuális médiaszolgáltatások tekintetében. E szabályokat a kiskorúak és az emberi méltóság védelméről szóló, 1998. és 2006. évi ajánlások egészítették ki. 2012-ben elfogadták „Az európai stratégia gyermekeink internetes biztonságáért” című dokumentumot, amelyet az Európai Hálózatfinanszírozási Eszköz keretében a „Gyermekbarát internet” program (korábban Biztonságosabb internetprogram) támogat. (Európai Parlament, 2019).

Az Európai Unió már az 1980-as évek elején kialakította azokat a jogi alapokat és működési alapelveket, amelyek a médiaszolgáltatásokról szóló irányelvet határozták meg az EU tagországok határait átívelő egységes rendszer alapján. Ennek megfelelően az Európai Parlament 1982-ben, határozatban felszólította a Bizottságot egy közösségi szintű szabályozás tervezetének elkészítésére. A Bizottság ennek nyomán 2 év múlva közzétette a "*Határok nélküli televíziózásról szóló Zöld Könyv*"-ét. A Zöld Könyv célja, hogy alternatívákat javasoljon egy adott terület szabályozására és lehetőséget nyújtson az érdekelt feleknek arra, hogy kifejtsek a témával kapcsolatos álláspontjukat. (Európai Bizottság, 1984)

A "*Határok nélküli televíziózásról szóló Zöld Könyv*" megjelenése nyomán egy évekig tartó vita vette kezdetét a tagállamok között. Voltak tagállamok, akik egy egységes európai kultúra létrehozását szorgalmazták, míg mások az egységes szabályozásban saját kulturális hatásköreik korlátozását látták. Végül az Irányelvet 1989-ben elfogadták. Az audiovizuális szektor modernizálódása (pl.: internetre köthető tévékészülékek) azonban új kihívások elé állította a törvényalkotókat. A célkitűzések között szerepelt a kiskorúak védelme a káros tartalmaktól, illetve a gyűlöletkeltés visszaszorítása, ugyanakkor az is fő szempont volt, hogy a szólásszabadsághoz fűződő jog ne sérüljön. A Bizottság ezért 2005-ben benyújtotta jogalkotási javaslatát, az Európai Parlament és a Tanács pedig 2007-ben elfogadta az új módosító irányelvet. A módosítás legnagyobb újítása az volt, hogy a hatályát kiterjeszti minden audiovizuális médiaszolgáltatásra. Az új szabályozás az Irányelv elnevezését is módosította "*Határok nélküli audiovizuális médiaszolgáltatásról szóló irányelvre*". (Európai Bizottság 2007; Európai Parlament 2019; European Commission 2019a; European Commission 2019b).

Fontos megjegyezni, hogy az irányelv csak egy úgynevezett *minimumszabályozási elv*. Ez azt jelenti, hogy csak azokat a minimális követelményeket rögzíti, amelyeket a tagállami szabályozásnak teljesítenie kell. Tehát nem tiltja, hogy a tagállamok ezen túlmenő, részletesebb vagy szigorúbb szabályozást alkalmazzanak (KENDE - SZÚCS 2011; Kreatív Európa Program 2014-2020).

Az Európai Parlament és az Európai Tanács meghatározta az *audiovizuális médiaszolgáltatásról szóló irányelv alapján a szabályozás legfontosabb területeit is, az alábbiak szerint* (European Commission 2019a; European Commission 2019b). Az irányelv több olyan területen harmonizálja a tagállami jogszabályokat, ahol az eltérő rendelkezések ténylegesen gátolhatják a médiaszolgáltatások szabad áramlását:

- Az Mttv szerint kiemelten nagy jelentőséggel bíró események közvetítése
- Európai művek védelme
- Reklámszabályozás
- Közrend és kiskorúak védelme

A reklámoknak az alábbi előírásoknak kell megfelelniük:

- A kereskedelmi közleménynek könnyen felismerhetőnek kell lennie és nem alkalmazhatnak tudatosan nem észlelhető technikákat.
- Kifejezetten tilos dohánytermékekre és kizárólag vényre kapható gyógyászati termékekre vonatkozó kereskedelmi közlemény minden formája.
- Nem sértheti az emberi méltóságot, nem tartalmazhat hátrányos megkülönböztetést, illetve nem bátoríthat egészséget, biztonságot, környezetet veszélyeztető magatartásra.
- A kereskedelmi közlemény nem használhatja ki a kiskorú tapasztalatlanságát vagy hiszékenységét, nem bátoríthat arra, hogy rábeszélje a szülőket a vásárlásra, illetve indokolatlanul nem ábrázolhat kiskorút veszélyes helyzetben.

Az Európai Parlament és az Európai Tanács a továbbiakban a MEDIA és a MEDIA Mundus helyzetéről is, kihangsúlyozva ezek fontosságát és költségvetését is, amely kulturális programok időben közvetlenül egymást követték (Kreatív Európa Program 2014-2020):

#### MEDIA 2007

- 2007-től 2013-ig tartott
- céljai: az európai kulturális sokszínűség és filmművészeti örökség megóvása és fejlesztése, az európai audiovizuális művek forgalmának élénkítése, valamint az európai audiovizuális ipar kereskedelmi teljesítményének fokozása
- 755 millió euró költségvetés

#### MEDIA Mundus

- 2011-től 2013-ig tartott
- célja, hogy elősegítse az európai filmipar nemzetközi dimenziójának kibontakozását
- 15 milliós költségvetés

A kulturális, kreatív és audiovizuális ágazatok további szélesítését is elfogadták az Európai Unió vezető intézményei a *Kreatív Európa Program* keretében, amely közvetlenül követte a MEDIA Mundus programot, viszont szélesebb szolgáltatási kínálattal, mint az előbbi két időszakban volt:

#### *Kreatív Európa Program (2014-2020)*

- 2014-től 2020-ig tartó, kulturális, kreatív és audiovizuális ágazatok támogatására irányuló új európai program
- ez a program váltja fel a 2013 végén lezárult MEDIA, MEDIA Mundus és Kultúra programokat

- céljai: európai kulturális sokszínűség és örökség megőrzése, illetve a kulturális és kreatív ágazatok versenyképességének növelése
- 1,46 milliárd eurós költségvetés

(Kreatív Európa Program 2014-2020; European Commission 2019a és 2019b)

Maga a *Kreatív Európa Program* is elég széles tartalommal rendelkezik, amely fontos szerepet tölt be 2020 végéig az Európai Unió kulturális és tömegtájékoztatási programok keretében. Ennek a programnak a része a *Television Programming of Audiovisual European Works*, amely széles jogi kereteket biztosít a tévézési programok fejlesztésének is.

### **3.2 A közszolgálati médiaszolgáltatók kereskedelmi tevékenysége és a kereskedelmi közleményekkel szembeni elvárások**

A szabályozás általános rendszertanáról és az információs társadalmi robbanás normatív hatásairól. A legnagyobb kihívást évek óta a médiarendszer egészének egységes keretek közé helyezése jelenti, ami ágazatokon átnyúló horizontális szabályozást tenne szükségessé (a gondolat az Európai Unió Bizottságának a távközlési, média és információtechnológiai szektorok konvergenciájáról és ennek szabályozási kihatásairól szóló Zöld Könyvének IV. 4. fejezetében is megjelen) (GELLÉN 2012; PÁZMÁNDI 2012; TÓTH T. 2009).

Más szerzők (TÓTH A. 2005; Z. KARLAVICS 2003) felhívják a figyelmet arra, hogy az ehhez kapcsolódó konvergencia számos ponton áttörte a korábbi normatív elgondolás korlátait – éppen ezek a pontok jelölik ki azokat a területeket, ahol új, releváns jogi szabályozás szükséges. Például már a kezdetekor bizonyossá vált, hogy a különböző területeken tevékenykedő hírközlési és médiavállalatok egyre szorosabb összefonódásra való törekvésére, ami a bonyolult IT-piac természetes viselkedésének tekinthető, a versenyszabályozás hagyományos modellje nehézkesen adaptálható.

Emellett POLYÁK (2001) véleménye az, hogy míg a hagyományos média tehát a mögötte álló szervezetrendszer által megszerkesztett tartalommal befolyásolja a nyilvános véleményképzést, a digitális kor hozta interaktivitás olyan nyilvános teret hoz létre, amelyben minden korábbinál több vélemény jelenhet meg, és ütközhet.

Miközben az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló 89/552/EGK irányelv módosított, jelenleg hatályos szövege már nem a reklám, hanem a 'kereskedelmi közlemény' kifejezést (commercial communications) használja, ennek nyomán a nemzeti jogok implementációja is többnyire ezt a terminus technicust veszi át. Túlzás nélkül állítható, hogy a televíziós (rádiós) reklámozás szabályozási összefüggései az utóbbi évtizedekben mind az általános reklámszabályozás, mind a médiaszabályozás, mind a reklámpiac önszabályozási törekvéseinek legérzékenyebb területei. Ugyanakkor az ezredfordulót követő évtizedben a reklám következetesen 'kereskedelmi gyakorlattá', a médiaszemponitú normatív alrendszerekben pedig 'kereskedelmi kommunikációvá' szélesedett (POLYÁK 2003).

A társszabályozási megállapodások megszülettek a reklámpiacon például differenciált módon a reklámeszköz-specifikus szakmai önszabályozás ‘területfelosztása’ szerint. A társszabályozás nem *sui generis* hatáskörátadás – a rögzített tételes jogi szabályok és a végrehajtásukra létrejött közigazgatási szerződések is kifejezetten rögzítik, hogy a társszabályozás keretében lefolytatott önszabályozó fórumrendszer eljárásai megelőzik és tehermentesítésként kiegészítik a hatóság tevékenységét, ugyanakkor azt nem ‘váltják ki’, nem helyettesítik, azaz az állami beavatkozásra bármikor sor kerülhet, ha azt a felhatalmazott jogalkalmazó szükségesnek látja.

A kijelölt társszabályozási előszűrési részfeladatok differenciálásával külön megállapodás született az Önszabályozó Reklám Testülettel, a Magyar Lapkiadók Egyesületével, a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesületével és a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületével is. A megállapodások egyébként bizonyos pontokon hangsúlyos tartalmi különbségeket, egyedi vonásokat is tükröznek, azaz már a jelenlegi formájukban sem ‘sémaszabályozások’, ‘egyenmegállapodások’, amelyeknek egyértelműen a Szakmai Szervezetek részpiaci súlyához, jellegzetességéhez is köze van.

Az Európai Parlament és a Tanács 2007/65/EK irányelve (2007. december 11.) a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 89/552/EGK tanácsi irányelv módosításáról. (GELLÉN 2012; PÁZMÁNDI 2012; TÓTH T, 2009).

A Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia az előző kormányzati ciklusban a MEH égisze alatt létrehozott, Sarkady Ildikó által vezetett, kormánybiztosság keretében a digitális átállás kormányzati előkészítését végző szakmai program volt, 2007-re elkészült szakértői anyaggal, és 2008-ra elkészített jogalkotási koncepcióval. Az alapvető szabályozói törekvés, amely az elfogadott médiaszabályozás rendszertanának tisztán tartására törekszik, önmagában helyeselhető. A ‘szervezetinek’ nevezett intézményi vagy másként: státuskérdések és technikai normák, valamint a médiában megfogalmazott üzenetek, azaz a médiatartalmakat befolyásoló normák (tartalomszabályozás) különválasztása nem is új keletű gondolat, már a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS) szakértői anyagaiban is megjelent, amelyeket számos helytálló kritika ért (SCHANDA 2017; GELLÉN 2020; TURGONYI 2012).

GELLÉN (2020) megjegyzi, hogy az Európai Unió jogrendszerében a kereskedelmi gyakorlatok fogalmát és az azok tisztességtelenségére vonatkozó szabályokat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat tiltó 2005-ös irányelv (UCP)2 tartalmazza, amelyet nálunk a 2008. évi XLVII. törvény implementált. E jogforrás gyakorlatilag a tisztességes magatartások mozgásterét jelöli ki a vállalkozások számára: amely gyakorlat e rendelkezésekbe ütközik, az tisztességtelenség minősül, és mint ilyen jogsértő, ezáltal szankcionálható. Az irányelv, *alanyi hatályát* illetően, a fogyasztó és a vállalkozás (kereskedő) közötti kapcsolatokra vonatkozik: célja a fogyasztó, mint gyengébb fél védelme a vállalkozással szemben. Ennek megfelelően a vállalkozások tevékenységét szabályozza, rájuk nézve ír elő kötelezettségeket és tiltásokat (bővebben PÁZMÁNDI 2012).

Az irányelv szerint akkor minősül egy tevékenység kereskedelminek, ha közvetlenül összefügg a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével, a vállalkozás árujának fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével. Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/ EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”). (UCP 2. cikk

d) pont; C-304/08. sz., *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV kontra Plus Warenhandels-gesellschaft mbH* ügyben 2010. január 14-én hozott ítéletet).

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 (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv): „az online platformok interaktív eszközként használják az internetet, és a felek közötti kapcsolatokat megkönnyítő közvetítő szerepét töltik be, ezáltal a globális piachoz való hozzáférés elősegítése révén előnyökkel járnak a felhasználók, a fogyasztók és a vállalkozások számára”. Hozzáteszi még, hogy „az online platformok hozzájárulhatnak az áruk és szolgáltatások keresletének és kínálatának a közösségi érzelmek, a megosztott hozzáférés, a hírnév és a bizalom alapján való kiigazításához”. Ez kapcsolódik az Európai Parlament 2017. június 15-ei állásfoglalása az online platformokról és a digitális egységes piacról [2016/2276 (INI)]. Az EB kiemeli, hogy a rendelkezésére álló bizonyítékok azt mutatják, hogy a fogyasztók számára ezen átfogó jogi keret ellenére is nehéz a különféle termékek árának és minőségének összehasonlítása (Jelentés 2013-16. lj. – 3.4.2.pont). Nem találkozunk az online platform meghatározásával a szabályozásban,10 azonban az Európai Bizottság már a 2016-ban kiadott iránymutatásában törekedett néhány platformként, ‘piactérként’ működő üzleti modell azonosítására (NYAKAS 2015; GELLÉN 2020):

- keresőmotorok (pl. Google, Yahoo!);
- közösségi média (pl. Facebook, Twitter);
- felhasználói értékelő eszközök (pl. Tripadvisor);
- összehasonlító eszközök (pl. Trivago, Rentalcars.com, Kayak, Booking.com);
- közösségi (megosztásalapú) gazdasági platformok (pl. Airbnb, Uber,);
- e-kereskedelmi platformok, piacterek (pl. Zalando, Amazon, Alibaba, eBay);
- alkalmazás-áruházak (pl. Google Play, Amazon Appstore);
- kollektív vásárlási weboldalak (pl. Groupon);
- Facebook szabályozási kérdéseihez (NYAKAS 2015).

A fenti szerzők (GELLÉN 2012; PÁZMÁNDI 2012) egy része kitért arra is, hogy a termékelhelyezés lehetőségét a magyar médiaszabályozás a feltételek meghatározásával, a tematikus fikciós műfajokon kívül egyéb műsorszámokban is (pl. magazinműsorok) lehetővé teszi. A szakma ezen a ponton is jelzett bizonytalanságot, amelynek nyomán a médiahatóság (az NMHH Médiatanácsa) első körben soft law megalkotásával adott választ. A termékelhelyezésre vonatkozó médiatanácsai ajánlás (továbbiakban: Ajánlás) jelentősége abban áll, hogy bár –a jogelvek általános érvénye mentén – kötelező erővel nem bír, a jogalkalmazás (és jogkövetés) releváns orientációja. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának ajánlása a termékmegjelenítés szabályainak alkalmazásáról, 2011. július 20.-án, és módosítva 2011. szeptember 1-én.

Online közegben a reklámkerülés eszköztára kibővült – egyfelől a kereskedelmi információ könnyen elérhető, másfelől viszont könnyen el is kerülhető. Sőt mára kialakult az úgynevezett

semleges viszonyulás, amelyet bannervakságnak nevezünk: főleg a gyakorlott, naponta netező látogatókra jellemző, hogy tovább lépnek, direkt kerülnek, kizárják a figyelmükből a bannereket (GYULAVÁRI – HUBERT 2014; KLEIN 2018). A közvetítő szerepről Koltay András a következőképp fogalmaz: „a médium és a közönség között mindig volt közvetítő (újságárus, posta, műsorterjesztő), de az internetes környezetben ezek szerepe jócskán megnő elődeikéhez képest. Az internetszolgáltatók, a keresőmotorok (Google) és a *social media* (magyarul: közösségi média, azaz a Facebook, Twitter stb.) például nemcsak megkerülhetetlenek a kommunikáció folyamatában, hanem képesek a nyilvános szféra alapvető befolyásolására is, arra, hogy bizonyos tartalmakat elérhetetlenné, vagy csak nagy nehézségek árán elérhetővé tegyenek, más tartalmakat pedig tömegekhez juttassanak el (KOLTAY 2017; TÓTH 2018).

Tipikusan ilyen eset, amikor a közösségi médiában – közösségi oldalakon, blogokban, hálózatépítő weboldalakon – *bújtatott reklámot* tesznek közzé (blogmarketing, áluhás hirdetés). A blogmarketing kevésbé ötletorientált – itt a fogyasztó állításába vetett bizalom játszik nagy szerepet (a vállalkozás azt a látszatot kelti, mintha fogyasztóként fogalmazná meg a véleményét). Az Európai Parlament a reklámok fogyasztókra gyakorolt hatásáról szóló 2010-es állásfoglalásában, Az internet és az új technológiák fejlődéséből eredő problémák részben e témával is foglalkozik. Rávilágít arra a gyakori esetre, amikor közösségi kapcsolatépítő hálózatokon, fórumokon és blogokon helyeznek el tartalmuk alapján egyszerű véleménynyilvánításnak tűnő „bújtatott” reklámot (pl. egy vállalkozás, termék, szolgáltatás megítéléséről). (GYULAVÁRI – HUBERT 2014; GÁTI – MARKOS-KUJBUS 2012; HUBERT 2016).

TÁRCZY (2012) munkáiban érinti az UCP irányelveit, amely rövidítés a gyakorlatok angol elnevezéséből (= unfair commercial practices) ered. A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 149/22 2005.6.11.) 2 2005/29/EK irányelv 4. fejezet 11. cikk (1) bek., 13. cikk.

Az UCP *irányelv tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról* szóló 2005/29/EK irányelv (továbbiakban: UCP irányelv)<sup>1</sup> megszületéséig, azaz 2005-ig – a vertikális megközelítés jegyében – az Unió mindig csak az adott problémára koncentrált. Így a szabályozás bonyolulttá vált és a jogforrások nem alkottak átlátható rendszert. A UCP irányelvvel kezdődött a horizontális szemlélet előtérbe helyezése (TÁRCZY 2012; MATLÁRY 2007). A horizontális megközelítés jegyében minden, a fogyasztóvédelmi irányelvekkel érintett kérdés (pl. egyes fogalmak meghatározása) szabályozása egy helyre kerül. A szóban forgó irányelv – a fentiekén túl is – számos újdonsággal bír a korábbi irányelvekhez képest. 1.1. Új vonások a szabályozásban. A következők jelentik - a UCP irányelv kapcsán – azokat a sajátosságokat, melyek egyúttal az Unió fogyasztóvédelmi politikájának újdonságai is: teljes (maximum) harmonizáció, az irányelv hatálya, az önszabályozás támogatása, és az irányelv szerkezete (ez utóbbiról a következő alfejezetben lesz szó). a) A UCP irányelv legfontosabb jellemzője, hogy az általa szabályozott területeken megvalósítja a teljes jogharmonizációt, azaz a tagállamok az irányelvben rögzítetteket kötelesek voltak átvenni a változtatás, vagy az eltérés lehetősége nélkül,<sup>2</sup> és nem fogadhatnak el a rendelkezéseinél szigorúbb előírásokat, még akkor sem, ha ezzel a fogyasztók magasabb szintű védelme valósulna meg (Lásd 2.1. alfejezet d) pont).

FRIVALDSZKY (2016) tanulmányában vizsgálta *John Stuart Mill véleménynyilvánítás-szabadságról alkotott elméletének értékelését*, abból a szempontból, hogy ez a szerző valóban a klasszikus érvelési mód útját járta (John Stuart Mill 1994)? A véleménynyilvánítás szabadságának fontosságát a modern korban leginkább John Stuart Mill *A szabadságról* című műve helyezte a közgondolkodás középpontjába. A közjó konkrétabb tartalmi elemeinek adott időben és helyen való meghatározása olyan kérdésekben, amelyek nem az ember legalapvetőbb



erkölcsi dimenzióját érintik – mert azok jogfilozófiai, természetjogi jellegű igazságok –, igényli az egyes véleményektől a „valószínűleg igaz” felé való haladást. Ez a vélemények nyilvános térben való találkozását és ütköztetését teszi szükségessé azért, mert e témákban csak a „valószínűleg igazságos” elérése, megtalálása tűzhető ki célként, ami csakis társadalmi és politikai párbeszédben valósulhat meg és kecsegtethet valódi eredménnyel, azaz az igazságosságnak és a közjónak megfelelő politikai megoldás megtalálásával. A „valószínűleg igaz”-ra irányuló vélemények konstruktív dialógus keretében történő ütköztetésére a klasszikusok retorikája és dialektikája nyújtja véleményünk szerint a legjobb elméleti keretet és gyakorlati mintát. (FRIVALDSZKY 2013; FRIVALDSZKY 2012b; FRIVALDSZKY 2015).

FRIVALDSZKY (2016) a továbbiakban így folytatta Mill munkásságának az elemzését, hogy Mill elméleti rendszerében is így van ez, minthogy az ő véleménypluralizmusa nincs tekintettel a szubsztantív igazságra, sőt, szerinte minden abszolútnak tételezett erkölcsi igazság pusztán létében leküzdendő, miközben minden kisebbségi vélemény és az azokat vallók pozitív diszkriminációra érdemesülnek, pusztán az ilyen való társadalmi létük okán.

A véleménykisebbséget Mill koncepciójában voltaképpen a liberális eszmék követői jelentik, míg a szándékai szerint porlasztandó többségi vélemény a konzervatív, tradicionális, társadalmilag uralmi pozíciót maga mögött tudó erővel azonosítható. Nézetünk szerint Mill nem számolt azzal, hogy a kisebbségi véleményeket vallók társadalmi mértékben többséginek feltüntetve magukat lehetnek elnyomóak és zsarnoki jellegűek a közbeszédben. Éppen a mindenkori kisebbség a közbeszédben erőszakosabb fellépésének lehetőségét, annak csíráit szolgáltatja Mill szóban forgó műve, ahogy azt majd kimutatni igyekszünk. Mill véleménye, hogy „Nem az igazság részeinek *erőszakos összeütközése*, hanem az igazság felének csendes elnyomása a nagy veszedelem” (MILL 2003). SCHAUER (2014) pedig így nyilatkozott Mill nézeteiről: A gondolat szabadságnak a „gondolat” jellegéből fakadó „fizikai” oka az, hogy a gondolat székhelye az emberi elme vagy a szív, s így az nem érhető el közvetlenül a külső hatóságok vagy a társadalmi közvélemény szankciói által.

Mill az uralkodó nézetek és érzelmek, azaz a közvélemény zsarnoki uralmára figyelmeztet. A közvélemény zsarnokságával az egyén szabadságát állítja szembe. Mindazonáltal nem veszi észre, hogy a közvélemény is szervezett magánvélemények összessége, amely egyéni véleményekből összeállva és intézményesítetten szervezve, mozgatva akár egy új zsarnoki közvéleménnyé is válhat. Ily módon a többségi véleménnyel szemben támogatott – általában liberális/libertáriánus nézeteket valló – kisebbségi vélemény maga is könnyen válhat uralkodó nézetként elnyomóvá. Valószínűleg úgy tarthatta Mill, hogy a libertáriánus relativizmus egyszerűen nem válhat zsarnokká. Márpedig napjaink nyugati társadalmainak tapasztalata éppen ennek ellenkezőjét mutatja, azt tehát, hogy a posztmodern relativizmus önmagának ellentmondva lehet a közbeszédben elnyomó jellegű a „politikai korrektség” örvén, a politikai cenzúra szankciórendszerének működtetésével. Azonban már Rousseau-nál megtaláljuk a felvilágosodott közvélemény, illetve a közakarat társadalmi cenzúrájának ideológiai igazolási kísérletét. (MILL 2003; SCHAUER 2014; FRIVALDSZKY 2016 és 2012a).

UDVARY (2020) műben kitér a könyvismertető és médiánan, amely a világon a legrosszabb és a leginkább kiugró példázatokkal rendelkező Klein Tamás művének az ismertetésére (UDVARY 2008). KLEIN (2020), a szerző, módszertani következetességgel és hiánypótló módon először a véleménynyilvánítási és a sajtószabadság elhatárolásának elméleti szempontjait veszi sorra, majd nekilát szálanként elválasztani e kettőt. Fontos a dogmatikai következetesség, ami a kötet nagy erénye, mivel bármennyire is kapcsolódik e két alkotmányos jog, a sajtószabadság eszközjellegéből fakadóan – polgári eljárásjogi analógiával élve – a szolgálóleánya lesz a véleménynyilvánítás szabadságának. Ez a szolgálóleány azonban rendelkezik saját szervezetrendszerrel, ahhoz kapcsolódó instrumentális érdekekkel, komoly gazdasági és befolyásoló potenciállal, olyannyira, hogy közjogilag pontatlan, de szociológiailag belátható

nézete szerint negyedik hatalmi ágként is funkcionál (KOLTAY 2009; CLARK 1938; UDVARY 2015; UDVARY 2012). A szerző KLEIN (2020) az internet szabályozhatósága tekintetében a mérsékelt, realista álláspontra helyezkedik, amikor a szabályozhatóságot nem tagadva alkotmányosan elvárhatónak tartja a klasszikus garanciák megfelelő érvényesítését. Ezzel összefüggésben elemzi a digitális tömegkommunikáció sajátosságait, amelyek néha technikai okokból is befolyásolják a védelmi szintet. Helyesen mutat rá arra, hogy az állam szerepe – a klasszikus szabadságjog beavatkozási tilalmán túlmutatva – bizony a horizontális jogvédelemre is kiterjed: nemcsak az állam sértheti meg a sajtószabadságot és a véleménynyilvánítás szabadságát tevőlegesen, hanem más jogalanyok is. Az állam intézményvédelmi kötelezettsége értelmében tevőlegesen is köteles biztosítani, hogy más polgárok, szervezetek ne sérthessék meg alapjogainkat. (KLEIN 2012; KLEIN 2013; KLEIN 2015).

Ezzel összefüggésben *Rousseau* azt állítja, hogy „egy nép nézetei alkotmányából fakadnak”. Nem mellékes tehát, hogy az emberi jogok és az „alkotmányos politikai korrektség” örvén milyen tartalmakat tulajdonítanak „politikailag szalonképes” emberi jogi nézeteknek korunkban a cenzori funkciót magukra öltők. Mivel a cenzori joghatósági funkciót betöltő ítélőszékek *Rousseau* szerint a becsület elvesztését, a megbecstelenítést is alkalmazhatják, ami a becsületbíróóság által hozott egy fajta polgári-társadalmi „halálbüntetést” jelenti, ezért nem mindegy – szintén korunkra térve –, hogy ki értelmezi, és hogyan alkalmazza-érvényesíti „politikailag korrekt” – „alkotmányos” vagy „demokratikus” – módon például az emberi jogokat.

Szintén *Rousseau* véleménye az, hogy „egyetlen ember sem élhet polgárként, ha nincs becsülete”, tehát lényegbevágó, hogy a becsületvesztéssel járó „polgári halál” szankcióját milyen vétkekért szabják ki a közvélemény nagyhatalmú cenzorai. Márpedig mindenki polgárként a becsületbíróóság hatáskörébe tartozik, s „egyeseknek viselkedésükről és cselekedeteikről kell számot adniok, másoknak szavaikról és vezérelveikről”, miközben „senki nem kerülheti el, hogy dicsérjék vagy gáncsolják, aszerint, hogy élete vagy nézetei megfelelnek vagy ellentmondanak a nemzet kialakult becsületkódexének”. (ROUSSEAU 1958, p. 266). Az ész és az igazság, valamint a közvélemény magatartási normáinak kell megfelelni, mindazonáltal hozzáteszi *Rousseau*, (ROUSSEAU 1958, pp. 392-393; PETHŐ 1994). hogy észrevétlenül módosíthatja ezeket az elveket a cenzori hatóság. „E bíróságnak nem lehet más fegyvere, mint a becsület és a gyalázat [...] aki nem jelent meg a kijelölt időpontban a becsületbírák előtt, az elismerte, hogy képtelen védekezni, azaz önmagát ítélte el. Amiből természetesen az következett, hogy nyilvánosan megfosztották becsületétől (ROUSSEAU 1958, p. 388).

Egy másik probléma, ami felvetődött a közszolgálati média működésével összefüggésben, azt ROEDEDER (2020) vetette fel a véleménynyilvánítás terén, idézve különböző szerzőket, mint Friedrich Nietzsche, aki igen érzékletesen írt arról, hogy a szavak erejét kalapácsként használva szétzúzhatók a kor hamis bálványai, azonban az ő pörölye sebészi eszköz volt a ma egyes egyetemeken a bontógolyóhoz (*wrecking ball*) hasonlítható megnyilvánulásokhoz képest (NIETZSCHE 2010).

Addig pedig az AAUP társaság azt nyilatkozta, hogy Amerikai Egyesült Államokban aggályos, hogy az Oktatási Minisztérium és az egyetemek vezetősége túlságosan messzire ment azért, hogy megóvja a hallgatókat a számukra kellemetlen nyelvezettől (AAUP, 2016). Noha egyesek szerint a „helikopterprofesszori” (GRANT 2017) hozzáállással és a vitás kérdések megkerülésével túlságosan sok dolgot adunk fel a „mimózalelkek” védelme érdekében, mindazonáltal óva intek mindenkit attól, hogy átessen a ló túloldalára. Jogtudósok, pl. Eugene Volokh, már 1995-ben kifejezték az e kérdéssel kapcsolatos aggályaikat (VOLOKH 1997; VOLOKH 2020; MAJEED 2009; DOWER 2012).

GRANT (2017) véleménye szerint a helikopterprofesszorok – a helikopterszülőkhöz hasonlóan – a hallgatókat a fejük fölött cirkálva irányítják, és azonnal közbelépnek, hogy védelmet nyújtsanak bármilyen csalódással vagy kihívással szemben. A gyermekek számára adott esetben ártalmas helikopterszülőséghez hasonlóan a helikopterprofesszori tevékenység is fenyegetést jelent a hallgatókra nézvést, pl. az önállóságukat elvesztő hallgatók a tanulmányaik és fejlődésük minden vetületével kapcsolatban a professzoruktól függővé válhatnak. Az egyik végletből, a szexuális bántalmazás és zaklatás feletti szemhunyaséból átjutottunk a másikba, amelyet „büntető védrendszernek” nevezhetünk: túlkiabáljuk, elhallgattatjuk és elszigeteljük a vitatott véleményt kifejező személyeket, megköveteljük a felkavaró tartalomra való előzetes figyelmeztetést (*trigger warning*), kerüljük a kényes témákat, és – egyesek szerint – túlbuzgón érvényesítjük a polgári jogok védelmére szolgáló jogszabályokat (konkrétan a IX. cím szabályait) a szólásszabadság rovására. Egyesek szerint ez az egyetemi véleménynyilvánítás szabadságát érintő válság része, mások szerint ez a „válság” pusztán kitaláció (LADD 2017; LIPSON 2016).

Többek álláspontja szerint (LUKIANOFF – HAIDT 2015) a meggyőzés háborúját elvesztő és az egyetemi környezetből jószerivel kizárt jobboldali előadókat kívülről kell rákényszeríteni az egyetemekre. Amikor Ann Coulter, Milo Yiannopoulos, Charles Murray és hasonló figurák megjelennek egy egyetem területén, a megjelenésüket szélsőséges adományozók finanszírozzák, a rendezvényeiket pedig külső csoportok szervezik meg. Nem könnyű akár csak egyetlen hallgatót is találni a szervezők, résztvevők, tiltakozók és ellentüntetők között. A rendezvény valójában színház, az egyetem pedig a díszlet. A célba vett iskolák gyakorlatilag egyáltalán nem támogatják az ilyen eseményeket, és nem is érdeklődnek irántuk (ROEDEDER 2020).

COX (2014) tovább viszi az előző gondolatokat azzal, hogy jól ismert, hogy az Egyesült Államok szigorúan érvényesíti azt az alkotmányos alapelvet, hogy a vélemény vagy megnyilvánulás sértő jellege önmagában véve soha nem indok a korlátozására. E megközelítést azonban nem osztja – többek között – a német alkotmánybíróság vagy az Emberi Jogok Európai Bírósága. E bíróságok megengedték, hogy a betiltás jogszerűségének vizsgálata során figyelembe vegyék egy mű sértő vagy erkölcstelen jellegét. Emellett a szerző megjegyzi, hogy a kérdés amerikai megközelítése eltér minden komolyabb, a szólásszabadságot érintő nemzetközi emberi jogi szerződés szövegében kifejezett megközelítéstől.

További szerzők állítják azt, hogy a vélemények és érvek konstruktív szellemű ütköztetése a fentiek jegyében a politikai döntés konszenzusos voltát eredményezheti, amely nem csak eljárási, hanem tartalmi, azaz morális és társadalmi legitimitációt, elfogadottságot is kölcsönöz az ilyen módon meghozott politikai döntésnek. Az ilyen érvelő-meggyőző, konszenzuskereső diszkurzív kultúra (bázis)demokratikus értékteremtő jelleget hordoz, (KOMÁROMI 2015; KOMÁROMI 2014; FRIVALDSZKY 2006), amely, ha hosszú időn keresztül érvényesül, akkor már érték hordozó közösségi demokratikus hagyományként ilyen tartalmú részvételi politikai szocializációt eredményez a polgárok új generációjánál. Ez utóbbi pedig, vagyis a közjó iránt elkötelezett polgárokból álló aktív közösségek léte a szubszidiárius, azaz az alulról felfelé építkező jó (ön)-kormányzás gyakorlatának előfeltétele (KOMÁROMI 2013a; KOMÁROMI 2013b; KOMÁROMI 2012).

Ahol tehát lehet hatásosan és következmények nélkül az ellenséggel riogatni, ott nem fog létrejönni közpolitikai megbízási szerződés a választók és politikusjelöltek között, és így azt nem is lehet számonkérni a választópolgárok által (FRIVALDSZKY 2012a; FRIVALDSZKY 2012b). Ennek következménye pedig az, hogy a politikusok nem közpolitikai problémák megoldására kapnak megbízást a választásokkor (hanem az „ellenség” féken tartására, legyőzésére), és a kormánynak sem azon kormányprogramot kell végrehajtania, amelynek főbb elemeit a választópolgárok jóváhagyták, s amelyre vonatkozóan megbízást adtak a választásokon győztes pártnak, pártoknak. Márpedig a John Locke által – természetesen még nem az előbbi,

kortárs politikai rendszer elemeivel – leírt, megbízáson alapuló kormányzatnak ez lenne a lényegét adó szerepe (FRIVALDSZKY 2015). A politika normális működésének, azaz a közjóra irányuló kormányzás antropológiája a „politikai barátság” kialakulására irányul, ahogy azt a klasszikusok hangsúlyozzák (FRIVALDSZKY 2009; FRIVALDSZKY 2010a; FRIVALDSZKY 2010b).

FRIVALDSZKY (2009) és KOMÁROMI (2003 szerk.) álláspontja szerint, amíg a Mill-féle véleménynyilvánítás nem irányul a dolgok igazságára, hanem éppen a relativizmus intoleráns uralmát vetíti előre, addig a klasszikusok – akikre egyébként, mint láttuk, többször is hivatkozik Mill – a valószínűleg igazat keresték harmonikus és építő jellegű párbeszédekben zajló érveléseken keresztül, ahol az alapul szolgáló antropológia a politikai barátság megvalósulását igényli, afelé tart. Ha Arisztotelészt, Cicerót, John of Salisburyt vagy Aquinói Szent Tamást olvassuk, akkor ez nyilvánvaló lehet a számunkra. Frivaldszky János véleménye az, hogy az adalékok a „politikai barátság” klasszikus, természeti törvényhez és a természetes igazságossághoz kötött értelmének vizsgálatához: barátság-fogalom kialakulása és társadalmi-politikai jelentése az antik görögöknél, valamint a politikai barátság fogalma Arisztotelésznél, Cicerónál és a „caritas” eredeti keresztényi társadalmi értelme (KOMÁROMI 2003, szerk.; FRIVALDSZKY 2009). Nem lehet viszont politikai vita tárgya az, ami az emberi természet legbensőbb lényegéhez tartozik, vagyis a természetjogi alapvető igazságok, mint az emberi élet emberi, személyi és feltétlen emberi méltóságot hordozó jellege a fogantatástól a halálig, vagy a házasság intézménye, mint egy férfi és egy nő kizárólagos életszövetsége (FRIVALDSZKY 2013).

Szintén az előbbi szerző véleménye az, hogy a ... morálfilozófiai igazságát semmilyen demokratikus, azaz többségi szavazással vagy konszenzuális megállapodással sem lehet felülírni, minthogy ezek természetjogi igazságok, amelyek nem a politikai diskurzus terepéhez tartoznak, minthogy nem a „valószínűleg igaz” politikainak minősülő tárgyai. E filozófiai igazságok tekintetében tehát természetjogi alapú jogfilozófiai tudományos igazolásra van szükség (FRIVALDSZKY 2010a; FRIVALDSZKY 2010b). A politikai témák ezen túl vagy ezen belül vannak, ahol „csak” valószínűleg igaz állítások tehetők és valószínűleg igaz érvek találkoznak a publikus diskurzusban. Az alkotmányozás feltétlenül igényli az össztársadalmi diskurzust, ahogy azt másutt alaposabban volt módunk kifejtteni (FRIVALDSZKY 1996; FRIVALDSZKY 1997).

MONORI (2018) leszögezi a média műsorokkal kapcsolatban, hogy a klasszikus média esetében az egyes műsorszámok, csatornák bírnak véleményformáló erővel, ma viszont már az újmédia adta lehetőségek révén egy-egy ismert személy is betöltheti ezt a szerepkört. „Tehát valahol maga az *influencer* is termék: egy olyan termék, ami alkalmas arra, hogy egy meghatározott – jellemzően feltüntetetten szponzorált – tartalmat népszerűsítsen.” A GVH 2017-ben eljárást indított annak vizsgálatára is, hogy egy hivatalos Facebook-oldal kedvelői és követői számának hirtelen és jelentős mértékű növekedéséhez milyen okok vezethettek. Itt kiemelt jelentősége lehet annak, hogy esetleg ellenszolgáltatás fejében jutottak-e ezen új kedvelésekhez és követésekhez, mivel az az üzletfelek, illetve a fogyasztók döntésének tisztességtelen befolyásolását jelentheti. (Középtávú digitális fogyasztóvédelmi stratégia, 3.1.4 pont).

POGÁCSÁS (2020) véleménye szerint *a szerzői jog múlt évtizedben látott küzdelmei* sok területen tűnnek kilátástalannak. A jogérvényesítés határozottan e területek közé tartozik. Ennek számos oka van, amelyek közül az érvényesíteni kívánt jog modern körülmények közötti adaptációs nehézségeit éppúgy ki kell emelnünk, mint a jogérvényesítési eszközök alkalmazási és hatékonysági problémáit. Nem túlzás azt állítani, hogy a jogérvényesítési eszközök (legalábbis egy jó részük) felett eljárt az idő, de azok modernizálása, illetve újak bevetése egyáltalán nem könnyű vállalkozás. Ha maguk az érvényesíteni kívánt jog biztosítására megfogalmazott rendelkezések szorulnak kiigazításra, akkor a jogérvényesítésre tett erőfeszítések sem lehetnek igazán sikeresek és – nem utolsósorban – elfogadottak. A hatékony jogérvényesítésnek világos

előfeltétele és előkérdése a hatékony szabályozás – e kettő kapcsolatát semmibe vennünk vagy fordítva kezelünk nem szerencsés (POGÁCSÁS 2020).

Ma napig is aktuális véleményem szerint SZLADITS (1941) régi időkben hangoztatott állaspontja, hogy „Csak az a törvény avul el céljára való tekintettel, amelynek célját a megváltozott közfelfogás egyenesen visszautasítja, és amelyet ilyenképpen a jogi közmeggyőződés ereje elsöpör.”

A szellemi tulajdonjogok kereskedelmi aspektusairól 1994. április 15-én aláírt Marrakeshi Egyezmény (a továbbiakban: TRIPS), amelyet Magyarországon az 1998. évi IX. törvény hirdette ki, 1. 50. cikk 1. bekezdésben. A TRIPS 50. cikk: „1. A bíróságoknak legyen felhatalmazása azonnali és hatékony intézkedések elrendelésére:

- a) szellemi tulajdonjog megsértése bekövetkezte megelőzése érdekében, különösen pedig annak érdekében, hogy megelőzhető legyen, hogy az ilyen termékek a joghatóságuk területén kereskedelmi forgalomba kerüljenek, ideértve az importált árukat, közvetlenül vámkezelést követően;
- b) az állított jogsértésre vonatkozó bizonyítékok megóvása érdekében.

A bíróságnak álljon jogában ideiglenes intézkedések meghozatala *inaudita altera parte* (a másik fél meghallgatása nélkül) megfelelő esetben, nevezetesen akkor, ha a kérelem helyrehozhatatlan kárt okozna a jogtulajdonosnak vagy, ha bizonyíthatóan fennáll a bizonyíték megsemmisítésének kockázata.”

*Véleményem szerint a szerzői jog a szerzői vélemény védelmét is jelenti és egyben a szellemi tulajdon védelmét is. Mivel a szerzői jog egy szellemi produktum védelme is egyben, amely ugyanakkor szellemi tulajdon is, még pedig a „szerző” tulajdona az „ő saját” véleményével együtt is. Ha valamit egy adott személyhez kötünk, akkor az, az illető személyhez tartozó tulajdon is, még akkor is, ha ez nem egy fizikai tárgy.*

#### *Különféle internethozzáférés-szolgáltatók felelőségéről*

A blokkolás, mint eszköz megszületéséig vezető út a különféle internethozzáférés-szolgáltatók felelőségének formálódásával párhuzamos, és az uniós jog tette egyértelművé használhatóságát és annak feltételeit. A feltételek közül az általánosak egyértelműnek látszanak, azonban épp ezek vetik fel a blokkolással kapcsolatos legalapvetőbb problémákat (HARKAI 2016). Az irányelv által szabályozott szellemi tulajdonjogok érvényesítésének biztosításához szükséges intézkedéseknek, eljárásoknak és jogorvoslatoknak egyrészt *méltányosnak és igazságosnak* kell lenniük, nem lehetnek indokolatlanul bonyolultak vagy költségesek, és nem eredményezhetnek észszerűtlen határidőket vagy indokolatlan késedelmeket, másrészt *hatásosnak, arányosnak és elrettentőnek* is kell lenniük, és úgy kell őket alkalmazni, hogy a jogszerű kereskedelemnek ne állítsanak korlátokat, és az azokkal való visszaélés esetére álljanak rendelkezésre biztosítékok (Európai Parlament és a Tanács 2004/48/EK irányelve (2004. április 29.).

Ahogy az elmúlt évek jogalkotása és joggyakorlata alapján világossá vált, egy általános, előzetes szűrési kötelezettség mellett az alapjogi ütközés nem lenne sikerrel feloldható (GYERTYÁNFY 2014), az „gyakorlatilag internetes cenzúrát valósítana meg” (LIBER 2013), ugyanakkor ez nem zárja ki a szűrő és blokkoló megoldások alkalmazását, csupán megfelelő keretek közé igyekszik szorítani (Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve). Az Irányelvek magukban foglalják a belső piacon az információs társadalommal összefüggő

szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól (Eker. irányelv) preambulumbekzdése szerint az, hogy a tagállamok nem írhatnak elő a nyomon követésre vonatkozó kötelezettséget a szolgáltatók számára, csak az általános jellegű kötelezettségekre vonatkozik; nem érinti azonban az egyedi esetben alkalmazandó nyomon követési kötelezettségeket, és különösképpen nem érinti a nemzeti hatóságoknak a nemzeti jogszabályokkal összhangban hozott intézkedéseit. Ehhez a keretrendszerhez az Infosoc irányelv korábban már említett 8. cikke mellett a Jogérvényesítési irányelv 11. cikke, valamint az Eker. irányelv 18. cikk 1. bekezdése is fontos szempontokat határoz meg, lehetővé téve a nemzeti bíróságok számára olyan (pl. ideiglenes) intézkedések gyors elfogadását, amelyek célja a jogsértés megszüntetése és az érintett érdekek minden további sérelmének megelőzése (KŐHÍDI 2016).

A blokkolás kétségtelenül gyors és hatásos megoldást biztosít a jogszerűtlenül már elérhetővé tett tartalmak elérhetetlenné tételére, egyúttal a jövőre nézve is megakadályozza a tartalmak elérhetőségét (legalábbis egy időre). A fő problémát azonban a hálózatsemlegességre, a tartalomszolgáltatók és a felhasználók jogaira gyakorolt hatásában látja a szakirodalom (BARTÓKI-GÖNCZY 2018; MEZEI-NÉMET 2012), érzékelve, hogy hatásossága mellett ütközhet (többek között) a véleménynyilvánítás szabadságával (DETREKŐI 2016). Ez önmagában nem meglepő (és még csak messze nem is egyedülálló probléma – KLEIN 2016), a kérdés sokkal inkább az, hogy körül veszik-e azok a megfelelő garanciák, amelyek mellett már *szükséges és arányos* eszközként tekinthetünk rá (GRAD-GYENGE 2016).

KOLTAY (2014, szerk) szerkesztésében megjelent angol nyelvű tanulmány kötete értékes észrevételeket nyújt a médiajog aktuális kérdéseiről. Az *első szerkezeti egység* (Fundamental issues of media regulation) a médiaszabályozás alapvető elvi kérdéseivel foglalkozik. A szólás- és sajtószabadság filozófiai-elvi megalapozása elsősorban az Egyesült Államok jogrendszeréből és a Supreme Court gyakorlatából szivárgott át az európai kontinensre, ezért mind egy amerikai szerző, Russell L. Weaver, mind egy európai, Fekete Balázs összefoglaló tanulmánya értékes hozzájárulás e téma tárgyalásához, és az Atlanti-óceán két oldaláról érkező eltérő nézőpontból is elemzi vizsgálata tárgyát. A *második szerkezeti egységben* (Regulation of the new media) az új médiaszolgáltatások által felvetett kérdésekről esik szó, ideértve a hagyományos szolgáltatások digitalizációja által felvetett kérdéseket, melyekről Katrin Nyman Metcalf tanulmánya szól, valamint az internettel kapcsolatos kérdéseket. Ez utóbbin belül Rolf H. Weber és Ulrike I. Heinrich közös tanulmánya az új szolgáltatások szabályozási struktúrájáról, Bartóki-Gönczy Balázs tanulmánya pedig az internet-semlegesség aktuális kihívásairól értekezik. A harmadik szerkezeti egységben (Special issues in media regulation) a médiaszabályozás régóta fennálló, ugyanakkor különösen aktuális kérdéseit vizsgáló írások szerepelnek. Ezek között megtalálható Peter Leyland professzor cikke a brit News of the World-botrány utórezgéseiről, illetve a brit sajtószabályozás formálódásáról, azzal összefüggésben. Az ügy a sajtó működésének kívánatos korlátaira, és a szabályozás általános kérdéseire világított rá egy csapásra 2011 nyarán. Lorna Woods a közszolgálati média szabályozásának és az Európai Unió jogának a viszonyáról írt cikket, ami szintén egy hosszú, és közel sem lezárt, számos bizonytalansággal övezett problémás viszony. Lános Petra cikke pedig azt vizsgálja, hogy vajon meddig terjed az Európai Unió hatásköre a médiaszabadság kérdéseiben – nem függetlenül a magyar médiatörvények által keltett nemzetközi rezonanciától.

KOLTAY (2014) szerkesztésében megjelent könyvben, a kötet utolsó, *nyolcadik egysége* (Commercial communications and political advertising) a reklámcélú közlésekkel foglalkozik, két egészen eltérő aspektusból. Irini Katsirea és Thomas Gibbons a médiabeli kereskedelmi közlemények egy speciális esetét, az AVMS irányelv által Európa-szerte bevezetett product placement szabályainak átültetését és gyakorlati érvényesülését elemzi az Egyesült Királyságban és Németországban, míg Tom Lewis az EJOB politikai reklámokra vonatkozó, ellentmondásoktól nem mentes gyakorlatát mutatja be. A kötet tehát nemcsak terjedelmét

tekintve vaskos, hanem számos eltérő kérdést mutat be. A szerkesztő szándéka az volt, hogy a tanulmányok e gyűjteménye hozzájáruljon a közös európai, amerikai és más kontinenseken is folytatott vitáinkhoz. A tanulmányok egy-egy probléma egy-egy pillanatképét rögzítik, amely talán néhány év múlva, a szabályozás és a gyakorlat folyamatos formálódása miatt már nem lesz egészen, tökéletesen éles, de a cikkekben szereplő fontos elméleti alapvetések és mélyreható elemzések meggyőződésem szerint hosszabb távon is fontos forrássá teszik azokat.

*Véleményem az, hogy mind a digitalizáció formájában, mind pedig az interneten feltöltött vélemények ugyan olyan jogi súllyal esnek latba, mintha ezt hagyományos nyomtatott sajtóban, vagy tévében-rádióban teszi közzé a szerző. Ilyenformában a szerzőnek ugyan olyan felelősége van a véleménye megalkotásában, illetve joga van saját véleményét kifejezni a szólásszabadság alapján. Sok esetben gyakran az interneten véleményüket közzé tevők nem mindig veszik figyelembe. Kapcsolódva Lános Petra cikkéhez, amely vizsgálja, hogy vajon meddig terjed az Európai Unió hatásköre a médiaszabadság kérdéseiben – nekem az a véleményem, hogy az EU általános jogharmonizációs elvei, mint általános jogi keretek nem zárhatják ki ezen jogi kereteken belül az egyes tagországok közötti meglévő sajátos nemzeti eltéréseiket. Ezek a nemzeti sajátosságok természetesen nem ütköznek az EU általános jogharmonizációs elveivel.*

Továbbá úgy gondolom, hogy az EU-nak jóval nagyobb figyelmet kellene fordítania – az általános jogharmonizációs elveik keretein belül – a család-védelemre, a család-támogatásokra, a kiskorúak védelmére és az oktatási-képzési-továbbképzési programok mind szélesebb körben történő internetes feltöltésre. Ezek a programok lehetnek egyrészt életszínvonal emelő hatásúak, másrészt a biztosabb megélhetést nyújtó bővülő foglalkoztatásra gyakorolt hatásúak is. A család és az oktatási program fejlesztéseken túl hasznos a kis és közép vállalkozások központi támogatásának a bővítése. Véleményem szerint a közszolgálati média jelentős mértékben segítheti gazdaságpolitika eredményesebb megvalósítását, azzal, hogy ezeket a központi és EU-s támogatásokat, és a támogatásokhoz kötődő pályázatokat különböző programjaiban, műsoraiban szélesebb körben ismerteti. Ezen túl menően a közszolgálati média kereskedelmi bevételeinek növelése mellett a vállalkozások reklám tevékenységét is hatékonyabban növelheti, amelynek lehetséges piacbővítő hatásai is a termékek jobb megismerhetősége alapján.

Az állami támogatási szabályok közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásánál számos különböző tényezőt kell figyelembe venni. Az állami támogatások értékelésének alapja az EK-Szerződés állami támogatásról szóló 87. és 88. cikke, valamint a Szerződés szabályai és a versenyszabályok alkalmazásáról szóló 86. cikke (2) bekezdése, különös tekintettel az általános gazdasági érdekű szolgáltatásokra. A Maastrichti Szerződés bevezette a kultúráról szóló 151. cikket, illetve a 87. cikk (3) bekezdésének d) pontját, amely a kultúra előmozdítására szánt állami támogatásra vonatkozik. Az Amszterdami Szerződés létrehozott egy konkrét rendelkezést (16. cikk) az általános gazdasági érdekű szolgáltatásokról, valamint a tagállamokban a közcélú műsorszolgáltatás rendszeréről szóló értelmező jegyzőkönyvet. 18. Az „audiovizuális médiaszolgáltatásokra” vonatkozó szabályozási keretet európai szinten az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv hangolja össze. A közvállalkozásokra vonatkozó pénzügyi átláthatósági követelményeket az átláthatósági irányelv tartalmazza (Európai Unió Hivatalos Lapja, 2009).

*Az állami támogatás fogalma a 87. cikk (1) bekezdésével összhangban a következő elemeket tartalmazza: 1) tagállam általi vagy állami forrásból történő beavatkozásról van szó; 2) a beavatkozás érinti a tagállamok közötti kereskedelmet, 3) a kedvezményezett számára előnyt biztosít, 4) torzítja a versenyt vagy ilyen hatással fenyeget (23). Az állami támogatás fennállását objektív Az állami támogatás fogalma a 87. cikk (1) bekezdésével összhangban a következő elemeket tartalmazza: 1) tagállam általi vagy állami forrásból történő beavatkozásról van szó; 2)*

a beavatkozás érinti a tagállamok közötti kereskedelmet, 3) a kedvezményezett számára előnyt biztosít, 4) torzítja a versenyt vagy ilyen hatással fenyeget (23). Az állami támogatás fennállását objektív kritériumok alapján kell megítélni, figyelembe véve a közösségi bíróságok ítélkezési gyakorlatát (Európai Unió Hivatalos Lapja, 2009).

*Az európai demokráciákban a véleménynyilvánítás szabadsága és a sajtószabadság tág teret enged a kommunikáció szabad folyásának, azonban ez a szabadság kitüntetett szerepe ellenére sem korlátlan. A kötet a magyar médiaszabályozást európai perspektívában tárgyalja, azaz az egyes területeit, intézményeit az Európai Unió és az Európa Tanács, valamint az e szervezetekben is meghatározó államok, pl. Nagy-Britannia, Németország, Franciaország szabályozási megoldásain, joggyakorlatán keresztül mutatja be, felvázolva az államok sajtó és elektronikus médiaszabályozás-történetét, valamint a médiaszabályozás-elméleti alapokat is. A kötet szerzői és szerkesztői egy olyan összefoglaló mű elkészítésére vállalkoztak, amely a médiaszabályozás jelenlegi állapotát szemlélteti elsősorban hazánkban és Európában. Céljük az volt, hogy összegyűjtsék és könnyen áttekinthetővé tegyék azokat a jogszabályokat, amelyek a média világát érintik – támpontot nyújtnak (KOLTAY-NYAKAS, szerk. 2012; KOLTAY -TÖRÖK, szerk. 2015).*

### **3.3 Műsor programok a közszolgálati médiaszolgáltatók kínálatában**

Már eddig is különböző programok jelentek meg a közszolgálati média tevékenységében, mint például a Kreatív Európa programok, amelyek lehetőséget és segítséget kínálnak televíziós mű készítésében érdekelt európai produkciós vállalatok számára (EACEA= Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency, Oktatási, Audiovizuális és Kulturális Végrehajtó Ügynökség 2013; EACEA 2019b). A 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról, II. Fejezet: A TÖRVÉNY ALAPELVEI

**3. §** Magyarországon a médiaszolgáltatások szabadon nyújthatók, a sajtótermékek szabadon közzé tehetők, az információk és a vélemények a tömegkommunikációs eszközök útján szabadon továbbíthatók, a nyilvános vételre szánt magyarországi és külföldi médiaszolgáltatások szabadon elérhetők. A médiaszolgáltatás és a sajtótermék tartalmának meghatározása szabad, a médiaszolgáltató és a sajtótermék kiadója felelősséggel tartozik e törvényben foglaltak betartásáért.

**4. §** A médiaszolgáltatások sokszínűsége kiemelten fontos érték. A sokszínűség védelme kiterjed a tulajdoni monopólium kialakulásának, valamint a piaci verseny indokolatlan korlátozásának megakadályozására is. E törvényben foglalt rendelkezéseket a sokszínűség védelmének szempontját figyelembe véve kell értelmezni.

**5. §** A Magyarország területén élőknek, illetve a magyar nemzet tagjainak tájékozódáshoz és tájékoztatáshoz fűződő joga, illetve ezzel összefüggésben a demokratikus társadalmi nyilvánosság kialakulása és megerősödése kiemelkedő alkotmányos érdek. E törvényben foglaltakat a demokratikus közvélemény érdekének figyelembevételével kell értelmezni.

**6. §** A közszolgálati médiaszolgáltatás a demokratikus társadalmi rend megfelelő működésének elengedhetetlenül szükséges feltétele. A közszolgálati médiaszolgáltatás érdekeit különös súllyal kell figyelembe venni e törvény alkalmazásakor.



*Ezt követően felvetődik a kérdés, hogy mit támogatnak:*

Tv-műsorok készítése, legalább három európai műsorszolgáltató részvételével. A művek lehetnek egyszeri vagy sorozatosak, és a következőket tartalmazhatják:

- Drámák (minimum 90 perc időtartam), beleértve folytatásokat, második vagy harmadik évadot
- Animációk (minimum 24 perc időtartam)
- Kreatív TV-dokumentumfilmek (minimum 50 perc időtartam)

*A rendelkezések kitérnek arra is, hogy kik vehetnek részt a támogatásokból az alábbiak szerint:*

Európai független audiovizuális produkciós társaságok, amelyek a mű fő előállítói.

A részvételről részletesebb információ található az egyedi pályázati felhívások, valamint az európai produkciós társaságok támogatása, amelyek érdeklődnek egy televíziós mű készítéséről, amely bemutatja:

- magas kreatív érték
- határokon átnyúló potenciál
- együttműködés a MEDIA alprogramban részt vevő különböző országok szereplői között
- a magas színvonalú európai televíziós dráma sorozatok fokozott koprodukciója és forgalma.

Tv-műsorok készítése, legalább három európai műsorszolgáltató részvételével. *A művek lehetnek egyszeri vagy sorozatokba sorolhatók, és tartalmazhatnak:*

- Drámák (minimum 90 perc időtartam), beleértve a folytatásokat, a második vagy a harmadik évadot.
- Animációk (legalább 24 perc időtartam).
- Kreatív TV-dokumentumfilmek (minimum 50 perc időtartam).(EACEA, 2019a).

Az időközi jelentést e-mailben kell benyújtani, és el kell küldeni az EACEA-MEDIA-TV@ec.europa.eu címre. *Az időközi jelentéssel együtt a következő dokumentumokat kell benyújtani:*

- Időközi fizetési igény
- Időközi műszaki / tevékenységi jelentés
- Időközi pénzügyi kimutatás
- Jelentés a ténymegállapításokról az időközi pénzügyi jelentésben (lásd alább útmutató / jelentés a ténybeli megállapításokról) (EACEA 2013; EACEA 2019a).

*A projekthez kapcsolódó záró jelentés az előírásoknak megfelelően:*

A záró jelentést e-jelentés formájában kell benyújtani, amely a finanszírozási és pályázati lehetőségek portáljáról érhető el legkésőbb a fellépés időtartamának lejártát követő 60 napon belül.

" Projektjelentés kitöltése és benyújtása az eReports segítségével felhasználói kézikönyvet ".

Az e-jelentés elkészítése során javasolt a megadott információk gyakori mentése, még akkor is, ha van automatikus biztonsági másolat. Az e-jelentésben szereplő alábbi információk nem módosíthatók:

- Általános információ
- Szerződéses adatok, a következő részeket kell kitölteni:
- Projektleírás: egy nyilvános projekt-összefoglaló, amely bemutatja a projekt eredményeit.
- Technikai jelentés
- Statisztika
- Költségvetés: A „Költségek” oszlopban, a „Deklarált” oszlopban csak a TÁMOGATHATÓ költségeket kell beilleszteni. A bejelentett költségek teljes összegének meg kell egyeznie a bejelentett jövedelem teljes összegével. A \ "termelő beruházása \ " tétel negatív összeget tartalmazhat a költségek és a jövedelem kiegyensúlyozása érdekében. Emlékeztetünk arra is, hogy a következő dokumentumok csatolása kötelező a záró jelentés benyújtásához. A fájlokat \ "PDF\" kiterjesztéssel kell menteni:
- Végső kifizetési igény (a jogi képviselő aláírása és keltezése) • Pénzügyi kimutatás / Végleges pénzügyi jelentés
- Jelentés a tényleges megállapításokról a végleges pénzügyi jelentésben - könyvvizsgálói igazolás (lásd alább útmutató / jelentés a tényleges megállapításokról)
- A fő műsorszolgáltatóval aláírt szerződés másolata
- Az anyag elfogadó levele a fő műsorszolgáltatóktól (szabad formátum)
- A legfrissebb jogdíj-nyilatkozat az eladótól / forgalmazótól
- Link az előállított anyaghoz Iránymutatás / jelentés a tényszerű megállapításokról: • 750 000 EUR alatti támogatások esetén: Útmutató - Jelentés a tényleges megállapításokról a végleges pénzügyi jelentésben - I. típus
- 750 000 euró vagy annál nagyobb támogatások esetén: Iránymutatások - Jelentés a tényleges megállapításokról a végleges pénzügyi jelentésről – II. (EACEA, 2018), (EACEA 2013; EACEA 2019b).

Mind inkább aktuális kérdéssé vált az Oktatási, Audiovizuális és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) szerepe, amely felel az EU finanszírozási programjainak egyes részeinek

irányításáért az oktatás, kultúra, audiovizuális, sport, állampolgárság és önkéntesség területén. (EACEA 2013; EACEA 2019b).

### *Európai hálózatok lényege*

A Kreatív Európa program támogatást nyújt az európai hálózatoknak a kulturális és kreatív ágazatok transznacionális működésének elősegítése és versenyképességük erősítése érdekében.

### *MEDIA program (2007–2013)*

A MEDIA program olyan kezdeményezés volt, amely 2007 és 2013 között működött, 755 millió eurós költségvetéssel, ezer film fejlesztésének és terjesztésének támogatására irányuló projektek és tevékenységek, valamint képzési tevékenységek, fesztiválok és promóciós projektek támogatására a kontinensen.

A médiaipar, amint azt a szakpolitikai szakasz megjegyezte, számos kérdéssel és kihívással néz szembe, amelyek közül néhányat leginkább nemzetközi szinten lehet megoldani. *Néhány kérdés megoldása érdekében a program támogatást nyújtott:*

- Az audiovizuális ágazat megerősítése.
- Az európai audiovizuális alkotások forgalmának növelése az Európai Unión belül és kívül.
- A versenyképesség erősítése a finanszírozáshoz való hozzáférés megkönnyítésével és a digitális technológiák alkalmazásának előmozdításával (EACEA, 2013).

A MEDIA program számos tevékenységet, projektet és kezdeményezést támogatta az európai audiovizuális iparban, ideértve:

- Szakemberek képzése
- Termelési projektek fejlesztése
- Filmek és audiovizuális programok terjesztése
- Filmek és audiovizuális programok népszerűsítése
- Filmfesztiválok támogatása
- Az új technológiák alkalmazásának ösztönzése A program emellett elindította a MEDIA Mundus kezdeményezést, amely feltárja az EU és az audiovizuális iparág nem uniós szakemberei közötti globális együttműködés megerősítésének lehetőségeit.

A program létrehozta a MEDIA Films Database-t is; a program által támogatott filmek archívuma.

Bár a MEDIA program 2013-ban véget ért, számos tevékenységet folytatni kell a Kreatív Európa program keretében, amely lehetőséget kínál mind a kultúra, mind az audiovizuális szektorban. Az éves munkaprogramok elérhetők a 2011–2013-as időszakra. A jelentkezési folyamattal kapcsolatos részletesebb információ az EACEA weboldalán érhető el. (EACEA 2019b) (EACEA 2013).

Az Európai Parlament további határozatokat hozott a Kreatív Európa program további folytatására. A Kreatív Európa program részét képező MEDIA alprogram 1991 óta az audiovizuális ágazatot támogató ötödik többéves program. Az előző programok, a MEDIA és a MEDIA Mundus program (2007–2013) sikerére épít. A Kreatív Európa program teljes költségvetése (2014–2020) 1,46 milliárd euró, amely az előző programokhoz képest 9%-os költségvetési növekedést jelent. Ennek legalább 56%-át a MEDIA alprogram számára különítették el. Filmés és televíziós projektek, mozihálózatok, filmfesztiválok, közönségfejlesztés, audiovizuális szakemberek képzését célzó intézkedések, piaci hozzáférés, forgalmazás, videojáték-fejlesztés, online forgalmazás és nemzetközi koprodukciós alapok számára nyújt támogatást és finanszírozási lehetőségeket. A Bizottság 2018. május 30-án közzétette a Kreatív Európa program (2021–2027) létrehozásáról szóló rendeletre irányuló javaslatát. 2019. március 28-án a Parlament javasolta, hogy a Bizottság által javasolt 1850 milliárd eurós költségvetést növeljék 2806 milliárd euróra. A Tanács jelenleg felülvizsgálja a parlamenti javaslatot (Európai Parlament, 2020).

*KELLER* (2011) megállapította, hogy az elmúlt fél évszázadban a nyugati demokráciák erőfeszítéseket tettek annak érdekében, hogy a liberális demokrácia gazdasági és politikai értékeit beépítsék az európai és a nemzetközi közrend alapjába. Mivel ez a könyv részletezi, a média és az állam közötti kapcsolat állt ezen erőfeszítések középpontjában. Ebben a kapcsolatban, amelyet gyakran alkotmányos elvek formálnak, a liberális demokratikus állam az információk és a szórakoztató tartalom közzétételének szabadságát ünnepelte, miközben erőteljesen meghatározta a káros vagy sértő kifejezés korlátait. Ez tehát egy kapcsolat, amely az állam biztonságának, hatalmának és legitimitásának szükségességében gyökerezik, ugyanúgy, mint a liberalizmus gazdasági és politikai szabadság erős érvei. Európában ez a hosszú távú törekvés a market-alapú, liberális demokratikus regionális rendet hozott, amelynek mély következményei vannak a tagállamok médiatörvényére és politikájára. Ez a könyv az európai médiatörvény gazdasági és emberi jogi aspektusait vizsgálja, amely nemcsak viszonylag koherens, hanem egyre korlátozóbb, és elutasítja azokat az alternatívákat, amelyek jól illenek a liberalizmus hagyományaiba. A párhuzamos erőfeszítések a nemzetközi szférában egyértelműen kevésbé voltak sikeresek. A nemzetközi médiajogban a kereskedelem és az emberi jogok közötti megoszlás nagyrészt változatlan marad, és ez utóbbi területen a szólásszabadság liberális demokratikus fogalmai befolyásosak, de ritkán döntőek. A nemzetközi szférában az államok emellett gyorsan érvényesítik az autonómiához fűződő jogaikat. Ennek ellenére a jelenlegi kommunikációs forradalom megsemmisítette a média és a világ összes államának alapvető feltételezéseit, lerontotta a határokat a hazai és a külföldi média, valamint a tömeges és személyes kommunikáció között. Az európai és a nemzetközi médiajog meghatározza a jogi és politikai fejleményeket e gyorsan változó, globalizált média- és kommunikációs ágazat összefüggésében. (*KELLER*, 2011)

*A közszolgálati média műsoraihoz hozzákapcsolódnak* bizonyos reklám és kereskedelmi üzenetek is, amelyről bővebben nyújt elemzéseket *SZIKORA* (2012). Ebben a szerző említést tesz a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény (Rttv.) szerepéről. 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 (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv, kodifikált változat). Az egyes műsorszámok közben, azokkal egyidejűleg megjelenő kereskedelmi célzattal közzétett üzenetekkel kapcsolatos gondolatok kerülnek megfogalmazásra. A címben szereplő „műsorszámok közben” kitétel helyett a „szerkesztett tartalom” kifejezés is szerepelhetne, ugyanakkor ebben az esetben a nyilvános események közvetítése során felbukkanó kereskedelmi üzenetek ismertetésére vonatkozó lehetőséget kizárnánk a körből.

A szerző a továbbiakban megemlíti, hogy az Rttv. alapvetően a kereskedelmi kommunikáció és a szerkesztett tartalom *határozott elkülönítésére* épült, műsorszámon belüli kereskedelmi üzenet

közzétételére semmilyen lehetőséget nem biztosított. (Nyilvánvalóan nem estek e korlátok alá a már eleve kereskedelmi célú és rendeltetésű reklámok, illetve televíziós vásárlások, televíziós vásárlási műsorablakok.) A jelenleg hatályos előírásokhoz képest viszonylag merev szabályozási technikának tűnő megoldás arra az eredményre vezetett, hogy a műsorszámok közben megjelenő kereskedelmi üzenetek a *burkolt reklám* fogalma alá estek, és ebből kifolyólag jogsértésnek minősültek. A hatóságnak – hasonlóan a bíróságoknak – viszonylag egyszerű volt a feladata a jogalkalmazói tevékenységük során, hiszen a *közzétett tartalom alapján* megállapítható volt az esetleges jogsértés ténye, illetve annak hiánya.

A szabályok leszögeznek - SZIKORA (2012) ismertetése alapján, hogy valamely műsorszám tartalmához kapcsolódó kiadványok, honlapok, zenei felvételek, kulturális szolgáltatások bemutatása önmagában nem minősül burkolt reklámnak, amennyiben azok közzététele tájékoztató jellegű, és nem tartalmaz reklámértékű információkat./Az ORTT 1467/2002. (X. 3.) sz. elvi jellegű határozata./

A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. CLXXXV. Törvény a továbbiakban kitér – ahogy a szerző ismertette a törvényt – arra, hogy valamennyi gazdasági céllal – vagy hatással – közzétett üzenet egységes elnevezés alatt, a *kereskedelmi közlemény* kategóriájának nevesítésével került szabályozásra. Miközben a kereskedelmi közlemények közül elsősorban a termék megjelenítés és a virtuális reklám tekinthető teljesen új elemnek, míg a támogatás, illetve annak egyes formái részben szerepet kaptak már a korábbi szabályozásban is. Emellett a burkolt kereskedelmi közlemény – elsősorban irányelvi – fogalmának kicsit részletesebb vizsgálata is fontos információkat hordoz annak tekintetében, hogy azok miként is értékelendők egyrészt a médiaszabályozás szemszögéből, másrészt pedig a közönség oldaláról nézve.

Ennek ellenére a jogalkotás kitér a burkolt kereskedelmi közleményekre is az AVMS irányelv alapján. Az irányelv 1. cikk (1) bekezdés j) pontja a burkolt audiovizuális kereskedelmi közlemény fogalmát az alábbiak szerint határozza meg: az „árúk, szolgáltatások, illetve valamely áru gyártója vagy szolgáltatás nyújtója nevének, védjegyének vagy tevékenységének szavakban vagy képekben megfogalmazott, műsorszámokban történő bemutatása, ha ez a bemutatás a médiaszolgáltató szándéka szerint reklámcélokat szolgál, és természetét tekintve félrevezetheti a nyilvánosságot. Az ilyen jellegű bemutatást különösen akkor kell szándékosnak tekinteni, ha fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében nyújtják”.

Már a tagállamok törvényi, rendeleti, vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló, az Európai Tanács 89/552/EGK irányelve is rögzítette, hogy a szabályozás egyik célja a televízió nézők érdekei teljesen és megfelelően védettek legyenek a televíziós hirdetésekkel szemben. A kereskedelmi szólás fogyasztók érdekében történő korlátozásának alkotmányosságát az AB több határozatában is megerősítette, l. pl. 1270/B/1997. AB hat., 23/2010. (III. 4.) AB hat.

Az Mttv. termék megjelenítésre vonatkozó rendelkezései alapján megállapítható, hogy annak közzététele alapvetően *három konjunktív feltétel* fennállása esetén tekinthető jogszerűnek: elsőként meg kell felelnie a közzétételre vonatkozó tartalmi követelményeknek; másodsorban fenn kell állnia a médiaszolgáltató és az adott – a megjelenő terméket/szolgáltatást népszerűsíteni kívánó – vállalkozás közti gazdasági kapcsolatnak, amely természetesen közvetett formában is megvalósulhat (egyszerűbben fogalmazva: ellenszolgáltatás megléte); végezetül a termék megjelenítés tényére vonatkozó figyelemfelhívás. Ezen követelmények bármelyikének hiánya esetén nem beszélhetünk jogszerű termék megjelenítésről. (SZIKORA 2012, p. 8)

Tekintettel a támogatói üzenet közzétételének hosszára vonatkozóan konkrét előírás nem található, de nyilvánvalóan a műsorszám egységének *sérthetetlenségére*, illetve a kereskedelmi közlemény *felismerhetőségére* és más médiatartalmaktól való *megkülönböztethetőségére* irány-

adó elveket figyelembe kell venni. (SZIKORA 2012, p. 12) Ha a szabályozás koncepcióját vizsgáljuk, akkor látható, hogy a támogató feltüntetése minden esetben ahhoz a tartalomhoz kapcsolódik, amelyre valamilyen mértékű *befolyást gyakorolt* támogatói tevékenységével. (p. 13). Miután például egy hírműsorszám-támogatás lehetőségének kizárása annak érdekében történik, hogy az objektív tájékoztatás érvényesülésére semmilyen vállalkozás se gyakorolhasson befolyást, addig a médiaszolgáltatás esetében hasonló okok nem merülnek fel. (SZIKORA 2012, p. 13).

Az Mttv. kizárólag a virtuális reklám fogalmát határozza meg (Mttv. 203. § 72. pont), azonban a műsorszámokon belüli elhelyezését illetően több kérdés is felmerül. A definíciót olvasva arra a megállapításra jutunk, hogy az, megjelenési módját tekintve, mindössze annyiban különbözik a klasszikus reklámtól, hogy egy *műsorszámokon belül* kerül bemutatásra, valamilyen *digitális technikával* beépítve abba. E közzétételi móddal tulajdonképpen már önmagában is érvényesül a felismerhetőség és a megkülönböztethetőség általános követelménye, hiszen egy műsor közben, egy attól tartalmát tekintve teljesen elkülönülő, vizuálisan is különálló üzenet jelenik meg a képernyőn. A kereskedelmi közlemények szabályozásának 2011. év elején hatályba lépett változásai sok új elemet hoztak, aminek – egyik – eredményeképpen sokkal többféle módon és helyen találkozhat a közönség e tartalmakkal. Az irányelvnek köszönhetően, továbbra is kiemelt figyelmet fordít mind a hazai, mind az európai szabályozás a közönség védelmére vonatkozó előírásokra, így e területen is kiemelendők a fogyasztóvédelmi szabályok alkalmazására vonatkozó rendelkezések. A műsorszámokon belül elhelyezett kereskedelmi üzenetek fentebb ismertetett fajtái új kihívások elé állították a szolgáltatókat és a hatósági szereplőket is. Ugyanez igaz azonban az üzenetek által megcélzott közönségre is. (SZIKORA 2012, p. 14).

A továbbiakban szó lesz KELEMEN (2020a; 2020b) a *sajtórendészeti jogrendről is*. Sajátos képet mutat, hogy az eltérő alkotmányos hagyományokat követő nagyhatalmak a háború árnyékában vagy éppen a háború következtében miként, mennyire hasonlóan és mégis mennyire eltérően próbálták korlátozni a sajtó mozgásterét, közben tartani az információáramlást, milyen jogszabályi kereteket dolgoztak ki ehhez, és mennyire sikerült megőrizni a jogállami – államonként eltérően értelmezett – posztulátum legalább alapvető kritériumait a gyakorlatban (bővebben HARMSWORTH 1901; HEWITT 2017; HOPKIN 1970). Az állam háborús érdekeinek a sajtóban és annak útján történő érvényesítése érdekében 1914. augusztus 7-én felállították a sajtóirodát (War Office Press Bureau), amely civil vezetés alatt állt, tagjainak többsége viszont a tengerészet vagy a hadsereg tisztje, vagy korábbi tisztje volt. (BOWMAN 1916; STONE 2006; HEALY 2013).

A jogszabályi alapokat az 1849-es – 1878-ban revízió áttesett – ostromállapotú törvény és az augusztus 5-én a törvényhozás által elfogadott háborús sajtószabályokat megállapító törvény jelentették. Az 1849-es törvény lehetővé tette, hogy a haderő korlátozza az alapjogokat, és betiltsa például a közbiztonságot fenyegető kiadványokat (SORRIE 2014; RAGNER 1940; GOLDSTEIN 2016; KELEMEN 2020). Az I. világháborúban Németország (Birodalom) összes szerkesztőségébe augusztus elején titkos memorandumot küldtek, amelyben felhívták a figyelmet arra, hogy a katonai információk közzlése tilos, és erről megfelelő tájékoztatást nyújt a hadsereg-parancsnokság (WELCH 2014).

*Egyet értek azzal a véleménnyel*, hogy a média szabályzásból kiemelhetőek a tisztességtelen gyakorlatot követő ár- és termék-összehasonlító oldalak, a tolakodó bannerek, a bűjtatott reklámok vagy a gazdasági háttérkapcsolatot elhallgató *influencer* marketing. Ez utóbbi eset különösen a közösségi oldalakon figyelhető meg, amikor a népszerű személyt kereskedelmi szokásaiban (is) követő fogyasztót megtévesztő, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat valósul meg (GELLÉN 2020).

## 4. ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatásaimban az EU-29 tagországainak a közszolgálati médiaszolgáltatók gazdasági helyzetét értékelem, részint a bevételeik, jövedelmezőségi viszonyaik részint pedig kisebb mértékben az általános gazdasági hátterüket. Ahhoz, hogy ez az elemzés lehetőség szerint mind szélesebb körű lehessen, szükséges volt egy általános statisztikai elemzési módszert megadni a disszertációhoz, felhasználva számos gazdasági jellemzőt, más szóval gazdasági változót, amelyek legjobban tudják a közszolgálati médiaszolgáltatók helyzetét, mind belső tulajdonságait, mind közvetlenebb társadalmi-gazdasági jellemzőit és ezek összefüggését megadni.

Mivel ezek a kutatásaim széleskörűen felölelik az EU/EBU-29 (Európai Közszolgálati Média Unió = EBU= European Broadcasting Union) tagországait, ezért szükséges a korábbi fejezetekhez kapcsolódóan megemlíteni a kutatásaimba bevont országokat, az alábbi felsorolásban:

Ausztria, Belgium, Bulgária, Ciprus, Cseh Köztársaság, Dánia, Egyesült Királyság, Észtország, Finnország, Franciaország, Görögország, Hollandia, Horvátország, Írország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Luxemburg, Magyarország, Málta, Németország, Olaszország, Portugália, Románia, Spanyolország, Svédország, Szlovákia, Szlovénia.

Az Európai Közszolgálati Média Unió (EBU= European Broadcasting Union) nyilvántartásában Belgium két részből áll az összegyűjtött statisztikai adatok alapján: Belgium -Flamand és Belgium-Francia a helyi lakosság hovatartozása következtében.

Azt érdemes megemlíteni, hogy az EBU jóval szélesebb körű, mint amennyi országot bevontam a kutatásaimba, mivel három kontinensre terjed ki, nevezetesen: Európa mellett, Ázsiára és Afrikára is. Továbbá az EBU számos olyan európai országot is magába foglal, amelyek nem tagjai az Európai Uniónak, de attól még az EBU nemzetközi szervezetnek tagjai, például, Svájc, Norvégia, Izland, valamint néhány nyugat-balkáni ország, többek között Makedónia, Szerbia. Európán kívül országok közül kiemelendő Törökország, Marokkó és Izrael is, amelyek szintén az EBU-hoz tartoznak.

A kutatásaim során felhasznált statisztikai elemzéseim az SPSS (Statistical Program for Social Sciences= Statisztikai program a társadalomtudományok terén) (SAJTOS-MITEV, 2007) rendszer alapjára épül, kibővítve az EU-29 tagországok közszolgálati média rendszere (PSM = Public Service Media = Közszolgálati Média) eredményességének és hatékonyságának a nemzetközi összehasonlítását. *Statisztikai elemzést végeztem a disszertációmban, amelyhez segítségül felhasználtam az SPSS program csomagot.* A felhasznált tizenhárom gazdasági változó, mint gazdasági jellemző az alábbi felsorolásban összesíthető:

*A Táblázat-1-ben szereplő gazdasági változók megnevezései:*

1 - PSM2008131 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2008-2013

2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017

3 - PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, egy főre esően, országonként, euróban, 2013-2017

4 - (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017

5 - (Mínusz) PSMInc175 = PSM public income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből közpénz-jövedelmek aránya százalékban 2017-ben országonként

6 - PSMMarket176 = PSM commercial income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből a kereskedelmi jövedelmek aránya százalékban 2017-ben, országonként

7 - PSMMark377 = PSM commercial income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmei, országonként, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közzolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országonként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

9 - PSMCap379 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egy főre eső közpénz-jövedelmek változásai havonta, országonként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100

10 - (Mínusz) Licence3710 = PSM licence fee, (a part of public income) Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére fizetett éves előfizetési díj euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100

12 - Inf13712 = Az infláció alakulása országonként, százalékban, 2013 és 2017 között,

13 - GDP131713 = A GDP növekedésének alakulása százalékban 2013 és 2017 között,

*Megjegyzés: Mivel nem minden EU tagországban vannak előfizetési díjak, ezért ez a tétel csak 0,1%-os értékben volt feltüntethető azokban az országokban, ahol nem voltak előfizetési díjak.*

Nulla értéket nem lehetett feltüntetni az SPSS statisztikai adat-bázisban, mert akkor ez a rendszer nem tudta volna értelmezni a többi adatokat sem az összehasonlításnál. A 0,1%-os érték viszont jelentéktelen elhanyagolható érték, így a további elemzéseknél ettől még figyelmen kívül hagyható.

Az előfizetési díjakat külön gazdasági változóként szükséges volt feltüntetni a kutatásaim során, mivel ez fontos jellemzője egy-egy EU tagország közmédia bevételeinek értékelésekor. Az összehasonlítás szempontjából is fontos, hogy mely EU tagországokban van előfizetési díj és mely országokban viszont nincs.

A felsorolt 13 gazdasági változó közül az első négy változóhoz tartozik a PSM2008131, azaz a PSM operating revenues, más néven a *közzolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei*, országonként 2008-2013 között; a PSM2013172, azaz a PSM operating revenues, közzolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként 2013- 2017 között; a PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, a közzolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, egy



*főre esően*, 2013-2017 között és a PSMGDP174, azaz a PSM operating revenues, a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei a *GDP százalékban* 2017-ben.

A további hét gazdasági változó a PSM (public service média = közszolgálati média) bevételeinek összetételéhez tartozik, így a PSMInc175, azaz a PSM public income, a *közszolgálati médiaszolgáltató közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)*, országonként, 2017-ben; a PSMMarket176, azaz a PSM commercial income, a közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országonként, százalékban, 2017; a PSMMark377, azaz a PSM commercial income, a közszolgálati médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmei, országonként, 2013 és 2017 között a 2013. évi szinthez képest; a PSMReven378, azaz a PSM public income (public fund and licence fee), a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, országonként, 2013 és 2017 között, a 2013. évhez viszonyítva; a PSMCap379, azaz a PSM operating revenues, a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egy főre eső közpénz-jövedelmek, havonta országonként 2013 és 2017 között, 2013. évi helyzethez viszonyítva; a Licence3710, azaz a PSM licence fee, (a part of public income) a közszolgálati médiaszolgáltatók részére fizetett *éves előfizetési díj* euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013. évi szinthez viszonyítva; a Fund1711, azaz a PSM public fund (a part of public income), a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből a közpénz-jövedelemhez tartozó *a közalapítványok támogatása arányának változásai*, százalékban, 2013-2017 között.

A többi meglévő gazdasági változó az általános gazdasági helyzethez kapcsolódik, nevezetesen a Infl3712, azaz az *infláció alakulása országonként*, százalékban, 2013 és 2017 között, és a GDP131713, azaz a *GDP növekedésének alakulása százalékban* 2013 és 2017 között.

Rövidítések: PSM2008131, PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMInc175, PSMMarket176, PSMMark377, PSMReven378, PSMCap379, Licence3710, Fund1711, Infl3712, GDP131713.

A gazdasági változókat jelző rövidítések utolsó egy esetéenként két számjegye adja az általam meghatározott sorrendet a változók esetében. Az ezt a sorszámot megelőző számok adják meg az évszámok rövidített formáját, vagy a **2013-2017** időszak esetében a **37** vagy **1317**, esetenként a 2008-2013, azaz rövidebben 200813, más esetben a 2013-2018, azaz 201317 (lásd 1. táblázat és a változók értelmezése).

A közszolgálati médiaszolgáltatók *közpénz-jövedelmei* két fő részből állnak 1- közalapítványok támogatása és a 2- havi előfizetések. Ehhez kapcsolódó *kereskedelmi jövedelmek* és a nem jelentős egyéb jövedelmek adják a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes működési bevételét.

A 2013-2017 közötti időszakban a kutatás témája közvetlenül a PSM (Public Service Media) a Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeinek változásaihoz kapcsolódik, figyelembe véve az adott országokat, amelyekben az egyes nemzeti média intézmények működnek. A kutatáshoz felhasznált statisztikai adatok az egyes nemzeti forrásokhoz kapcsolódnak, amelyeket az EBU éves rendszeres kiadványai is közzétesznek. Az összeállított statisztikai adatok, amelyek megbízható forrásonként használhatók, felölelik az állami támogatások, az előfizetések (Licence) és a reklám bevételek alakulását, együttes kölcsönhatásainak elemzését, valamint ezeknek az összefüggéseknek az összehasonlítását a kutatásba bevont országok néhány fontosabb gazdasági helyzetével. A kutatás során fontos volt figyelembe venni ezeknek a gazdasági változásoknak a kapcsolódásait a GDP növekedésével, az infláció százalékos alakulásával.

Az SPSS statisztikai rendszer az egyes EU tagországokban a közszolgálati médiaszolgáltatók gazdasági jellemzőinek a hasonlóságai vagy az eltérései szerint osztályozza az egyes országokat általában maximum 5 klaszterbe, amelyet mindig a szerző vagy szerzők saját belátásuk szerint határoznak meg. Célszerű 5 klaszterbe sorolni az országokat, mivel ennél több vagy kevesebb nem lenne eléggé célravezető az adott EU tagországok közszolgálati médiaszolgáltatók intézményeinek gazdasági jellemzőit figyelembe véve.

A fentebb kifejtett statisztikai elemzési módszereket alkalmaztam a kutatásaim során és ezeket a szempontokat követtem a disszertáció megírásánál is.

## 5. EREDMÉNYEK ÉS AZOK MEGBESZÉLÉSE

A kutatás során az EU 28 tagországának közszolgálati médiaszolgáltatóinak helyzetét, elsődlegesen a gazdasági helyzetét tekintetem át, kiemelten elemézve az egyes országok közmédia jövedelmeinek összetételét az alapítványi, a közalapítványi és az előfizetési, valamint kereskedelmi és egyéb jövedelem megoszlási összefüggésben. A közmédia anyagi-jövedelmi helyzete nagyban függ az adott országok – EU tagországok – általános gazdasági helyzetétől is, amelyet jól jellemez az általános gazdasági növekedés a GDP alakulás alapján, továbbá az infláció alakulása.

Ezek a gazdasági szempontok hatással vannak a közmédia egyes bevételei vásárló erejének alakulására. Adott esetben a növekvő pénzügyi források egy magasabb infláció mértékével számolva csökkenő mértékű vásárlóerőnek számítanak. Célszerű a közmédia számára az inflációnál nagyobb mértékű jövedelem növekedéssel számolni. Viszont sok országban, EU tagországokban jelentősebb mértékű az előfizetések mértéke, mint az alapítványi támogatásoké, ezért a lakosság, mint a közmédia szolgáltatás terén jelentős fogyasztónak csökkenhet a hajlandósága az előfizetések megfizetésére. Ez a körülmény is negatív hatással lehet a közmédia általános jövedelmi helyzetére, akár az egyes új vagy újabb televíziós készülékek csökkenő mértékű megvásárlására. Ebből a szempontból mindenképpen fontos a fogyasztói akarat és fizetési hajlandósága a média-eszközök, tévé és rádió megvásárlása terén.

A kutatásaim mivel az EBU, azaz az European Broadcasting Union kiadványaira épült, mód volt a szervezet legjelentősebb államainak adataira támaszkodni kutatásaim során, így a szervezeten belüli valamennyi EU tagország adatait figyelembe venni a 2013 és 2017 közötti időszakra vonatkozóan. A kutatási időszakban az Egyesült Királyság (EK = UK, United Kingdom) adatait is belevettem a kutatásaim során. Az EBU nemzetközi szervezet adatok nyilvántartásában Belgiumot, mint egy EU tagországot két részre bontotta az egyik Belgium -Flamand a másik pedig Belgium-Francia (Táblázat-1; EBU, 2013 és EBU, 2018).

**Táblázat 1:** A Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, összetétele országoként, millió euróban, és százalékban, 2008-2017 között

Gazdasági változók	2	3	-4	8	9	11	-5	6	13	1	7	-10	12
Komponens	1					2			3		4		
Fő tengely Országok	X					Y			Y		Y		
<b>Ausztria-1</b>	<b>10</b>	<b>-3</b>	<b>0,27</b>	<b>1,5</b>	<b>0,1</b>	<b>20</b>	<b>62,4</b>	<b>37,6</b>	<b>1,5</b>	<b>22</b>	<b>-4</b>	<b>1,6</b>	<b>2,1</b>
Belgium-Fl.	2,75	0,1	0,18	-2,5	-4	-5	62,6	35,3	1,7	-2	12	0,1	1,7
Belgium-Fr.	10,4	7,2	0,2	14	12	5,6	72,9	20	0	12,6	3	0,1	0
Bulgária	16,7	16,3	0,14	17	14	1	93,9	6	2,7	-16	-3	0,1	0,8
Horvátország	-2,5	0,1	0,37	4,4	11	20	91,7	8,3	1,5	1	-25	-87	1,6
Ciprus	3,1	5,7	0,17	7	11,5	4,5	91,8	7,7	1,7	-16	-31	0,1	0,5
Csehország	-2	-7	0,17	7,4	-4	-67	91	8,6	3,7	18,9	-8	-96	1,9
Dánia	-2	-4	0,19	0,1	-2,5	0,1	90	9,5	2,2	9,5	-2	-87	1
Finnország	12	0,1	0,21	1,5	0,6	0,1	97,3	2,2	1,5	20	-16	0,1	1,5
Franciaország	2	8,5	0,18	9,8	8,8	-55	81	11,3	1,6	25	6,4	13,6	1,1
Németország	3,7	0,1	0,3	4,5	2,2	22	88,7	6	2,4	5,2	19,4	4	1,6
Olaszország	2,4	0,1	0,15	1,2	-2	0,1	68	31,7	0,9	8,5	20	1,2	1,2
Lettország	15,6	17	0,1	15,8	25	0,1	78	22,4	2,2	-6,7	18	0,1	1,5
Hollandia	3,5	0,1	0,12	-1	-4	-5	67,4	25	1,7	5,5	-2	0,1	2
Portugália	-7,7	0,1	0,11	-9	-7	-85	81,6	18,4	2,2	-15	0,1	16	1
Szlovákia	16,5	15,8	0,14	15	13	0,5	93,4	6,5	2,8	22	52	14	1,4
Szlovénia	2,4	-5	0,28	0,1	0,1	-60	81	19	4	9	-22	4,4	0,8
Svédország	12,6	-3,5	0,18	2,6	-2	0,1	96	4,3	2,7	11,6	33	12	1,2
Egyesült K.	-2,4	-5	0,3	-5	-10	-40	63,5	36,5	2,3	10,3	22	17,3	2,7
<b>Észtország-2</b>	<b>21,3</b>	<b>30</b>	<b>0,16</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>1</b>	<b>96</b>	<b>4</b>	<b>4,2</b>	<b>-1,5</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>3</b>
Görögország	2	60	0,11	52	-30	0,1	95	4,9	1	45	-4	-9	0,1
Magyarország	6,8	0,1	0,25	3,4	3,5	2,6	79	8,4	4,2	80	34	0,1	2
Luxembourg	21	40	0,01	13	-44	45	98	1,9	3	5	-5	0,1	1,9
Spanyolország	7	62	0,17	60	80	-3	90	9	2,2	58	40	0,1	1,7
<b>Írország-3</b>	<b>3</b>	<b>3,5</b>	<b>0,13</b>	<b>1,4</b>	<b>3,4</b>	<b>19</b>	<b>59</b>	<b>41,5</b>	<b>9</b>	<b>-9</b>	<b>5</b>	<b>87</b>	<b>0,45</b>
Málta	80	65,2	0,16	10	57	0,2	35	43	8	17,7	16	0,1	1,1
Lengyelország	17	18,2	0,11	53	33	-73	40	50,3	4,1	-8,3	-8	30	1,5
<b>Litvánia-4</b>	<b>72,8</b>	<b>85,7</b>	<b>0,09</b>	<b>70</b>	<b>60</b>	<b>37</b>	<b>93</b>	<b>7,3</b>	<b>4</b>	<b>-8,2</b>	<b>-60</b>	<b>0,1</b>	<b>2,5</b>
<b>Románia-5</b>	<b>-13</b>	<b>42</b>	<b>0,1</b>	<b>87</b>	<b>75</b>	<b>73</b>	<b>93</b>	<b>6,2</b>	<b>5,5</b>	<b>13,6</b>	<b>60</b>	<b>-91</b>	<b>2,6</b>
<b>EU átlag</b>	<b>11</b>	<b>15,5</b>	<b>0,17</b>	<b>18,2</b>	<b>11,7</b>	<b>-5</b>	<b>80</b>	<b>17</b>	<b>2,9</b>	<b>15,9</b>	<b>5,2</b>	<b>-5,8</b>	<b>1,46</b>

Forrás: EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, Funding of public service MEDIA 2014, December, Media, Intelligence Service, European Broadcasting Union, Geneva, Switzerland, [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)

Az „X” tengely vízszintes, az „Y” tengely erre merőleges, a kettőjük merőleges metszéspontja az „origo”. Csak két fő tengely van, amelyek egymást a „0” pontban merőlegesen keresztezik, metszik egymást.

#### Rövidítések

Belgium-Fl = Belgium-Flamand

Belgium-Fr = Belgium-Francia

Egyesült K. = Egyesült Királyság

Az öt klaszternél az egyes klaszterek kezdő országait az ország mellett lévő sorszám jelöli:

**Ausztria-1; Észtország-2; Írország-3; Litvánia-4; Románia-5**

Az utolsó két ország Litvánia és Románia külön-külön egy-egy önálló klasztert jelöl.

## *Jelölések*

- 1 - PSM2008131 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, millió euróban, és százalékban, 2008-2013
- 2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017
- 3 - PSM1FÖ3 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, egy főre esően, országoként, euróban, 2013-2017
- 4 - (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017
- 5 - (Mínusz) PSMInc175 = PSM public income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből közpénz-jövedelmek aránya százalékban 2017-ben országoként
- 6 - PSMMarket176 = PSM commercial income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből a kereskedelmi jövedelmek aránya százalékban 2017-ben, országoként
- 7 - PSMMark377 = PSM commercial income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmei, országoként, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100
- 8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közzolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országoként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100
- 9 - PSMCap379 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egy főre eső közpénz-jövedelmek változásai havonta, országoként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100
- 10 - (Mínusz) Licence3710 = PSM licence fee, (a part of public income) Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére fizetett éves előfizetési díj euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100
- 11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100
- 12 - Infl3712 = Az infláció alakulása országoként, százalékban, 2013 és 2017 között,
- 13 - GDP131713 = A GDP növekedésének alakulása százalékban 2013 és 2017 között,

**Táblázat 2: Korrelációs Mátrix**

	PSM2 00813 1	PSM2 01317 2	PSM 1FŐ 3	PSMG DP174	PSMI nc175	PSMMA rket176	PSMMA ark377	PSMRe ven378	PSMC ap379	Licenc e3710	Fund 1711	Infl 371 2	GDP1 31713
Correlation PSM20 08131	1,000	-,086	,144	,214	,092	-,215	<b>,439</b>	,130	,046	-,118	,055	,071	-,071
PSM20 13172	-,086	1,000	<b>,655</b>	-,264	-,250	,135	-,277	,236	<b>,402</b>	,217	,202	,115	,392
PSM1F Ö3	,144	,655	1,000	<b>-,505</b>	,073	-,146	-,060	<b>,773</b>	<b>,561</b>	,012	,375	,136	,290
PSMG DP174	,214	-,264	-,505	1,000	-,052	,044	-,032	-,422	-,095	-,177	-,118	,054	-,208
PSMInc 175	,092	-,250	,073	-,052	1,000	<b>-,960</b>	-,069	,186	-,106	-,389	,281	,072	-,344
PSMMA rket176	-,215	,135	-,146	,044	-,960	1,000	,026	-,203	,041	,416	-,289	- ,058	,291
PSMMA rk377	,439	-,277	-,060	-,032	-,069	,026	1,000	,077	,188	,013	,147	,137	,123
PSMRe ven378	,130	,236	,773	-,422	,186	-,203	,077	1,000	<b>,670</b>	-,185	,335	,258	,190
PSMCA p379	,046	,402	,561	-,095	-,106	,041	,188	,670	1,000	-,120	,218	,301	,377
Licence 3710	-,118	,217	,012	-,177	-,389	,416	,013	-,185	-,120	1,000	-,164	- ,236	,194
Fund17 11	,055	,202	,375	-,118	,281	-,289	,147	,335	,218	-,164	1,00 0	,194	,118
Infl371 2	,071	,115	,136	,054	,072	-,058	,137	,258	,301	-,236	,194	1,00 0	,128
GDP13 1713	-,071	,392	,290	-,208	-,344	,291	,123	,190	,377	,194	,118	,128	1,000

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

A Táblázat-2 adja a korrelációs mátrixot, azaz az egyes gazdasági változók közötti összefüggések mértékét, amely szükséges ahhoz, hogy érthető legyen, hogy közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei és kiadásai milyen összefüggések eredményeként alakult a vizsgált időszakban. Továbbá mely gazdasági változók játszottak fontos vagy fontosabb szerepet a közszolgálati médiaszolgáltatók jövedelmezőségi viszonyainak meghatározásában.

A gazdasági változók közötti összefüggések eltérő mértékűek, annak megfelelően, hogy adott két változó összefüggését érzékelő vagy jelző számérték mennyire közelít az 1,000 értékhez, azaz a 100%-hoz, vagy az 0,500 értékhez, amely 50%-nak felel meg. Ennek megfelelően határozható meg a változók közötti összefüggések értéke. Amennyiben a gazdasági változók közötti érték 0,800 (80%) fölött áll, akkor nagyon erős az összefüggés közöttük, ha 0,800 és 0,600 között van akkor erősnek mondható, ha viszont 0,600 és 0,500 közötti az érték, akkor viszont közepesen erős az összefüggés. 0,500-oz (50%) közeli vagy az alatti 0,400-ig (40%) az érték, akkor ebben az esetben gyenge a gazdasági változók közötti összefüggések értéke. Az elemzések szempontjából, ha az összefüggések közötti érték 0,400 (40%) alatt van, akkor nincs értékelhető összefüggés a gazdasági változók között. Ebben a táblázatban látható diagonál – átló -, amelyet 1,000 értékek jeleznek, vagyis minden gazdasági változó önmagában véve 1,000 értéket (100%) ad és ehhez az értékhez arányosítja a táblázatban meglévő többi adat más gazdasági változóknak az adott változóhoz való arányosítását, összefüggésének mértékét. A diagonál úgy osztja kettő részre átlósan a táblázatot, hogy a jobb felső részben lévő adatok megegyeznek a bal alsó részben – háromszögben – lévő adatokkal. Ezért a táblázatnak csak az egyik, azaz a jobb felső részét veszem figyelembe.

**Táblázat 2: Korrelációs Mátrix (Folytatás)**

	PSM2 00813 1	PSM2 01317 2	PSM 1FŐ 3	PSMG DP174	PSMI nc175	PSMMA rket176	PSMMA ark377	PSMRe ven378	PSMC ap379	Licenc e3710	Fund 1711	Infl 371 2	GDP1 31713
Signif icance (1- tailed)		,329	,228	,132	,317	,131	<b>,009</b>	,251	,407	,271	,388	,358	,357
PSM20 08131													
PSM20 13172	,329		<b>,000</b>	<b>,083</b>	<b>,095</b>	,243	<b>,073</b>	,109	<b>,015</b>	,130	,147	,277	<b>,018</b>
PSMIF Ö3	,228	,000		<b>,003</b>	,353	,225	,378	<b>,000</b>	<b>,001</b>	,476	<b>,023</b>	,242	<b>,064</b>
PSMG DP174	,132	,083	,003		,395	,410	,435	<b>,011</b>	,311	,179	,271	,391	,140
PSMInc 175	,317	,095	,353	,395		<b>,000</b>	,361	,166	,292	<b>,018</b>	<b>,070</b>	,355	<b>,034</b>
PSMMA rket176	,131	,243	,225	,410	,000		,446	,145	,417	<b>,012</b>	<b>,064</b>	,383	<b>,063</b>
PSMMA rk377	,009	,073	,378	,435	,361	,446		,346	,164	,473	,224	,239	,263
PSMRe ven378	,251	,109	,000	,011	,166	,145	,346		<b>,000</b>	,169	<b>,038</b>	<b>,088</b>	,162
PSMCA p379	,407	,015	,001	,311	,292	,417	,164	,000		,267	,128	<b>,056</b>	<b>,022</b>
Licence 3710	,271	,130	,476	,179	,018	,012	,473	,169	,267		,198	,109	,157
Fund17 11	,388	,147	,023	,271	,070	,064	,224	,038	,128	,198		,156	,270
Infl371 2	,358	,277	,242	,391	,355	,383	,239	,088	,056	,109	,156		,254
GDP13 1713	,357	,018	,064	,140	,034	,063	,263	,162	,022	,157	,270	,254	

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

Ebből a szempontból elemezve a Táblázat-2 adatait, megállapítható, hogy *nagyon erős* a PSMInc175, azaz a 2017-es évi *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országokénti gazdasági változó és PSMMarket176 között, azaz a 2017. évi közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országoként, mivel ez az érték mínusz 0,960 (96%), közelítve a 1,000 értékhez. Természetesen a gazdasági változók közötti összefüggések értéke lehet mínusz előjelű is, amely azt jelenti, hogy a gazdasági változók között fordított összefüggés áll fenn. Tehát amíg például az egyik gazdasági változó növekvő mértékű, addig a másik változó csökkenő értékű. Ebben az esetben a mínusz előjel nem a szám értékét, hanem az ellenkező gazdasági változást jelzi egy másik változóval szemben. *Csak a gazdasági változók fejlődési trendjeiről van szó és nem matematikai modellről ebben az esetben.*

Amikor a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országokénti mértéke növekszik, akkor a közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országoként, százalékosan csökken. Ennek a fordítottja is igaz. A százalékos rendszerben, ha az egyik gazdasági változó aránya csökken – a 100%-on belül – akkor a más változók aránya növekedni fog.

A további gazdasági változók közötti összefüggés *erős* a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, *egy főre esően*, 2013-2017 között és a PSMReven378, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, országoként, szintén ugyan abban az időszakban, mivel ennek értéke 0,773 volt. Ez azt jelenti, hogy ugyan abban az időszakban 2013 és 2017 között amikor nőttek a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei*, akkor ezzel párhuzamosan nőttek a

közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően*. A teljes bevétel egy részének, nevezetesen a közpénz-jövedelmeknek a növekedése általában véve növelte az egy főre eső működési bevételeket a közmédia esetében. Ez egyben azt is jelenti, hogy 2013 és 2017 között a teljes bevétel más jövedelem forrásai viszont nem nagyon változtak nagyjából azonos előfizetői létszám mellett a vizsgált EU-28 tagországban. Lényegében a kereskedelmi jövedelmek sem változtak lényegesen, mint a teljes bevételek másik legjelentősebb jövedelem forrása. Mivel egyenes arányosság áll fenn a két gazdasági változó között, ezért a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmeinek* csökkenése az egy főre eső működési bevétel csökkenésével párosul.

Szintén *erős* volt az összefüggés 0,670 értékkel a PSMReven378, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, országonként, 2013 és 2017 között és a PSMCap379, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egységnyi közpénz-jövedelmek *állampolgáronként*, havonta országonként 2013 és 2017 között, 2013. évi helyzethez viszonyítva. Ez a szoros összefüggés hasonlít az előző két gazdasági változó közötti összefüggésre, annyiban különbözik az előbbitől, hogy ott az egy főre eső előfizetői létszámról van szó, míg ebben az esetben az egész népességre kivetítve vonatkozó egy állampolgárra eső közszolgálati média bevételekről van szó. Ebben az esetben is egyenes arányosság áll fenn, nevezetesen a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, növekedésével nőnek a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei *állampolgáronként* nagyjából azonos népesség mellett és a kereskedelmi jövedelmek nagyjából változatlan mértéke alapján.

*Erősnek* mondható a 0,655 érték alapján az összefüggés a PSM2013172, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei*, 2013- 2017 között és a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően*, ugyan ebben az időszakban. Ebben az esetben egyértelmű, hogy a *közszolgálati média működési bevételeinek* növekedésével szintén nő a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeinek* egy főre, azaz egy előfizetőre eső nagysága. A bevételek csökkenése esetén, csökken az egy főre-egy előfizetőre eső *közszolgálati médiaszolgáltatók* bevétele.

A továbbiakban 2013-2017 közötti időszakban a gazdasági változók közötti összefüggés *közepesen erős* volt, mivel ez az érték 0,561, a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően* és a PSMCap379, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi havonkénti közpénz-jövedelmek *állampolgáronként*, országonként hasonló időszakban. Ebben az esetben is az egy főre eső média bevétel nő, akkor értelem szerűen az egy állampolgárra eső havi egységnyi közpénz-jövedelmek is nőnek. Ha csökkenő tendenciáról van szó, akkor egyenes arányosan mind a két kategóriában, egy főre vetítve csökkennek a média bevételek és a közpénz jövedelmek.

A közepesen erős *minusz* 0,505 értékű összefüggés volt két gazdasági változó között, nevezetesen a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően*, 2013-2017 között és a PSMGDP174, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei a *GDP százalékban* mérve 2017 végéig. Ebben az esetben erre a 29 EU-tagországra vonatkozóan a 2013 és 2017 közötti egy főre eső média bevétel növekedése esetén a média egész évi bevételeinek GDP százalékában mért aránya 2017 végére csökken. Ebben az esetben a GDP növekedése vagy csökkenése nagyban befolyásolja a média bevétel arányát a GDP százalékában.

Amennyiben a média bevételek stagnáló szinten állnak vagy minimálisan, nem számottevően változnak, akkor a GDP növekedésével csökkenő a média bevételek aránya, a GDP csökkenésével viszont növekvő mértékű lesz az arányuk a GDP százalékában. Lényegében, ha a média bevételek nőnek egy változatlan, vagy minimális csökkenő GDP-hez viszonyítva, akkor a



média bevételek aránya nőni fog. Ha egy esetleg minimálisan növekvő GDP-hez mérten a média bevételek növekedése nagyobb, akkor is a média bevételek aránya nőni fog a GDP százalékában.

Látható, hogy a két gazdasági változó ellentétes irányban halad, tehát fordítottan arányos az összefüggés kettőjük között, ezért lehet negatív előjelű a PSMGDP174 változó.

Az alábbi gazdasági változók között a gazdasági összefüggések *gyengék* voltak a vizsgált időszakban, mivel ennek értéke 0,439 volt a két gazdasági változó között, nevezetesen a PSM2008131, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei*, országonként 2008-2013 között és a PSMMark377, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országonként, a későbbi időszakhoz, 2013 és 2017 közöttihez képest. A két gazdasági változó közötti gyenge mértékű összefüggést két eltérő időszak a 2008-2013 és 2013-2017 alapján hasonlítja össze a statisztikai rendszer. Ennek lényege az, hogy ha 2008 és 2013 közötti időszakban a média bevételei nőttek, akkor ezzel egyenesen arányosan a 2013 és 2018 között a média kereskedelmi jövedelmei is nőttek. Nagy valószínűséggel a média bevételek növekedése a 2008 és a 2013 közötti időszakban jelentős mértékben függtek a kereskedelmi jövedelmek növekedésétől ebben az időszakban, amit alátámaszthat az is, hogy a kereskedelmi jövedelmek egyébként szintén nőttek a 2013 és 2017 időszakban is.

Ez felveti annak lehetőségét, hogy néhány EU tagországban a töretlenül növekedtek a média kereskedelmi jövedelmei mind a két időszakban. A kereskedelmi jövedelmek – tehát például a reklám jövedelmek – növelik a média teljes bevételét. Mivel azonban ez az összefüggés a két gazdasági változó esetében nem feltétlenül törvényszerű minden EU tagország esetében, ezért ez az összefüggés két gazdasági változó között gyenge marad.

Szintén gyenge összefüggés áll fenn, viszont fordítottan (*mínusz*) -0,422 értékben a két gazdasági változó esetében, nevezetesen a PSMGDP174, a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei a *GDP százalékban* 2017-ben és a PSMReven378, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések* között országonként, 2013 és 2017 közötti időszakhoz viszonyítva. Ezek a helyzetek is csak esetenként fordulnak elő az egyes EU tagországokban, ezért lehet gyenge összefüggés a két gazdasági változó között. Lényegében nem ok-okozati összefüggésről van szó, hanem eseti, vagy csak az adott időszakra érvényes összefüggés áll fenn. Itt ebben az esetben a közpénz-jövedelmek növekedése és a média bevételek GDP százalék arányában történő csökkenése állhat fenn. Vagy ennek fordítottja: a közpénz-jövedelmek csökkenése és a média bevételek GDP százalék arányában történő növekedése állhat fenn. Ebben az esetben a kereskedelmi jövedelmek növekedése is előmozdíthatja a média bevételek GDP százalék arányában történő növekedését. Megállapítható, hogy önmagában a *közpénz-jövedelmek alakulása nem meghatározó jelentőségű a média bevételek a GDP százalék arányában történő növekedésében vagy csökkenésében*. Itt a GDP változásai is befolyásoló tényező a média bevételek GDP arányában.

Szintén gyenge összefüggés volt további két gazdasági változó esetében 0,416 értékben a PSMMarket176, közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országonként, százalékban, 2017, valamint a Licence3710, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók részére fizetett *éves előfizetési díj* gazdasági változóval euróban, százalékban, 2013 és 2017 közötti időszakban 2013. évi szinthez viszonyítva. Ebben az esetben sem feltétlenül ok-okozati összefüggés áll fenn a kereskedelmi jövedelmek és a közpénz-jövedelmeket alkotó egyik fontos elemének az *éves előfizetési díj* nagysága között.

Vannak EU tagországok, ahol esetenként egyidejűleg mind a két változó nőhet, de ugyanakkor csökkenhet is. Másrészt számos EU tagországban nincs éves előfizetési díj, ennek következtében a kereskedelmi jövedelmek növekedésének jelentős szerepe, miközben, ahol éves előfizetési díj is van, ott ettől függetlenül növekedhetnek a kereskedelmi díjak is. A statisztikai rendszer ezért

tekinti mind a két változót egyidejűleg növekvő mértékűnek, tehát egyenes arányosságot fejez ki a két változó között. Ahol nincs éves előfizetési díj, ott a kereskedelmi jövedelmek nőnek, ahol pedig van éves előfizetési díj, ott ettől még nőhetnek a kereskedelmi jövedelmek. Ezért nem meghatározó jelentőségű a két gazdasági változó közötti összefüggés, azaz gyenge mértékű.

Továbbá szintén gyenge gazdasági összefüggés áll fenn a két gazdasági változó között 0,402 értékben, amelyek nevezetesen a PSM2013172, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként 2013- 2017 között, valamint a PSMCap379, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi Közpénz-jövedelmek *állampolgáronként*, országonként 2013 és 2017 között, 2013. évi helyzethez viszonyítva. Itt is a gyenge összefüggés tapasztalható, mert a népesség növekedése is befolyásolja azt, hogy mekkora egy állampolgárra eső média bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi Közpénz-jövedelmek alapján. Ugyanakkor a média bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi Közpénz-jövedelmek havonkénti nagysága nem az állampolgárok számától függ, hanem sokkal inkább az előfizetők számától és a közalapítványok támogatásától. Az előbbi inkább függhet részben a népesség alakulásától, de főleg az előfizetők vásárló erejétől és hajlandóságától az előfizetési díjak kifizetését illetően, miközben számos EU tagországban viszont nincs előfizetési díj.

A Táblázat-2 másik része a gazdasági változók közötti összefüggések szignifikanciájához kapcsolódó adatokat összesíti. A szignifikancia szerint akkor beszélünk a gazdasági változók szoros összefüggéseiről, ha az értékük vagy „0” – nulla- vagy ehhez szorosan közeli érték, általában 0,100 érték alatti. A 0,05-höz tartozó szignifikanciához tartozó korrelációk viszonylag kis számúak, az emeléssel szélesebb szignifikancia összefüggést kívántam tenni. A szignifikancia értelmezése szerint a gazdasági változók akkor állnak szoros összefüggésben egymással, ha minél a kisebb értékkel jelöli a rendszer a köztük lévő szoros összefüggést, azaz ez az érték minél közelebb áll a nullához, tehát a változók közötti különbség minél kisebb.

*A korreláció valóban más megközelítés, mint a szignifikancia, de viszont a kettő között lehetséges hasonlóság, amennyiben a korreláció nagyon erős, akkor a szignifikancia érték lehet erősen közelítő a nullához. Ebben az esetben a gazdasági változók közötti korrelációs összefüggés közelíthet az 1,000 -es értékhez, azaz a 100%-hoz, miközben a szignifikancia érték a nullához közelít. Mind a két esetben a gazdasági változók között szoros az összefüggés a két megközelítés alapján.*

Mivel elsődlegesen a korrelációs értékek alapján vizsgálják a gazdasági változók közötti összefüggéseket és mert ezek egy része megegyezik a szignifikancia érték kimutatása szerint a gazdasági változók közötti összefüggésekkel, ezért nem feltétlenül fontos a szignifikancia érték szerinti kimutatásokat külön elemezni. Nem ez az elsődleges elemzési módszer.

**Táblázat 3:** KMO és Bartlett's Test érték

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,501
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square		199,339
Sphericity	df	78
	Sig.	,000

Forrás: U. a.

A Táblázat-3 megmutatja a KMO értéket és a Bartlett elnevezésű teszt értékét. Ebben a statisztikai elemzésben fontos, hogy a KMO érték, azaz a Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy, 0,500 fölött legyen, miközben a Bartlett's Test of Sphericity és a Approx. Chi-Square 100,000, azaz a 100-as érték felett legyen. A szignifikancia ebben is nulla legyen.

Ezekben az esetekben beszélhetünk arról, hogy a megadott statisztikai adatok alapján reálisan elkészíthető az SPSS elemzés.

A *Táblázat-4* az Anti-image Mátrix kimutatást tartalmazza, amelyből ennek a táblázatnak a második fele érdekes a kutatásom szempontjából. A táblázatnak a diagonáljában, átlójában adja meg az MSA (Measures of Sampling Adequacy) értékeket, amelyek jelzik, hogy az egyes gazdasági változók fontossága mennyire erős, és milyen mértékű, nagyságrendű a fontossága ebben a statisztikai elemzésben. A korábbiakhoz hasonlóan, amennyiben a diagonálban lévő és kis „a” betűvel jelölt érték 0,500 fölötti, akkor azok a gazdasági változók jelentősen meghatározók az elemzésben. Ha viszont ezek az értékek 0,500 alattiak, de ehhez közel állóak, akkor közepes erősségűek, amennyiben lényegese ez alatt lévőek, akkor gyengén fontosak. Ettől a mértéktől mindegyik gazdasági változó fontos szerepet tölt be, de nem egyenlő mértékű a fontosságuk az elemzésben.

A legjelentősebb gazdasági változók a 0,500 fölötti szinten az alábbiak: PSM1FŐ3, PSMReven378, PSMCap379, Licence3710, Fund1711 és GDP131713.

A 0,400 és 0,500 közötti értékű gazdasági változók közepes erősségűek az elemzésben, amelyek a következők: PSM2013172, PSMGDP174, PSMInc175, PSMMarket176 és az Infl3712. Az ez alatti szinten lévő gazdasági változók, nevezetesen a PSM2008131 és a PSMMark377, amelyek szintén fontosak bár kis mértékben a fenti változókhoz képest. A táblázat többi adata a diagonál átlót kivéve nem lényeges fontosságú.

**Táblázat 4:** Anti-image Mátrix

	PSM2 00813 1	PSM2 01317 2	PSM 1FŐ 3	PSMG DP174	PSMI nc175	PSMMA rket176	PSMM ark377	PSMRe ven378	PSMC ap379	Licenc e3710	Fund 1711	Infl 371 2	GDP1 31713	
Anti- imag e Cova rianc e	PSM20 08131	,414	,044	-,073	-,206	,052	,057	-,195	-,022	,112	-,033	,088	-,050	,031
	PSM20 13172	,044	,185	-,100	,016	,037	,035	,117	,093	-,072	-,081	-,058	-,115	-,029
	PSM1F Ő3	-,073	-,100	,117	,062	-,010	-,008	,007	-,087	,009	,001	-,039	,064	,002
	PSMG DP174	-,206	,016	,062	,430	-,006	-,009	,172	,069	-,160	,053	-,114	-,046	,064
	PSMInc 175	,052	,037	-,010	-,006	,038	,038	,020	-,002	,010	-,037	-,024	-,045	,018
	PSMMA rket176	,057	,035	-,008	-,009	,038	,040	-,003	,010	-,049	-,013	-,044	-,044	,009
	PSMMA rk377	-,195	,117	,007	,172	,020	,015	,436	,063	-,153	-,090	-,181	-,101	-,043
	PSMRe ven378	-,022	,093	-,087	,069	-,002	-,003	,063	,150	-,121	,016	-,030	-,071	,010
	PSMCA p379	,112	-,072	,009	-,160	,010	-,153	-,121	,280	,045	,077	-,005	-,074	
	Licence 3710	-,033	-,081	,001	,053	-,037	-,049	-,090	,016	,045	,634	,077	,165	-,054
	Fund17 11	,088	-,058	-,039	-,114	-,024	-,013	-,181	-,030	,077	,077	,670	-,015	-,064
	Infl371 2	-,050	-,115	,064	-,046	-,045	-,044	-,101	-,071	-,005	,165	-,015	,734	-,052
	GDP13 1713	,031	-,029	,002	,064	,018	,009	-,043	,010	-,074	-,054	-,064	-,052	,673

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

**Táblázat 4: Anti-image Mátrix (Folytatás)**

	PSM2 00813 1	PSM2 01317 2	PSM 1FŐ 3	PSMG DP174	PSMI nc175	PSMMA rket176	PSMMA ark377	PSMRe ven378	PSMC ap379	Licenc e3710	Fund 1711	Infl 371 2	GDP1 31713	
Anti- image Corre lation	PSM20 08131	,249 <sup>a</sup>	,161	-,332	-,487	,411	,441	-,459	-,089	,329	-,064	,167	-,091	,058
	PSM20 13172	,161	,411 <sup>a</sup>	-,677	,057	,447	,405	,411	,561	-,318	-,238	-,166	-,313	-,083
	PSM1F Ő3	-,332	-,677	<b>,615<sup>a</sup></b>	,276	-,146	-,120	,030	-,658	,048	,004	-,138	,219	,006
	PSMG DP174	-,487	,057	,276	,437 <sup>a</sup>	-,043	-,072	,397	,273	-,461	,102	-,212	-,082	,119
	PSMInc 175	,411	,447	-,146	-,043	,479 <sup>a</sup>	,968	,155	-,032	,101	-,239	-,152	-,269	,111
	PSMMA rket176	,441	,405	-,120	-,072	,968	,480 <sup>a</sup>	,115	-,038	,091	-,308	-,082	-,260	,054
	PSMMA rk377	-,459	,411	,030	,397	,155	,115	,272 <sup>a</sup>	,245	-,439	-,172	-,334	-,178	-,078
	PSMRe ven378	-,089	,561	-,658	,273	-,032	-,038	,245	<b>,556<sup>a</sup></b>	-,590	,051	-,094	-,213	,032
	PSMCa p379	,329	-,318	,048	-,461	,101	,091	-,439	-,590	<b>,548<sup>a</sup></b>	,107	,177	-,011	-,171
	Licence 3710	-,064	-,238	,004	,102	-,239	-,308	-,172	,051	,107	<b>,629<sup>a</sup></b>	,118	,242	-,083
	Fund17 11	,167	-,166	-,138	-,212	-,152	-,082	-,334	-,094	,177	,118	<b>,656<sup>a</sup></b>	-,022	-,096
	Infl371 2	-,091	-,313	,219	-,082	-,269	-,260	-,178	-,213	-,011	,242	-,022	,430 <sup>a</sup>	-,074
	GDP13 1713	,058	-,083	,006	,119	,111	,054	-,078	,032	-,171	-,083	-,096	-,074	<b>,885<sup>a</sup></b>

Forrás: U. a.

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Ezzel szemben *Táblázat-5* adja a változók teljes magyarázatát (Total Variance Explained) azzal, hogy a negyedik oszlopban a kumulatív összesítésnél a kutatásban szereplő első négy komponens összesített százalék arányát adja meg. Ebben az esetben az első négy komponens összesített értéke 68,29%, amely a 60%-os szint felett kell, hogy alakuljon. Amennyiben ez az összesített érték nem haladja meg a 60%-ot akkor a kutatási eredmények nem valósak. A többi komponens nem jelentős a kutatásban.

**Táblázat 5: A változók teljes magyarázata (Total Variance Explained)**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,355	25,811	25,811	3,355	25,811	25,811	3,308	25,449	25,449
2	2,705	20,808	46,619	2,705	20,808	46,619	2,582	19,865	45,314
3	1,642	12,628	59,246	1,642	12,628	59,246	1,571	12,083	57,396
4	1,176	9,044	<b>68,290</b>	1,176	9,044	68,290	1,416	10,894	68,290
5	,900	6,922	75,213						
6	,849	6,529	81,742						
7	,669	5,149	86,891						
8	,611	4,702	91,592						
9	,514	3,957	95,550						
10	,365	2,809	98,359						
11	,131	1,010	99,369						
12	,063	,484	99,854						
13	,019	,146	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

A *Táblázat-6* adja a rotációs komponens mátrix (Rotated Component Matrix<sup>a</sup>) adatokat, amelyből látható, hogy a négy komponens mely gazdasági változókból áll. Mindegyik gazdasági változóhoz tartozó sorban lévő legmagasabb számérték adja meg azt a komponenset, amelyhez az adott gazdasági változó tartozik. Például a PSM1FŐ3 gazdasági változóhoz tartozó sorában legmagasabb számérték a 0,929, amely a komponens-1 oszlopban található, így ez a változó kizárólagosan csak ehhez a komponenshez tartozik. Hasonló elv szerint sorolódik a többi gazdasági változó is az adott komponenshez. A *Táblázat-6* legelső sorában lévő Licence3710 gazdasági változó viszont komponens-4-hez tartozik, mivel ennek a gazdasági változónak a sorában a legmagasabb számérték a komponens-4 elnevezésű oszlopban van, a számérték (mínusz) -0,608. A mínusz jelölés itt is – hasonlóan a *Táblázat-2* első részében alkalmazott mínusz jelölés során – ennek a gazdasági változónak a többi pozitív előjelű gazdasági változóval való fordított arányosságát jelöli, és nem az érték szerinti rangsorolását.

Természetesen a *Táblázat-6*-ban feltüntetett minden negatív előjelű gazdasági változó egyenesen aránylik a másik negatív előjelű gazdasági változóval. Ennek a táblázatnak az alapján elmondható, hogy komponens-1 és a hozzátartozó gazdasági változók mindig a koordináta rendszer „X” tengelyéhez tartoznak, míg a további komponensek gazdasági változóikkal együtt a koordináta rendszer „Y” tengelyéhez tartoznak.

**Táblázat 6:** Rotációs komponens mátrix  
(Rotated Component Matrix<sup>a</sup>)

	Component			
	1	2	3	4
PSM1FŐ3	<b>,929</b>	-,052	-,021	-,070
PSMReven378	<b>,822</b>	-,174	,138	,139
PSMCap379	<b>,692</b>	,207	,127	,419
PSM2013172	<b>,652</b>	,313	-,359	-,011
PSMGDP174	<b>-,589</b>	,056	,076	,550
Fund1711	<b>,477</b>	-,295	,120	,156
PSMInc175	,072	<b>-,947</b>	,007	,030
PSMMarket176	-,139	<b>,925</b>	-,071	-,044
GDP131713	,455	<b>,527</b>	,040	,059
PSMMark377	,033	,114	<b>,893</b>	,022
PSM2008131	,037	-,135	<b>,760</b>	,082
Infl3712	,239	,022	,066	<b>,712</b>
Licence3710	,016	,506	-,007	<b>-,608</b>

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

*Forrás:* U. a.

Komponens-1: PSM2013172, PSM1FŐ3, (Mínusz) PSMGDP174, PSMReven378, PSMCap379, Fund1711

Komponens-2: (Mínusz) PSMInc175, PSMMarket176, GDP131713

Komponens-3: PSM2008131, PSMMark377

Komponens-4: (Mínusz) Licence3710, Infl3712

A statisztikai rendszer azért, hogy elkerülje azt, hogy túl sok adat kerüljön egy koordináta rendszerbe, ezért annyi koordináta rendszerben tünteti fel az elemzésben szereplő komponenseket gazdasági változókkal együtt, ahány „Y” tengelyhez tartozó komponens van a rendszerben. Mindig a *komponens-1* tartozik az „X” tengelyhez és az „Y” tengelyhez tartozik a *többi komponens*, így ennek megfelelően valamennyi koordináta rendszerben – jelen esetben három koordináta rendszerben – a komponens-1 az „X” tengelyhez tartozik változatlanul, viszont az „Y” tengelyen lévő komponensek mindig változnak az egyes koordináta rendszer esetében. Ennek megfelelően azok az országok, amelyek gazdasági változóik, azaz gazdasági jellemzőik alapján az „X” tengelyre vonatkozóan, vagy csak az origó ponttól jobbra, vagy csak az origó ponttól balra helyezkedhetnek el, és ennek megfelelően nem kerülhetnek az origó ponttól számítva az „X” tengely másik oldalára, mivel komponens-1-hez tartozó gazdasági jellemzőik mindig az „X” tengely meghatározott oldalára esnek.

Viszont az egyes országok gazdasági változói – gazdasági jellemzői, amelyek a többi komponenshez tartoznak, tehát az „Y” tengelyhez, azok egyik koordináta rendszerben az origó középponttól felfelé, más gazdasági jellemzőik alapján az „Y” tengelyhez tartozóan az origótól lefele kerülnek megtartva az eredeti helyüket az „X” tengely viszonylatában.

Ennek megfelelően az adott az országok, ha az origótól jobbra található az „X” tengelyhez tartozóan, ezért vagy az első, vagy az alatta lévő – az „X” tengely alatt lévő - harmadik negyedben lehetnek valamennyi koordináta rendszerben. Az „Y” tengelyhez tartozó gazdasági változók – jellemzőik – alapján azonban kerülhetnek vagy a felső, vagy a közvetlenül ez alatt lévő negyedbe a koordináta rendszerben. Ezért ennek megfelelően kellett annyi koordináta rendszert alkalmazni, ahány „Y” tengelyhez tartozó komponens van, mert egy adott ország „Y” tengelyhez tartozó gazdasági változói szerint egyszerre akár két negyedben is szerepelni kellene egyidejűleg, ha csak egy koordináta rendszerben ábrázolnánk az országok egymáshoz viszonyított helyzetét. Így azonban értelmezhetetlen lenne az országok egymáshoz való helyzete a koordináta rendszerben. Az egyes országoknak az „X” tengelyhez tartozó adatai nem változnak így az ebből adódó pozíciójuk sem változhat meg (lásd az Ábra-3, Ábra-4 és Ábra-5).

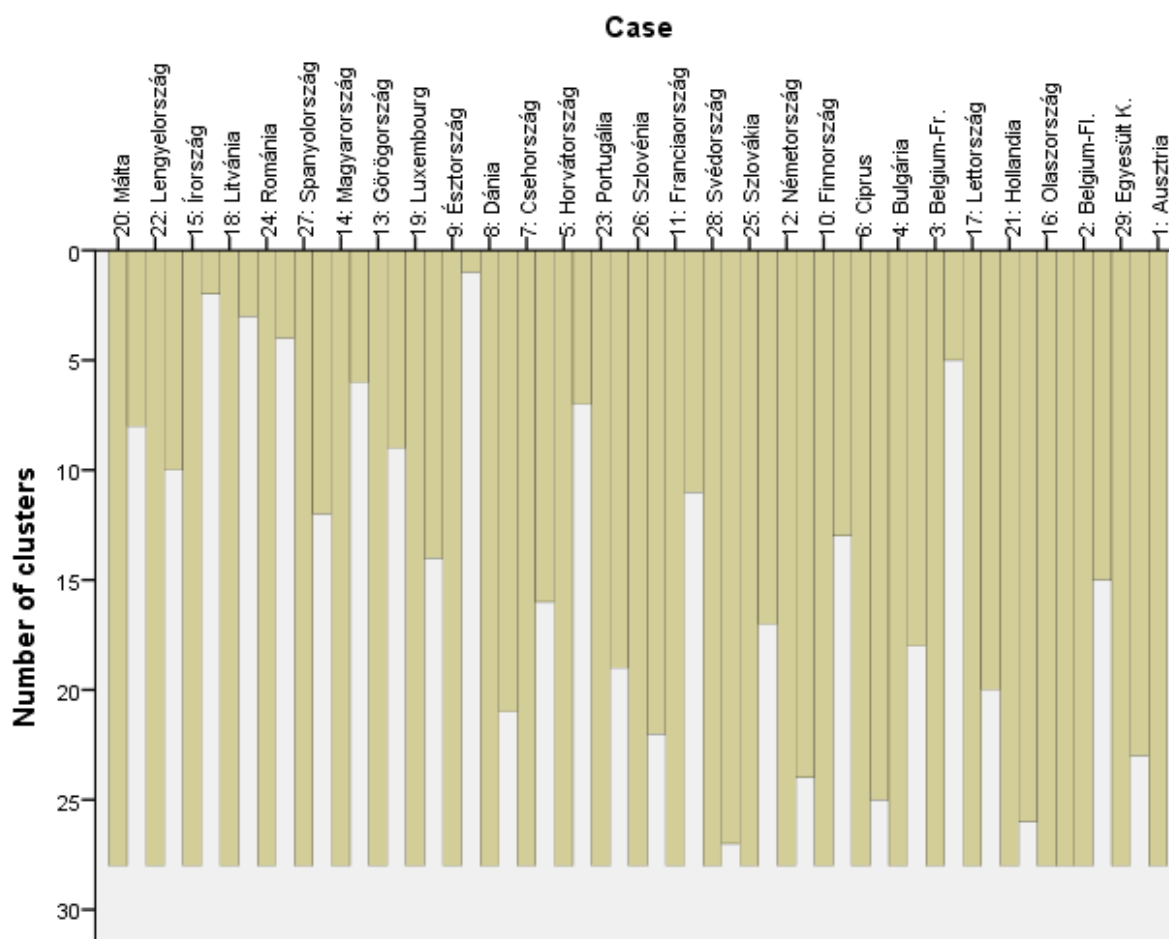
**Táblázat 7:** Országok osztályozása (Cluster Membership)

Case	5 Clusters	4 Clusters	3 Clusters	2 Clusters
1:Ausztria	1	1	1	1
2:Belgium-Fl.	1	1	1	1
3:Belgium-Fr.	1	1	1	1
4:Bulgária	1	1	1	1
5:Horvátország	1	1	1	1
6:Ciprus	1	1	1	1
7:Csehország	1	1	1	1
8:Dánia	1	1	1	1
9:Észtország	2	2	2	2
10:Finnország	1	1	1	1
11:Franciaország	1	1	1	1
12:Németország	1	1	1	1
13:Görögország	2	2	2	2
14:Magyarország	2	2	2	2
15:Írország	3	3	3	2
16:Olaszország	1	1	1	1
17:Lettország	1	1	1	1
18:Litvánia	4	4	2	2
19:Luxembourg	2	2	2	2
20:Málta	3	3	3	2
21:Hollandia	1	1	1	1
22:Lengyelország	3	3	3	2
23:Portugália	1	1	1	1
24:Románia	5	2	2	2
25:Szlovákia	1	1	1	1
26:Szlovénia	1	1	1	1
27:Spanyolország	2	2	2	2
28:Svédország	1	1	1	1
29:Egyesült K.	1	1	1	1

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

A Táblázat-7 jól ábrázolja, hogy az SPSS statisztikai rendszer szerint az egyes EU tagországokban a közszolgálati médiaszolgáltatók gazdasági jellemzőinek a hasonlóságai vagy az eltérései szerint hogyan osztályozódnak (klaszterek szerint) eltérő számú klaszterekben az EU tagországok. Amennyiben 5 klaszterbe sorolódnak az EU tagországok, akkor az „5 Cluster” (5 Klaszter) esetén az 5. klaszterbe csak Románia kerül egyedül, a 4. klaszterbe csak Litvánia kerül, míg Magyarország a 2. klaszterbe az Egyesült Királyság pedig az 1. klaszterbe kerül. Az öt klaszteres beosztásban 19 ország kerül az 1. klaszterbe, míg, ha csak két klaszteres csoportosítást veszünk alapul, akkor is 19 ugyan azok az országok kerülnek egy klaszterbe, viszont a többi 10 tagország a 2. klaszterhez tartozik.

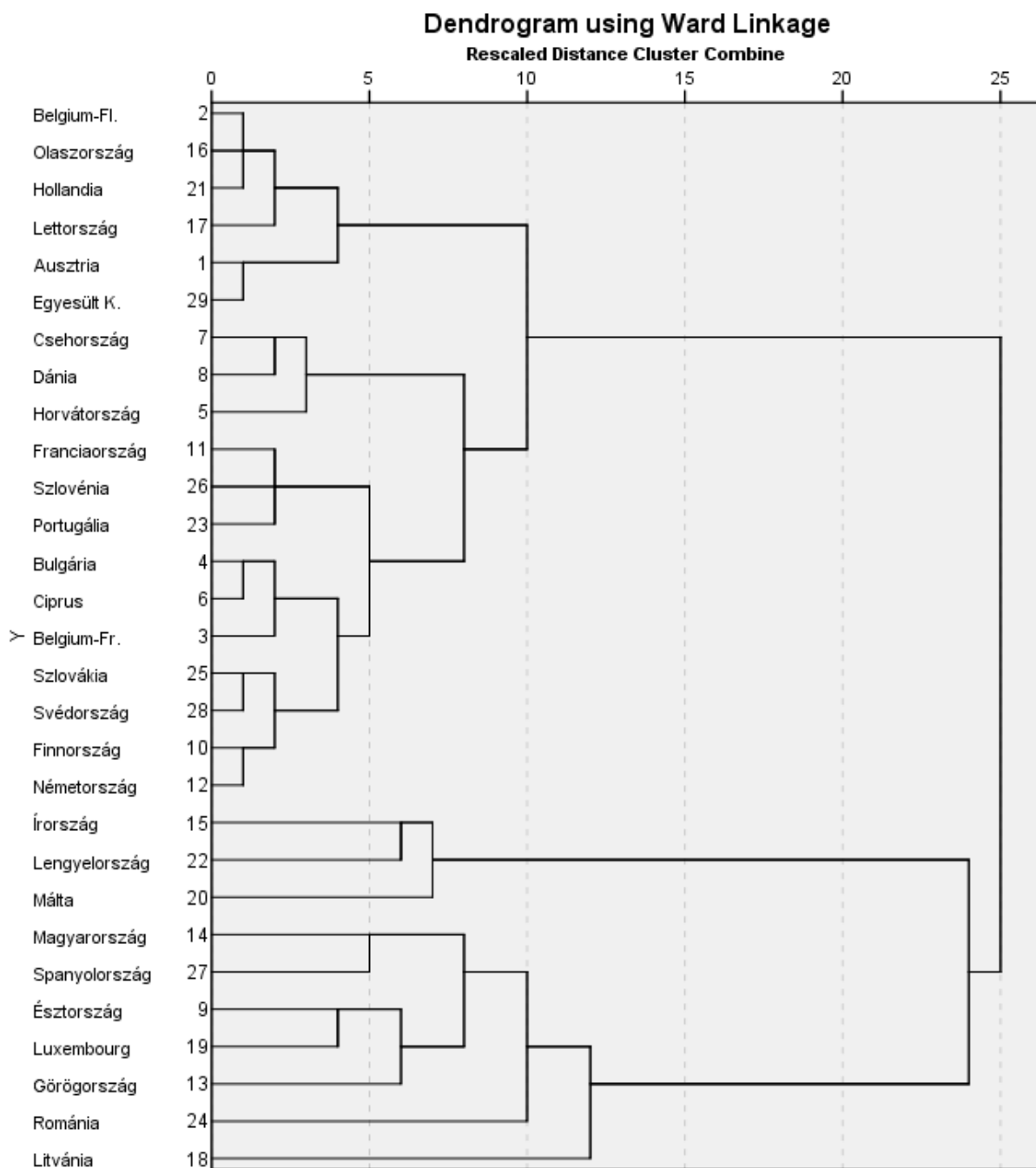
Romániában és Litvániában nagyon eltérően sajátos a közszolgálati médiaszolgáltatók gazdasági helyzete a korábbi elemzésekből jól láthatóan, ezért egyik klaszterbe sem tartoznak, sőt ez a két ország is külön-külön klaszterbe tartozik. Az Ábra-1 és az Ábra-2 (Dendrogram using Ward Linkage) bemutatja az országok klaszterek szerinti csoportosítását a Táblázat-7 adatai alapján.



Ábra 1: Országok osztályozása

Forrás: Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján





**Ábra 2:** Országok osztályozása (Dendrogram using Ward Linkage)

Forrás: U. a.

*Országok klaszterei 5 klaszter számítása esetén:*

Klaszter-1 (19 ország) = Ausztria, Belgium-Flamand, Belgium-Francia, Bulgária, Horvátország, Ciprus, Cseh Köztársaság, Dánia, Finnország, Franciaország, Németország, Olaszország, Lettország, Hollandia, Portugália, Szlovákia, Szlovénia, Svédország, Egyesült Királyság

Klaszter-2 (5 ország) = Észtország, Görögország, Magyarország, Luxembourg, Spanyolország

Klaszter-3 (3 ország) = Írország, Málta, Lengyelország

Klaszter-4 (1 ország) = Litvánia

Klaszter-5 (1 ország) = Románia

**Táblázat 8:** Összegzés (Case Processing Summary)

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PSM2008131 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSM2013172 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSM1FŐ3 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMGDP174 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMInc175 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMMarket176 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMMark377 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMReven378 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
PSMCap379 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Licence3710 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Fund1711 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
Infl3712 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%
GDP131713 * Országok * Ward Method	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

A Táblázat-8 lényegében ez egy segéd táblázat, amely összesíti a 13 gazdasági változó felhasználásának nagyságrendjét, mértékét, azaz valamennyi gazdasági változó a „Ward Method” szerint alkalmazható volt 100%-os mértékben („Included”) a kutatásba bevont 29 ország esetében, tehát nem volt kihagyás, azaz 0% volt („Excluded”).

**Táblázat 9:** Leíró statisztikák (Descriptive Statistics)<sup>10</sup>

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PSM2008131	29	-16,00	80,00	10,9552	21,45466
PSM2013172	29	-13,00	80,00	10,8603	19,98540
PSM1FŐ3	29	-7,00	85,70	15,5310	25,17729
PSMGDP174	29	,01	,37	,1741	,07656
PSMInc175	29	35,00	98,00	80,3517	16,95982
PSMMarket176	29	1,90	50,30	16,9931	14,38628
PSMMark377	29	-60,00	60,00	5,2069	25,03576
PSMReven378	29	-9,00	87,00	16,1793	24,51181
PSMCap379	29	-44,00	80,00	11,7138	28,05975
Licence3710	29	-96,00	87,00	-5,7793	38,42252
Fund1711	29	-85,00	73,00	-4,8621	35,39076
Infl3712	29	0,00	3,00	1,4638	,74269
GDP131713	29	0,00	9,00	2,9138	1,96791
Valid N (listwise)	29				

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

A **Táblázat-9** adatai az egyes EU tagországok gazdasági jellemzőiről adnak összesített kimutatást. A táblázatban a minimum adatok azokra az országokra vonatkoznak, amelyeknek a legkisebb értékei vannak az egyes gazdasági változók esetében. Például a PSM2008131 gazdasági változó esetében a minimum érték az összes 29 országból -16,00 érték volt Cipruson, míg például a Licence3710 gazdasági változónál -96,00 érték volt a vizsgált országok közül Csehországban. A maximum értékek megadása is hasonló módon történik. A PSM2008131 gazdasági változó esetében a maximum érték az összes 29 országból 80,00 érték volt Magyarországon, míg például a Licence3710 gazdasági változónál 87,00 érték volt a vizsgált országok közül Írországban.

A „Mean” az átlagot jelenti a 29 ország esetében az egyes gazdasági változókon belül. Például a PSM2008131 gazdasági változó esetében a „Mean” érték az összes 29 országon belül 10,9552 érték volt, míg például a Licence3710 gazdasági változónál -5,7793 érték volt a vizsgált országok közül.

A Standard Deviation pedig az átlagos eltéréseket mutatja a tagországok egyes gazdasági változói esetében. Itt nem feltétlenül a számtani közép értéke kiszámítására kell gondolni, hanem arra, hogy súlyozott átlag-számításra van szükség. Például a PSM2008131 gazdasági változó esetében ez az érték az összes 29 országon belül 21,45466 érték volt, míg például a Licence3710 gazdasági változónál 38,42252 érték volt a vizsgált országok közül.

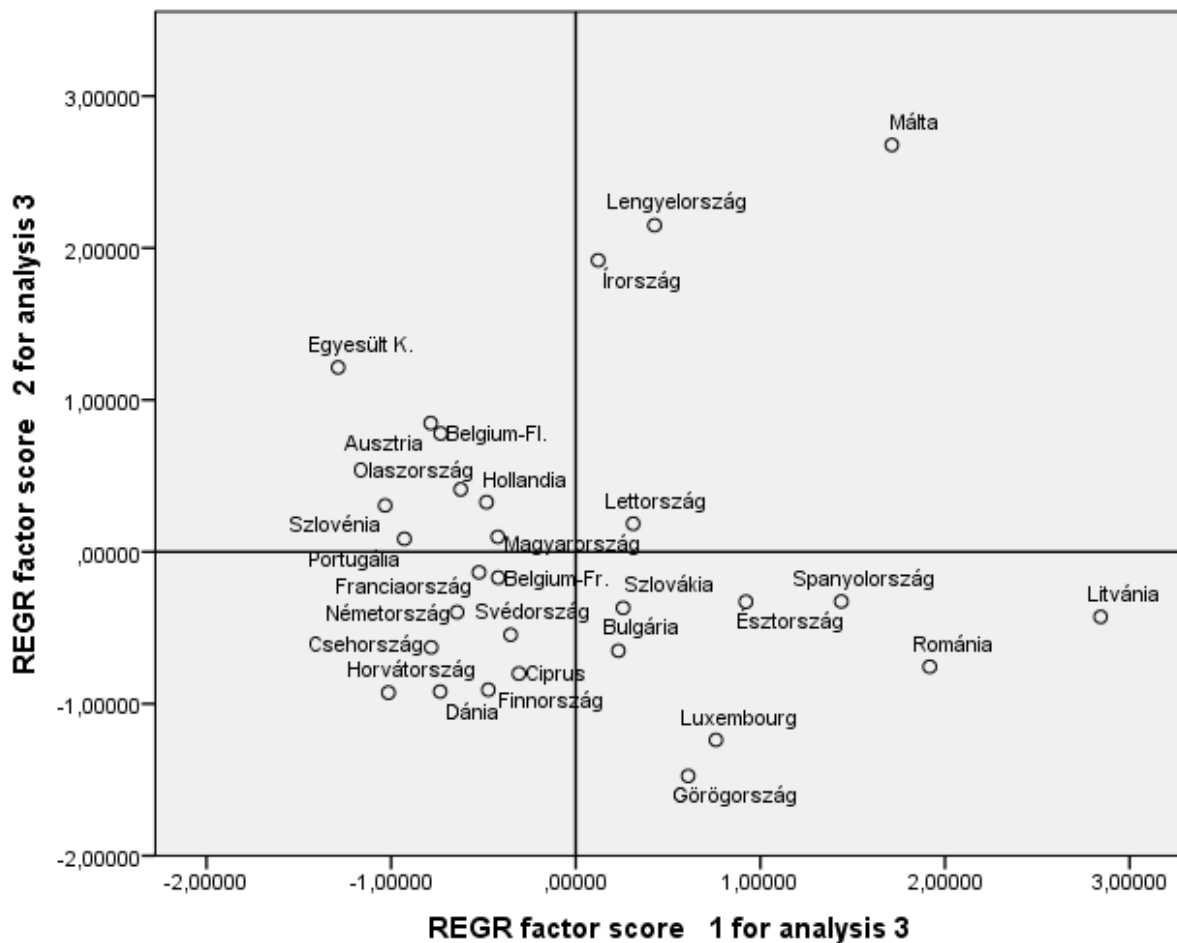
A leíró statisztikákra azért van csak szükség, mert a koordináta rendszerben nem lehet nyomon követni pontosan az országokhoz kapcsolódó egyes gazdasági változókat.

Az eddigi SPSS statisztikai értékelések és elemzések során általában a gazdasági változók közötti összefüggések vizsgálata volt, valamint az egyes gazdasági változók komponensekbe történő besorolása történt meg. Az elemzések eddigi szakaszában közvetlenül az országok gazdasági viszonyairól még nem sok derült ki. A következő fejezetekben már közvetlenül az

országok gazdasági jellemzői szerinti összehasonlítása kerül előtérbe. Ennek a jelenősége abban van, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatók jellemzőinek köszönhető.

### 5.1 A közszolgálati médiaszolgáltatók országonkénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, kereskedelmi jövedelmeinek és a GDP növekedésének alakulása 2013 és 2017 között

A kutatások további részében az egyes országok egymástól látható módon történő távolságát, illetve gazdasági jellemzői szerinti különbségeinek sajátos térbeli elhelyezkedést kívánom elemezni. Ebben a részben az SPSS statisztikai modell szerint nem az országok osztályozásáról folyik az elemzés, hanem a koordináta rendszerben elfoglalt helyükről gazdasági jellemzőik szerint. Az országok osztályozása az a klaszter elemzés részben, a disszertáció másik részében található.



Ábra 3: A közszolgálati médiaszolgáltatók országonkénti teljes működési bevételei, közpénz-jövedelmei, kereskedelmi jövedelmei és a GDP változásai közötti összefüggések

Forrás: Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

*Komponens-1:* PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMReven378, PSMCap379,

Fund1711

2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017

3 - PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, egy főre esően, euróban, 2013-2017

4 – (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017

8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közzolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országoként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

9 - PSMCap379 = PSM operating revenues Public Income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egységnyi Közpénz-jövedelmek állampolgáronként, havonta, országoként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100

11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100

*Komponens-2:* PSMInc175, PSMMarket176, GDP131713

5 – (Mínusz) PSMInc175 = PSM public income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből közpénz-jövedelmek aránya százalékban 2017-ben országoként

6 - PSMMarket176 = PSM commercial income, Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételeiből a kereskedelmi jövedelmek aránya százalékban 2017-ben, országoként

13 - GDP131713 = A GDP növekedésének alakulása százalékban 2013 és 2017 között.

Rövidítések:

PSM2008131, PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMInc175, PSMMarket176,

PSMMark377, PSMReven378, PSMCap379, Licence3710, Fund1711, Inf13712, GDP131713

Az *Ábra-3* koordináta rendszerben komplex módon kerülnek a gazdasági jellemzők egybevetése. Általában az „X” tengelyhez tartozó *közzolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* (angol rövidítéssel PSM operating revenues) található a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan, egy főre esően számolva és a GDP százalékában, továbbá a *közpénz-jövedelmek* alakulása, ennek alakulása állampolgáronként, valamint a közalapítványi jövedelmek aránya a közzolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből. Ezek a megközelítések hat gazdasági változóra

vonatkoznak. Az elemzés során az „X” tengelyhez kapcsolódó említett gazdasági változók összefüggéseit vizsgálom az „Y” tengelyhez kapcsolódó gazdasági változókkal, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek aránya, a kereskedelmi jövedelmek aránya és a GDP növekedésével összefüggésben.

Két *gazdasági változó mínusz előjelű*, ami azt jelenti, hogy ez a két gazdasági változó nevezetesen, közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017-ben az „X” tengelyen és a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek aránya százalékban 2017-ben országoként az „Y” tengelyen. A mínusz előjelű gazdasági változók egymással egyenes arányban alakulnak, tehát, amikor 2017-ben az EU-29 országok viszonylatában a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevétele nőtt a GDP százalékában (PSMGDP174), akkor ezzel egyidőben a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételében a teljes közpénz-jövedelmek aránya szintén nőtt (PSMInc175).

Lényegében ez azt jelenti, hogy a teljes közpénz-jövedelmek arányának a növekedése a média teljes bevételei arányában, egyúttal eredményezi a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeinek növekvő arányát a GDP. Az állami költségvetés alapítványi támogatáson keresztül és a lakossági előfizetések a megnevekedett média bevételekkel növelték a média bevételek arányát a GDP százalékában. Megállapítható, hogy ezek a média felé történő kifizetések hatással vannak az ország gazdasági szerkezetére, amennyiben ez a média-kulturális ágazat növelhette gazdasági súlyát legalább a GDP-ben számolt arányával. Azonban 2017-ben az EU-29 átlagában a média-bevételek aránya csak 0,17% volt. A legnagyobb arány ezen a téren 2017-ben Horvátországban 0,37%, majd Németország és Egyesült Királyság esetében 0,3-0,3%, Szlovéniában 0,28% és Magyarországon 0,25% volt. Bár az tény, hogy a média közpénz-jövedelmei nem jelentősek a GDP százalékában, így elvileg vett gazdasági súlya szerény mértékű, amennyiben a GDP-hez viszonyítjuk, de társadalmi hatása igen nagy amennyiben az információk áramlása és a reklám tevékenysége oldaláról tekintjük. Az információk és a reklám tevékenység is lényegében információ áramlást jelent, nagyon komoly mértékben előmozdítja az egyes országok termékforgalmát.

A fenti vázolt összefüggések a gazdasági változók között alátámasztják azt a megállapítást, hogy a mínusz előjel a gazdasági változók esetében fordított arányosságot jelent és nem érték szerinti kategóriát. Azzal viszont, hogy ez a két gazdasági változó negatív előjelű, és így egymás viszonylatában egyenesen arányosak, más-felől viszont minden más nem mínusz előjelű gazdasági változóval szemben fordítottan arányos a változási tendenciájuk. Erre számos példára lesz lehetőség az elemzéseim során.

Az Ábra-3 *első negyedébe* Málta, Lengyelország, Írország és Lettország tartozik.

Megállapítható, hogy ennél a négy országnál az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* (angol rövidítéssel PSM operating revenues) a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva nőttek, és a GDP százalékában viszont csökkentek, - mivel ez negatív előjelű -, továbbá a *közpénz-jövedelmek*, és ennek egy állampolgárra eső aránya növekedett, valamint a közalapítványi jövedelmek növekedtek, ennek a hat gazdasági változónak a viszonylatában. Ezzel párhuzamosan az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek aránya csökkent a mínusz előjelből következően, viszont a kereskedelmi jövedelmek aránya nőtt 2017-ben miközben a GDP növekedett.

A koordináta rendszernek ebben pozitív negyedében a két mínusz előjelű változó csökkenő jellegű, és a többi gazdasági változó növekvő mértékű, esetenként csak kisebb mértékben csökkenő jellegű. Abban az esetben, ha a gazdasági változó negatív előjelű, akkor a koordináta rendszerben a pozitív előjelű tengelyen – akár „X” vagy akár „Y” tengely – a gazdasági változó ezzel ellentétes előjelű marad, tehát negatív. Más szempontból is igaz ez az összefüggés, mert abban az esetben, ha a gazdasági változó negatív előjelű, akkor a koordináta rendszerben a negatív előjelű tengelyen – akár „X” vagy akár „Y” tengely – a gazdasági változó ezzel ellentétes előjelű, tehát pozitív lesz, azaz növekvő vagy kisebb mértékben csökkenő lesz a gazdasági változó nagysága, mértéke. Minden esetben a negatív gazdasági változó ellentétes lesz a koordináta rendszer adott akár pozitív, akár negatív jellegéhez mérten.

**Lengyelország** esetében az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan 17%-kal emelkedtek, amely az EU-29-ben a 11%-hoz mérten jelentősnek mondható, ugyanakkor Litvánia 72,8%-os növekedést ért, míg az egy főre esően számolva 18,2%-kal nőtt. Azonban a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a GDP százalékában viszont kis mértékű volt, 0,11%-os arányban. Továbbá a *közpénz-jövedelmek*, növekedése kiugróan magas, 53%-os volt szintén ebben az időszakban, és ezzel a növekedési ütemmel szemben csak Románia, Litvánia és Spanyolország teljesített jobban. A közpénz jövedelmek egy állampolgára esően havonkénti mértékét tekintve 33%-os növekedése terén az ország szintén túlszárnyalta az EU-29 tagországainak a 11,7%-os EU átlagát, viszont elmaradt Spanyolország, Románia, Litvánia és Málta növekedési ütemétől.

Lengyelországban viszont ezekkel a viszonylag növekvő gazdasági trendekkel szemben és ennek alakulása állampolgáronként, valamint a *közalapítványi jövedelmek aránya* a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből csökkentek 73%-kal 2013 és 2017 között, amely drasztikus mértékű csökkenés volt, mivel az EU-29 átlaga 5%-os csökkenést mutatott. Más EU tagországban is volt jelentős csökkenés, Portugáliában volt nagyobb 85%-kal, de más országokban ezek a csökkenések kisebb mértékűek voltak, például Csehország (67%), Szlovénia (60%), Franciaország (55%) és Egyesült Királyság (40%) esetében. Viszont a *közalapítványi jövedelmek aránya* a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből nőttek 2013 és 2017 között Romániában 73%-kal, Luxembourgban 45%-kal, Litvániában 37%-kal és Ausztriában 20%-kal.

Ebből is látszik, hogy az EU-29 tagországaiban nagy a szóródás a közalapítványi jövedelmek aránya terén a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételei tekintetében. Viszont a közalapítványok támogatásának csökkenő aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből nincs összefüggésben az előfizetések arányával szintén a média bevételeiben. Annál is inkább sem, mert sok EU tagországban nincsenek előfizetések.

Lengyelországban ezzel párhuzamosan az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *teljes közpénz-jövedelmek aránya* 40%-os volt, amelyhez mérten csak Máltán volt kisebb ennek a részaránya 35%-os mértékben. Azonban a lengyel kereskedelmi jövedelmek aránya a média bevételek terén nőtt 2017-ben 50,3%, amely a legmagasabb volt az EU-29 viszonylatában, amit csak Málta 43%-kal és Írország 41,5%-kal közelített meg, miközben az EU-29 átlaga 17%-os növekedésű volt. A lengyel GDP 4,1%-kal növekedett, amelyhez nyilván valóan hozzájárulhatott a kereskedelmi jövedelmek jelentős emelkedése, amely ösztönözhetette az áruforgalom, a kereskedelem és általában ezen keresztül a gazdaság élénkítését. 2013 és 2017 között a lengyel GDP növekedése jelentősen meghaladta az EU-29 átlagát, amely 2,9% volt, és a lengyel teljesítményeket Románia 5,5%-kal és a két nem túl jelentős ország, Írország 9%-kal és Málta 8%-kal szárnyalta csak túl. Néhány EU tagország GDP növekedése szorosan a lengyel növekedési ütemmel együtt haladt.

**Málta** szintén ehhez a negyedhez tartozik és az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan drasztikusan 80%-kal emelkedtek, amellyel a legnagyobb növekedést érték el az EU-29 tagországok között, és ezt követte második helyen Litvánia, majd ez követte Észtország és Luxembourg 21-21%-os növekedéssel. A többi ország már csak ez alatti növekedést szintet ért el, ugyanakkor az egy főre esően számolva ezen a téren 65,2%-kal nőtt, amely csak a Litvánia mögött maradt el jelentősen, viszont a többi országgal szemben lényegesen magasabb növekedési arányt ért el, még Görögországgal szemben, ahol ez 60% volt, Romániával szemben is, ahol ez a növekedés 42%-os volt. Luxembourg és Észtország még jelentősnek mondható növekedést ért el, előbbi 40%-kal utóbbi 30%-kal.

Máltán a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,16% volt, amely nemzetközi összehasonlításban erős közép mezőnynek számít, alig lefele eltérve az EU-29 átlagától. Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon szerény mértékű volt, mert ez csak 10%-os volt szintén ebben az időszakban, messze alul maradván Románia, Litvánia, Spanyolország, Lengyelország, Görögország és Észtország szintjétől ezen a téren. A többi EU tagország többségében alul maradt Málta szintjétől ezen a téren. Máltán az egy állampolgára esően havonkénti mértékét tekintve 33%-os növekedése terén közpénz jövedelmek 57%-os növekedése terén az ország szintén túlszárnyalta az EU-29 tagországainak a 11,7%-os EU átlagát és viszont szerényebb mértékben maradt Spanyolország, Románia és Litvánia növekedési üteméhez képest.

Máltán az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 35% volt 2017-ben, amely a legkisebb részarány volt ezen a téren az EU-29 esetében mérten, és Luxembourgnál 98%, míg Finnországban a második legnagyobb volt a részarány 97,3%-kal, míg az EU-29 tagországok átlaga is 80% volt, Máltához viszonyítva kétszeresnél is nagyobb mértékben.

Azonban Málta esetében az előbbiekkal szemben Lengyelország után másodikként a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételek terén 2017-ben 43% volt és csak ez után jött Írország 41,5%-kal, az EU-29 átlaga 17%-os növekedésű volt. Máltán a GDP 8%-kal növekedett, közvetlenül másodikként Írország után, amely ország, amelyhez nyilván valóan itt is Lengyelországhoz hasonlóan, hozzájárulhatott a kereskedelmi jövedelmek jelentős emelkedése, amely ösztönözhetette az áruforgalmat, a kereskedelmet és általában ezen keresztül a gazdaság élénkítését. 2013 és 2017 között Máltán is a GDP növekedése jelentősen meghaladta az EU-29 átlagát. Az EU tagországok nagyobb részének a GDP növekedése szorosan az EU-29 országok növekedési ütemmel együtt haladt.

**Írország** szintén ehhez a negyedhez tartozik, és a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan lényegesen kisebb mértékben csupán 3%-kal emelkedtek, amellyel messze az EU-29 tagországok átlaga alatt volt. Többi ország ezen szint feletti növekedést ért el, például Lettország, Szlovákia és Franciaország. Ugyanakkor az egy főre esően számolva ezen a téren is nagyon alacsony növekedést ért el Írország, 3,6%-kal nőtt, amely szint szintén messze elmarad az EU tagországok átlagos szintjétől. Viszont több más ország ezzel szemben lényegesen kisebb növekedési arányt ért el, mint például Belgium-Flamand, Horvátország, Finnország, Németország, Olaszország, Hollandia, Portugália és Magyarország.

Emellett számos más ország esetében a média bevételei visszaestek, mint például Ausztria, Csehország, Dánia, Szlovénia, Svédország és Egyesült Királyság.

Írország a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,13% volt, amely Máltához hasonlóan nemzetközi összehasonlításban erős közép mezőnynek számít, alig lefele eltérve az EU-29 átlagától. Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon drasztikusan kis mértékű volt, mert ez csak még Málta



szintjénél is alacsonyabb volt 1,4%-os volt szintén ebben az időszakban, messze alul maradva az EU-29 átlaga szintjétől ezen a téren. Írorszáiban a *közpénz-jövedelmek* egy állampolgára esően havonkénti (PSMCap379) mértékét tekintve 3,4%-os növekedése terén szintén az EU-29 átlaga alatt volt. Ugyanakkor számos EU tagországban jelentősek voltak ezen a téren a visszaesések, mint például Luxembourg, Görögország, Egyesült Királyság, Belgium-Flamand, Portugália, Csehország és Hollandia.

Ugyanakkor Írorszáiban, a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között (Fund1711) kedvező volt, mert ez 19%-kal növekedett, miközben az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent. Lengyelországban 73%-kal csökkent, Máltán pedig 0,2%-kal nőtt, és Lettorszáiban is majdnem ennyivel 0,1%-kal csökkent.

Írorszáiban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 59% volt 2017-ben, amely közel háromnegyed részben tette ki az EU-29 tagországok 80%-os átlagát, még így is az átlag alatti szinten maradva.

Viszont Írorszáiban kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből (PSMMarket176) 2017 végére 41,5%-ot ért el, amely az EU-29 tagországok viszonylatában nagyon magas aránynak számít, Lengyelország és Málta után. Az ír közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi tevékenysége is segíthette a termékforgalom bővülését, így esetleg előmozdítva a GDP jelentős 9%-os növekedését. A jelentős ír GDP növekedéshez az is hozzátartozik, hogy Írorszáiban néhány éven keresztül az egy állampolgára eső legnagyobb támogatást kapta a EU közös költségvetéséből. *A GDP jelentős növekedése nem következik közvetlenül a közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi tevékenységéből, de azért ennek jelentőségét nem szabad lebecsülni. Természetesen ettől még az ír közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi tevékenysége és jövedelmei EU-s összehasonlításban jelentősek.*

**Lettorszáiban**, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 15,6%-kal növekedett, amely még így is az EU-29 tagországok átlaga felett állt, lényegesen elmaradva Málta szintjétől a koordináta rendszernek ebben a negyedében. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 17%-kal nőtt, amely alig volt több az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Ezzel szemben Lettorszáiban a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,1% volt, amely érezhetően alacsonyabb volt az EU összehasonlításban, lefele eltérve az EU-29 átlagától, és messze lemaradva Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjétől, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése szerény mértékű volt, mert ez csak 15,8%-os volt szintén ebben az időszakban, alul maradva az EU-29 tagországainak a 18,2%-os átlag szintjétől. Ugyanakkor Írorszáiban, a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának növekedési üteme 0,1% volt 2013-2017 között (Fund1711) kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban.

Lettorszáiban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 78% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban Írorszáiban esetében az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 22,4% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét érezhetően meghaladta. Lettorszáiban a GDP 2,2%-kal növekedett, amely kisebb mértékben elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

Megállapítható, hogy Lengyelország, Málta, Írország és Lettország esetében a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek arányából a kereskedelmi jövedelmek jóval meghaladják a közpénz-jövedelmek arányát, és ezen a két téren az EU-29 átlagos szintjét is. Ez azzal is igazolható, hogy a közalapítványok részaránya százalékosan vagy szinten maradt (Málta, Lettország), ahol nincsenek előfizetési díjak, vagy jelentősen csökkent (Lengyelország) vagy ugyan nőtt (Írország), amely azonban a kereskedelmi jövedelmek részarányát lényegesen nem csökkentette. Lengyelországban azért csökkentek a közalapítványi jövedelmek a média bevételek részarányában, mert ott jelentősek az előfizetési díjak, viszont a közalapítványi jövedelmek csökkenését és az ebből adódó média bevételi veszteségeket ellensúlyozták a kereskedelmi jövedelmekkel. Írországban viszont vannak előfizetések, amelynek növekedése mellett növelték a közalapítványi támogatások arányát a média bevételekben, némileg a kereskedelmi jövedelmek is nőttek. Írországban szerényen növekedtek a média bevételek 2013 és 2017 között, és ezt kiegyensúlyozott módon igyekeztek több forrásból biztosítani: közalapítványokból, előfizetésekből és kereskedelmi jövedelmekből.

Az Ábra 3 koordináta rendszer második negyedébe Egyesült Királyság, Belgium-Flamand, Ausztria, Olaszország, Hollandia, Szlovénia, Magyarország és Portugália tartozik.

Megállapítható, hogy ebben a második negyedben nyolc országnál az „X” tengelyhez tartozó gazdasági változók általában csökkenő tendenciájúak, így a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei (angol rövidítéssel PSM operating revenues) a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva csökkentek, és a GDP százalékában viszont nőttek, vagy kisebb mértékben csökkentek, - mivel ez negatív előjelű, így ebben a második negyedben pozitív előjelű lett, tehát nőttek az egyes mutatók ennek a gazdasági változónak az esetében.

A negatív előjel a gazdasági változók esetében mindig ellentétes tendenciát jelent, mint ami az adott koordináta negyedben elfogadott, adott.

Továbbá a közpénz-jövedelmek változásai, és ennek egy állampolgárra eső aránya csökkent, esetleg kisebb mértékben nőhetett csak, valamint a közalapítványi jövedelmek arányai a közszolgálati média bevételeiben szintén csökkentek, vagy kisebb mértékben növekedtek, ennek a hat gazdasági változónak a viszonylatában.

Ezzel párhuzamosan az „Y” tengelyen a gazdasági változók jellemzői általában az első negyednek megfelelően alakultak, tehát a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek aránya csökkent a mínusz előjelből következően, viszont a kereskedelmi jövedelmek aránya nőtt 2017-ben miközben a GDP növekedett.

Egyesült Királyság, amely a második negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 2,4%-kal csökkentek, amely így az EU-29 tagországok átlaga alatt állt, lényegesen elmaradva ettől a szintjétől a koordináta rendszernek ebben a negyedében. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva még az előbbihez mérten is még jobban, 5%-kal csökkent ebben az időszakban az EU átlag 15,5%-os növekedésével szemben.

Ezzel szemben Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,3% volt, amely érezhetően közel kétszeresen magasabb volt az EU összehasonlításban, felfele eltérve az EU-29 átlagától, és túlhaladva Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjét, amelyek az Egyesült Királyság után legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) csökkenése szerény mértékű volt, mert ez csak 5%-os csökkenő volt szintén ebben az időszakban, viszont jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben csökkent 10%-kal. Ugyanakkor az Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* drasztikusan 40%-kal csökkent 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőtlennek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Az Egyesült Királysághoz mérten ennél nagyobb csökkenés ezen a téren Portugáliában 85%, Lengyelországban 73%, Csehországban 67%, Szlovéniában 60% és Franciaországban 55%, volt, amely országokban nőttek az előfizetési díjak.

*Az Egyesült Királyságban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 63,5% volt 2017-ben, amely érezhetően kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 36,5% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét több mint kétszeresen meghaladta. Az Egyesült Királyságban a GDP 2,3%-kal növekedett, amely nem sokkal maradt el az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

**Belgium-Flamand**, amely Belgium egyik felét alkotja és szintén ehhez a második negyedhez tartozik. Az „X” tengelyen Belgiumnak ez a része esetében a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben csak 2,75%-kal növekedett, amely drasztikusan az EU-29 tagországok 11%-os átlaga alatt van, lényegesen elmaradva Litvánia 72,8% növekedési ütemétől, amely Málta után a második legmagasabb szint volt. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 2013 és 2017 között csak 0,1%-kal nőtt, amely lényegében stagnált. Ezzel szemben Belgium-Flamand ország-részben a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,18% volt, amely érezhetően még meg is haladta az EU átlagát.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) csökkenése szerény mértékű, mert ez csak 2,5%-os volt ebben az időszakban, viszont jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben csökkent 4,0%-kal. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* csak 5%-kal csökkent 2013-2017 között (Fund1711), amely kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga szintén 5%-os csökkenésű volt ugyan ebben az időszakban. Előfizetési díjak nincsenek Belgium-Flamand ország-részben.

*Belgium-Flamand ország-részben az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 62,6% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban ezzel szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 35,3% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét kétszeresen meghaladta. Mivel ebben a belgiumi országrészben nincsenek előfizetési díjak, így a közpénz-arány alacsonyabb szintje miatt vált szükségessé a nagyobb mértékű kereskedelmi jövedelem arány. Belgium-Flamand ország-részben a GDP 1,7%-kal növekedett, amely érezhetően kisebb mértékű az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.

**Ausztria**, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentősen 10%-kal növekedett, megközelítve az EU-29 tagországok 11%-os átlagát, lényegesen elmaradva Málta és

Litvánia növekedési ütemétől. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 3%-kal csökkent szemben az EU-29 tagországainak 15,5%-os átlagos szintjétől. Ezzel szemben Ausztriában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,27% volt, amely messze több volt, mint az EU-29 átlaga és kevéssel lemaradva Szlovénia 0,28%-os szintjétől, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése szerény mértékű volt, mert ez 1,5%-os ebben az időszakban, viszont szintén jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben nőtt 0,1%-kal. Ugyanakkor Ausztriában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* jelentősen növekedett 20%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőnek tekinthető, Románia, Litvánia, Luxembourg és Németország után mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban.

Ausztriában az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 62,4% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben, ennek a viszonylag alacsonyabb szintnek az ellensúlyozására a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 37,6% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét érezhetően meghaladta. Ausztriában a GDP 1,5%-kal növekedett, amely érezhetően kisebb volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.

Olaszország, amely szintén ehhez a második negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakban kis mértékben 2,4%-kal növekedett, amely messze az EU-29 tagországok átlaga alatti, viszont lényegesen kedvezőbb mértékű, mint az Egyesült Királyság, amely szintén ebben a koordináta negyedben van. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva nagyon alacsony szinten csak 0,1%-kal nőtt, amely messze kevesebb volt több az EU-29 tagországainak átlagos 15,5%-os szintjétől. Ezzel szemben Olaszországban a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,15% volt, amely érezhetően közel állt az EU-29 átlagához, de messze lemaradva Szlovénia és Ausztria szintjétől.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon szerény és alacsony mértékű volt, mert ez csak 1,2%-os volt szintén ebben az időszakban, jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben csökkent 2,0%-kal. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* éppen, hogy csak növekedett 0,1%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely viszonylag kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban.

Olaszországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 68% volt 2017-ben, amely az előfizetési díjak jelentős mértékű arányának köszönhet és kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Ezzel szemben Olaszország esetében a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 31,7% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét érezhetően jelentősen meghaladta. Ugyanakkor a GDP csak 0,9%-kal növekedett, amely jelentős mértékben elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

Hollandia, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan kis mértékben

3,5%-kal növekedett, messze az EU-29 tagországok átlaga alatti szinten, lényegesen kedvezőbb helyzetben, mint a koordináta rendszernek ebben a negyedében lévő Portugália és az Egyesült Királyság szintje. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva csak 0,1%-kal nőtt, lényegében stagnált, amely messze elmaradt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Ezzel szemben Hollandiában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,12% volt, amely szintén alacsonyabb mértékű volt az EU összehasonlításban, lényegesen elmaradva az Egyesült Királyság eredményétől, a GDP százalékában mérve, eltérve az EU-29 átlagától, és messze lemaradva Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjétől is.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) csökkentek, kisebb mértékben, mint az Egyesült Királyság, ahol 5%-os volt csökkenés, a legrosszabb az egész EU-29 ebben az időszakban, emellett Belgium Flamand belgiumi országrészben volt a második legrosszabb visszaesés 2,5%-kal, Hollandiában viszont a harmadik legnagyobb visszaesés következett be 1,0%-kal és így is jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű átlagától. Az *egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta*, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent 4,0%-kal, amelyhez képest csak Luxembourgban, Görögországban, Egyesült Királyságban és Portugáliában volt nagyobb a visszaesés ezen a téren. Belgium Flamand belgiumi országrészben és Csehországban volt Hollandiához hasonló mértékű a közpénz-jövedelmek állampolgáronként történő visszaesése ebben az időszakban. Ugyanakkor az Hollandiában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme* jelentősen csökkent 5%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely teljes mértékben megegyezett az EU-29 átlaga 5%-os csökkenési mértékével ugyan ebben az időszakban. Az Egyesült Királyságban volt a legnagyobb visszaesés, amelyhez mérten a csökkenés ezen a téren Portugáliában, Lengyelországban, Csehországban, Szlovéniában és Franciaországban volt nagyobb, amely országokban ez a jelentős csökkenést az előfizetési díjak növekedésével ellensúlyozták.

Hollandiában az „Y” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 78% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 67,4%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 25% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét jelentősen meghaladta. Hollandiában a GDP 1,7%-kal növekedett, amely érezhetően elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

*Általában, ahogy Hollandiára is jellemző, hogy azokban az országokban, ahol a közpénz-jövedelmek aránya a teljes közszolgálati médiaszolgáltató bevételekből jelentősen kisebb mértékű, elsősorban az előfizetések hiánya, vagy annak alacsonyabb mértékéből adódón, ott a kereskedelmi jövedelmek aránya lényegesen nagyobb volt, mint például kiemelkedő mértékben Lengyelországban, Írországban, Ausztriában, Egyesült Királyságban és Belgium Flamand belgiumi országrészben.*

Szlovénia, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan nagyon szerény mértékben 2,4%-kal növekedett, amely messze elmaradt az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 5%-kal csökkent, amely szintén messze kevesebb volt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől, amely Csehország után a második legrosszabb teljesítmény volt az EU-ban ezen a téren. Ezzel szemben Szlovéniában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,28% volt, amely érezhetően magasabb volt az EU-29 átlagától. Ehhez mérten csak Horvátország, Egyesült Királyság és Németország ért el nagyobb növekedést ezen a téren az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon szerény mértékű volt, mert ez csak 0,1%-os volt ebben az időszakban, amely jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os átlagos növekedési ütemétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben nőtt 0,1%-kal, lényegében stagnált. Ugyanakkor Szlovéniában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* drasztikusan 60%-kal csökkent 2013-2017 között (Fund1711), amelyhez mérten az EU-29 átlaga csak 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Ennél nagyobb csökkenés Lengyelország és Csehország esetében következett be, amely országokban viszont nőttek az előfizetési díjak.

*Szlovéniában az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 81% volt 2017-ben, amely nem jelentős mértékben meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban Szlovéniában az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben viszonylag szerényebb mértékű 19% volt, amely így is az EU-29 átlaga 17%-os szintjét meghaladta. Szlovéniában a GDP 4%-kal növekedett, amely lényegesen magasabb volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől. Szlovénia GDP növekedését jelentős mértékben felül múlta Írország, Málta és Románia, kisebb mértékben Magyarország, Észtország és Lengyelország, viszont a 4%-os GDP növekedési szintet Litvánia is elérte. A többi EU tagország a 4%-os GDP növekedési szint alatt volt a vizsgált időszakban.

*Magyarország, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 6,8%-kal növekedett, amely még így is lényegesen elmaradt az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 0,1%-kal nőtt, amely lényegesen elmaradt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Viszont ezzel szemben Magyarországon a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,25% volt, amely lényegesen túlszárnyalta az az EU-29 átlagos szintjét, és közel maradván, Egyesült Királyság és Németország 3,0%-os, Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjéhez, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése 3,4%-os szerény mértékű volt, mert ez jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekedési ütemétől ebben az időszakban. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben nőtt 3,5%-kal. Ugyanakkor Magyarországon a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* jelentősen nőtt 2,6%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Számos EU tagország esetében ez az arány jelentősen csökkent, mint például az Egyesült Királyság, Portugália, Lengyelország, Csehország, Szlovénia és Franciaország esetében.

*Magyarországon az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 79% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 8,4% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt. Magyarországon a GDP 4,2%-kal növekedett, amely lényegesen nagyobb mértékben meghaladta az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől. Magyarországon a GDP növekedése az egyike volt a legnagyobb teljesítésű országoknak az EU-29 tagországi között, Írország, Málta, Románia, Észtország, Lengyelország, Litvánia és Csehország mellett.

*Portugália*, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 7,7%-kal visszaesett, amelyhez mérten csak Románia 13%-os visszaesése volt nagyobb. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 0,1%-kal nőtt, amely lényegében stagnált és messze elmaradt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Ezzel szemben Portugáliában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,11% volt, amely érezhetően alacsonyabb volt az EU összehasonlításban, lefele eltérve az EU-29 átlagától.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) csökkenése drasztikus mértékű volt, mert ez 9%-os volt ebben az időszakban, a legrosszabb az egész EU-29 tagországi viszonylatában. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent 7,0%-kal, amelyhez mérten az Egyesült Királyságban és Luxembourgnban volt még ennél is rosszabb. Portugáliában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* drasztikusan 85%-kal csökkent 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőtlennek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban, és az EU-ban itt volt a legnagyobb visszaesés. Ennél kisebb, de szintén jelentős visszaesés történt ezen a téren Lengyelországban, Csehországban, Szlovéniában, Franciaországban és az Egyesült Királyságban. hoz mérten ennél nagyobb csökkenés ezen a téren Portugáliában 85%, volt.

*Portugáliában az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 81,6% volt 2017-ben, amely valamivel nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban Portugáliában az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 18,4% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét kis mértékben haladta meg. Portugáliában a GDP 2,2%-kal növekedett, amely kisebb mértékben elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

Az Ábra-3 koordináta rendszer *harmadik negyedébe* Litvánia, Románia, Spanyolország, Észtország, Szlovákia, Bulgária, Luxembourg és Görögország tartozik.

A *harmadik negyedben szintén nyolc országnál az „X” tengelyhez* tartozó gazdasági változók általában növekvő tendenciájúak, hasonlóan az első negyedhez, így a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* (angol rövidítéssel PSM operating revenues) a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan növekedhettek összességében és egy főre esően számolva, *ezzel szemben a GDP százalékában viszont csökkenhetett*, vagy esetenként kisebb mértékben nőhetett, a *negatív előjel alapján*, így ebben a negyedben negatív előjelű lett a pozitív előjelű „X” tengelyen az origó ponttól jobbra esően.

*A negatív előjel a gazdasági változók esetében mindig ellentétes tendenciát jelent, mint ami az adott koordináta negyedben elfogadott, adott, ami ebben a negyedben is érvényes.*

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* változásai, és ennek egy állampolgárra eső aránya növekedett, esetleg kisebb mértékben csökkenhetett, valamint a közalapítványi jövedelmek arányai a közszolgálati média bevételeiben szintén növekedtek, vagy némileg csökkentek a felsorolt hat gazdasági változó esetében.

Ezzel párhuzamosan az „Y” tengelyen a gazdasági változók jellemzői általában csökkenő tendenciájúak, tehát a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek aránya növekedhetett a mínusz előjelből következően, viszont a kereskedelmi jövedelmek aránya általában az EU tagországokban csökkent 2017-ben, miközben a GDP is csökkent, esetleg minimálisan nőhetett.

**Litvánia**, amely a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan a második legnagyobb mértékben 72,8%-kal nőtt a vizsgált EU-29 tagországok esetében, amely eredményt nem sokkal csak Málta múlta felül. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva még az előbbihez mérten is még jobban, 85,7%-kal nőtt ebben az időszakban az EU átlag 15,5%-os növekedésével szemben. Málta és Spanyolország jóval ez alatt a szint alatt teljesített egy főre vonatkozóan.

Ezzel szemben *Litvániában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,09% volt, amely viszont messze elmaradt az EU-29 tagország átlagától, amely 0,19% volt. Továbbá Litvániában a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) jelentősen növekedtek 70%-os mértékben szintén ebben az időszakban, és csak Románia múlta felül a 87%-os növekedési ütemével a litván jelentős növekedést.

Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szintén jelentős mértékben nőtt 60%-kal, amellyel szemben csak Románia ért el nagyobb növekedési ütemet 75%-kal. Ezzel Litvánia Románia után második lett ezen a téren, ugyan ebben az időszakban. Ugyanakkor Litvániában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának a növekedési üteme* jelentősen nőtt 37%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőnek tekinthető, mivel Románia és Luxembourg után Litvánia volt a harmadik ezen a téren. Az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Az ennél nagyobb csökkenés ezen a téren Portugáliában 85%, Lengyelországban, Csehországban, Szlovéniában és Franciaországban volt.

Litvánia, az „Y” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 93% volt 2017-ben, amely érezhetően lényegesen nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 7% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét több mint kétszeresen meghaladta. Litvániában a GDP 4%-kal növekedett, amely nem sokkal maradt el az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

**Románia** az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 13%-kal visszaesett, amely alig néhány százalékkal volt nagyobb, mint az EU-29 tagországok 11%-os átlaga alatt van, lényegesen elmaradva Litvánia 72,8% növekedési ütemétől, amely Málta után a második legmagasabb szint volt. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 2013 és 2017 között 42%-kal nőttek, amely kiugró teljesítménynek számít. Ezzel szemben Romániában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,1% volt, amely érezhetően még meg is haladta az EU átlagát. Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése jelentős maradt volt ebben az időszakban, amely a 87%-ot érte el a legmagasabb növekedési ütemet érte el az EU-28 tagországhoz viszonyítva. Emellett ezzel a teljesítménnyel Románia viszont jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben nőtt 75%-kal az EU-29 tagországi viszonylatában a legnagyobb mértékben. Ugyanakkor a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme* szintén az EU viszonylatában a legnagyobb volt a 73%-os növekedési ütemével 2013-2017 között (Fund1711). Ez mindenképpen kedvezőnek és jelentősnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-os csökkenésű volt.

*Romániában az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 93% volt 2017-ben, amely lényegesen



nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban ezzel szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben pusztán 6,2% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét messze nem érte el. Mivel Romániában jelentős volt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiből a közpénz jövedelmeinek az aránya, ezért lehetett kisebb mértékű a kereskedelmi jövedelem arány. Romániában a GDP 5,5%-kal növekedett, amely érzékelhetően nagyobb mértékű volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva. Ezzel Románia a harmadik legnagyobb GDP növekedési ütemet érte el Írország és Málta után.

**Spanyolország**, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentősen 7%-kal növekedett, lényegesen alatta maradván az EU-29 tagországok 11%-os átlagát, lényegesen elmaradván Málta és Litvánia növekedési ütemétől. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 62%-kal nőtt szemben az EU-29 tagországainak 15,5%-os átlagos szintjétől. Ezzel szemben Spanyolországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,17% volt, amely pontosan az EU-29 átlagának a szintjén állt, lemaradván Szlovénia 0,28%-os szintjétől, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) növekedése jelentős mértékű volt, mert ez 60%-os ebben az időszakban, többszörösen felülmúlva az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű szintjétől, és Románia, valamint Litvánia után a harmadik legnagyobb teljesítmény érve el ezen a téren. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) kiemelkedően magas 80%-os növekedést ért el. Ugyanakkor Spanyolországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme érzékelhetően csökkent 3%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely kisebb mértékű visszaesés volt, mint az EU-29 tagországi esetében, ahol ez a visszaesés 5% volt ugyan ebben az időszakban.

*Megállapítható, hogy 2013 és 2017 között Spanyolországban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez való hozzájárulásként, az egységnyi közpénz-jövedelmek állampolgáronként 80%-kal nőttek, miközben a közalapítványok támogatásának az aránya nagyon minimálisan, 3%-kal csökkent ez alatt az időszak alatt. Ez jelzi azt, hogy jelentős volt a közpénz jövedelmek aránya, 90%, és ezen belül csak közalapítványok támogatása volt, mivel eleve nincsenek előfizetések. Mind ebből következően közpénz-jövedelmek egy állampolgárra eső növekvő mértékűek voltak, és a közalapítványok támogatásának a magas aránya minimális csökkenése, valamint a kereskedelmi jövedelmek lényegesen kismértékű aránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. (közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevétele és összetétele <> közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevétele és a közpénz-jövedelmek egy főre esően).*

*A közalapítványok támogatásának a magas aránya azért csökkent csak minimálisan, mert nincsenek előfizetések Spanyolországban.*

Spanyolországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 90% volt 2017-ben, amely több volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben, ennek a viszonylag szintnek megfelelően a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 9% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. A GDP 2,2%-kal növekedett, amely érzékelhetően kisebb volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.

*Észtország*, amely szintén ehhez a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakban jelentős mértékben 21,3%-kal növekedett, amely messze az EU-29 tagországok átlaga fölött, Málta és Litvánia után harmadikként teljesített a legjobban ezen a téren az EU-29 tagországok esetében. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva nagyon jelentősen 30%-kal nőtt, amely kétszer több volt az EU-29 tagországainak átlagos 15,5%-os szintjétől. Ezzel szemben a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,16% volt, amely érezhetően közel állt az EU-29 átlagához, de messze lemaradva Szlovénia és Ausztria szintjétől.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon jelentős mértékű volt, mert ez 35%-os volt szintén ebben az időszakban, jelentősen közel kétszerese volt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az *egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között* (PSMCap379) jelentős mértékben nőtt 39%-kal, több mint háromszorosan az EU-29 átlagához mérten. Ugyanakkor a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme* éppen, hogy csak növekedett 1%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely viszonylag kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban.

*Észtországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 96% volt 2017-ben, amely a közalapítványi támogatásoknak köszönhető, mivel nincsenek előfizetési díjak. Ennek aránya jóval nagyobb, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Észtországhoz mérten csak Luxembourgnban és Finnországban nagyobbak a közpénz-jövedelmek részaránya. Ezzel szemben Észtország esetében a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 4% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt. Ugyanakkor a GDP 4,2%-kal növekedett, amely jelentős mértékben felül múlta az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

**Szlovákia**, amely szintén ehhez a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 16,5%-kal növekedett, messze az EU-29 tagországok átlaga feletti szinten, lényegesen kedvezőbb helyzetben, mint a koordináta rendszernek ebben a negyedében lévő Görögország, Portugália és Spanyolország szintje. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva csak 15,8%-kal nőtt, lényegében minimálisan meghaladva az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Ezzel szemben Szlovákia a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,14% volt, amely szintén valamivel alacsonyabb mértékű volt az EU összehasonlításban, kevéssel elmaradva az EU átlagtól, messze lemaradva Horvátország, Németország, Egyesült Királyság, Szlovénia és Ausztria szintjétől.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) 15%-kal nőttek, de még az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű átlaga alatt ebben az időszakban. Az *egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között* (PSMCap379) jelentős mértékben nőttek 13%-kal, amely érezhetően meghaladta az EU-29 átlagát a 11,9%-ot. Ugyanakkor Szlovákiában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme* nagyon minimálisan nőtt 0,5%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely lényegesen kedvezőbb volt, mint az EU-29 átlaga 5%-os csökkenési mértékével ugyan ebben az időszakban.

*Szlovákiában az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 93,4% volt 2017-ben, amely lényegesen meghaladta az EU-29 tagországok 67,4%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a

kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 6,5% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. A GDP 2,8%-kal növekedett, amely majd nem az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjével megegyező volt.

*Szlovákiára jellemző az, hogy a közpénz-jövedelmek aránya a teljes közszolgálati médiaszolgáltató bevételekből 93,4%, jelentős mértékű, elsősorban az előfizetések jelentős nagysága miatt volt, amelyből 69,4% volt az előfizetések aránya 2017 végére. Ebből adódott, hogy a kereskedelmi jövedelmek aránya lényegesen kisebb mértékű volt.*

**Bulgária**, amely szintén ehhez a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 16,7%-kal növekedett, amely érezhetően felül múlta az EU-29 tagországok átlagát. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 16,3%-kal emelkedett, amely szintén érezhetően felül múlta az EU-29 tagországainak átlagos szintjét. Csehországban a legrosszabb teljesítmény volt az EU-ban ezen a téren. Ezzel szemben Bulgáriában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,14% volt, amely nem sokkal maradt el az EU-29 átlagától. Horvátország, Egyesült Királyság és Németország érte el a legnagyobb növekedési ütemet ezen a téren az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) növekedése jelentős mértékű volt, mert ez 17%-os volt ebben az időszakban, amely alig maradt el az EU-29 tagországainak a 18,2%-os átlagos növekedési ütemétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben nőtt 14%-kal, lényegesen meghaladva az EU-29 tagországok 11,7%-os átlagát. Ugyanakkor Bulgáriában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme csak 1%-kal nőtt 2013-2017 között (Fund1711), amelyhez mérten az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Ennek megfelelően Bulgária teljesítménye kedvező volt. Lényegesen nagy volt a csökkenés Lengyelország és Csehország esetében.

*Bulgáriában az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 93,9% volt 2017-ben, amely jelentős mértékben meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban Bulgáriában az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben viszonylag nagyon szerényebb mértékű 6% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. Bulgáriában a GDP 2,7%-kal növekedett, amely alig maradt el az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.*

**Luxembourg**, amely szintén ehhez a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 21%-kal növekedett, amely lényegesen túl haladta, az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 40%-kal nőtt, amely közel 2,5 szeresen felette volt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Viszont ezzel szemben Luxembourg a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,01% volt, amely lényegesen alul szárnyalta az az EU-29 átlagos szintjét, és közel maradván, Egyesült Királyság és Németország 3,0%-os, Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjéhez, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) növekedése 13%-os szerényebb mértékű volt, mert ez érezhetően alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekedési ütemétől ebben az időszakban. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) drasztikus mértékben csökkent 44%-kal. Ugyanakkor Luxembourgban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok

*támogatása arányának üteme* jelentősen nőtt 45%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely messze a legmagasabb mértékű növekedés volt az egész EU-29 vonatkozásában ugyan ebben az időszakban. Számos EU tagország esetében ez az arány jelentősen csökkent, mint például az Egyesült Királyság, Portugália, Lengyelország, Csehország, Szlovénia és Franciaország esetében.

*Luxembourgban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 98% volt 2017-ben, amely messze meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben így csak 1,9% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt, viszont a GDP 3%-kal növekedett, amely éppen meghaladta az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől. Luxembourgban a GDP növekedése az kedvező gazdasági növekedésnek tekinthető az EU-29 tagországai között, bár Írország, Málta, Románia, Észtország, Lengyelország, Litvánia és Csehország szintjétől érezhetően elmaradt.

*Görögország, amely szintén ehhez a harmadik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentősen szerény mértékben 2%-kal növekedett, amely lényegesen alatta volt az EU-29 11%os átlagos növekedési üteménél. Ugyanakkor a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva jelentős mértékben 60%-kal nőtt, amely lényegében négyszeresen messze meghaladta az EU-29 tagországainak átlagos szintjét. Ezzel szemben az ország a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában csak 0,11% volt, amely érezhetően alacsonyabb volt az EU összehasonlításban, lefele eltérve az EU-29 tagországok 0,17%-os átlagától.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) jelentős mértékben volt, mert ez 52%-os volt ebben az időszakban, a legrosszabb az egész EU-29 tagországi viszonylatában, az ötödik legnagyobb volt az EU-29 viszonylatában, Románia, Litvánia, Spanyolország és Lengyelország után. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent 30%-kal, amelyhez mérten az Egyesült Királyságban és Luxembourgban volt még ennél is rosszabb. Görögországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* nagyon szerény mértékben 0,1%-kal nőtt 2013-2017 között (Fund1711), amely még így is kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ezen a téren ugyan ebben az időszakban.

*Görögországban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 95% volt 2017-ben, amely lényegesen nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban Görögországban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 4,9% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. Ugyanakkor a GDP csak nagyon szerényen 1%-kal növekedett, amely jelentős mértékben elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

Az Ábra-3 koordináta rendszer *negyedik negyedébe* Franciaország, Belgium-Francia, Németország, Svédország, Cseh Köztársaság, Horvátország, Ciprus, Dánia és Finnország tartozik.

A *negyedik negyedben további kilenc országnál az „X” tengelyhez* tartozó gazdasági változók általában csökkenő tendenciájúak, hasonlóan a második negyedhez, így a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* (angol rövidítéssel PSM operating revenues) a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan csökkentek összességében és egy főre esően számolva is, *ezzel szemben a GDP százalékában viszont nőttek*, vagy esetenként kisebb mértékben csökkentek, a

*negatív előjel alapján, így ebben a negyedben negatív előjelű lett a pozitív előjelű „X” tengelyen az origó ponttól jobbra esően.*

*A negatív előjel a gazdasági változók esetében mindig ellentétes tendenciát jelent, mint ami az adott koordináta negyedben elfogadott, adott, ami ebben a negyedben is érvényes.*

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* változásai, és ennek egy állampolgárra eső aránya csökkentek, esetleg kisebb mértékben nőttek, valamint a közalapítványi jövedelmek arányai a közszolgálati média bevételeiben szintén csökkentek, vagy némileg növekedtek a felsorolt hat gazdasági változó esetében.

Ezzel párhuzamosan az „Y” *tengelyen* a gazdasági változók jellemzői hasonlóan a harmadik negyed szerint, általában csökkenő tendenciájúak, tehát a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek* aránya növekedhetett a mínusz előjeltől következően, viszont a kereskedelmi jövedelmek aránya általában az EU tagországokban csökkent 2017-ben, miközben a GDP növekedése is csökkent, esetleg minimálisan nőhetett.

**Franciaország**, amely a negyedik negyedhez tartozik, az „X” *tengelyen* a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan nagyon szerény mértékben 2%-kal nőtt a vizsgált EU-29 tagországok esetében, mivel az átlaguk alatt teljesített. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva valamivel nagyobb mértékben teljesített a 8,5%-os eredménnyel, miközben ebben az időszakban az EU átlag 15,5%-os növekedésű volt. Málta és Spanyolország jóval ez alatt a szint felett teljesített egy főre vonatkozóan.

Ezzel szemben *Franciaországban* a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,18% volt, amely viszont minimálisan felette volt az EU-29 tagország átlagától, amely 0,17% volt. Továbbá *Franciaországban* a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) jelentősen elmaradtak a 9,8%-os növekedési ütemmel az EU-29 átlagához mérten szintén ebben az időszakban. Az egységnyi *közpénz-jövedelmek* alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szintén alacsony mértékben nőtt 8,8%-kal, amellyel még az egyébként alacsony EU-29 átlagos szint alatt volt a francia növekedési ütem. Ugyanakkor *Franciaországban* a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának a növekedési üteme* jelentősen csökkent 55%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőtlennek tekinthető, mivel ennél nagyobb mértékű csökkenés Portugáliában, Lengyelországban, Csehországban és Szlovéniában volt, miközben az EU-29 átlaga 5%-os csökkenést mutatott ugyan ebben az időszakban

*Franciaországban, az „Y” tengelyen* a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 81% volt 2017-ben, amely lényegében minimálisan volt nagyobb, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 11,3% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjén lényegesen alacsonyabb volt. *Franciaországban* a GDP 1,6%-kal növekedett, amely jelentősen elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

*Megállapítható, hogy Franciaországban azért csökkent jelentős mértékben a közalapítványok támogatásának aránya, mert közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből jelentősen magas volt az előfizetések aránya, amely közel 78% volt. Általában azokban az országokban, ahol a közalapítványi támogatás csökkent várható, hogy alacsonyabb kereskedelmi jövedelmek mellett az előfizetések aránya jelentős a teljes közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből.*

**Belgium-Francia** az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 2,75%-kal nőtt, amely lényegesen kevesebb volt, mint az EU-29 tagországok 11%-os átlaga, lényegesen elmaradva Litvánia 72,8% növekedési ütemétől, amely Málta után a második legmagasabb szint volt. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 2013 és 2017 között épen csak nőtt 0,1%-kal nőtt, amely kiugrón alacsonynak számít, amelynél csak Egyesült Királyság, Szlovénia, Dánia és Ausztria teljesítménye volt rosszabb. Ezzel szemben Romániában a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,18% volt, amely érezhetően még meg is haladta az EU 0,17%-os átlagát. Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) csökkentek ebben az időszakban, amely a 2,5%-ot érte el a jelentősen elmaradva az EU-28 tagországhoz viszonyítva. Emellett az Egyesült Királyság csökkenése volt a legrosszabb, amely 5% volt ezen a téren.

A *Belgium-Francia* országrész Belgiumban, az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent

4%-kal, amely az EU-29 tagországi viszonylatában elért 11,7% -hoz mérten volt jelentős. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* 5%-kal csökkent, szintén az EU viszonylatában volt a legnagyobb segítséget volt a 73%-os növekedési ütemével 2013-2017 között (Fund1711). Ez mindenképpen kedvezőtlennek és jelentősnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-os csökkenésű volt.

*Belgium-Francia* ország-rész szintén az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 62,6% volt 2017-ben, amely lényegesen kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban ezzel szemben a *kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben kisebb volt a 35,3% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintjét messze kétszeresen haladta túl.* Belgium-Flamand országrészben a GDP 1,7%-kal növekedett, amely érzékelhetően kisebb mértékű volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.

**Németország**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik az Ábra-1 koordináta rendszerben, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szer 3,7%-kal növekedett, lényegesen alatta maradván az EU-29 tagországok 11%-os átlagát. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva 0,1%-kal nőtt szemben az EU-29 tagországainak 15,5%-os átlagos szintjétől. Ezzel szemben Németországban a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,3% volt, amely az EU-29 átlagának a szintje fölött állt, lemaradva Szlovénia 0,28%-os szintjétől, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése jelentős mértékű volt, mert ez pusztán 4,5%-os ebben az időszakban, amelyet többszörösen felülmúlva az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű szintjétől, és Románia, valamint Litvánia teljesítményeit messze nem érve el ezen a téren. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) kiemelkedően alacsony 2,2%-os növekedést ért el. Ugyanakkor Németországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* érezhetően növekedett 22%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amelyhez mérten az EU-29 tagországi esetében 5%-os volt visszaesés ugyan ebben az időszakban.

Megállapítható, hogy 2013 és 2017 között Németországban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez való hozzájárulásként, az egységnyi közpénz-jövedelmek állampolgáronként csak 2,2%-kal nőttek, miközben a közalapítványok támogatásának az aránya ennél tíz szerte nagyobb volt a növekedési ütem, azaz 22%-kal nőtt ez alatt az időszak alatt. Ez jelzi azt, hogy jelentős volt a közpénz jövedelmek aránya, 88,7%, viszont ezen belül csak 5% volt a közalapítványok támogatása arányának a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiben, amellyel szemben viszont 83,7% volt az előfizetések aránya 2017 végére.

Mind ebből következett, hogy Németországban a közpénz-jövedelmek egy állampolgárra esően kis mértékben növekvőek voltak, és a közalapítványok támogatásának az arányának a növekedési üteme 2013-hoz mérten, azaz a korábbi részarányához mérten jelentősen nőtt 2017 végére (22%), de ettől még közszolgálati médiaszolgáltató bevételekben jelentéktelen volt a részesedése, amely csak 5% volt 2017 végére, és ugyanakkor a kereskedelmi jövedelmek aránya is lényegesen kismértékű volt, 6%, 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből.

A kiindulási alap: a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevétele és összetétele <> közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeinek és a közpénz-jövedelmeknek az egy főre eső nagysága.

Az előfizetések aránya azért lehetett magas, mert a közalapítványok és a kereskedelmi jövedelmek szerény mértékűek voltak Németországban.

Egy rendkívül erős német gazdaságban, ahol jelentősen erős a lakossági vásárlóerő, ott ráterhelik a lakossági jövedelmekre a közszolgálati médiaszolgáltató fenntartási költségeit a közpénzekben belül az előfizetési díjak formájában, ilyen formában nem elsődlegesen a vállalatoktól vagy az állami költségvetéstől várhatók a nagyobb támogatások vagy kifizetések a média számára.

Megállapítható, hogy 2013 és 2017 között Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez való hozzájárulásként, az egységnyi közpénz-jövedelmek állampolgáronként 10%-kal csökkentek, miközben a közalapítványok támogatása arányának az üteme 40%-kal csökkent, azaz a 10%-ról, 2013-ban a 6%-ra, 2017 végére, ez alatt az időszak alatt. Ez jelzi azt, hogy nem volt olyan jelentős a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések aránya, 58,5%, mint Németországban, ahol ez viszont 83,7%, ezen felül az Egyesült Királyságban csak 5% volt a közalapítványok támogatása arányának a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiben 2017 végére, miközben ugyan annyi volt Németországban is, azaz 5%, 2017 végére. A két gazdasági nagyhatalom közötti eltérés a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből az előfizetések nagyságrendje terén, abból adódik, hogy az Egyesült Királyságban (58,5%) kevesebb az előfizetések aránya, mint Németországban (83,7%), mivel az Egyesült Királyságban a kereskedelmi bevételeknek az aránya jóval nagyobb volt, mint Németország esetében.

Németországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 88,7% volt 2017-ben, amely több volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben, ennek a viszonylag szintnek megfelelően a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 6% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. A GDP 2,4%-kal növekedett, amely érezhetően kisebb volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.

**Svédország**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakban jelentős

mértékben 12,6%-kal növekedett, amely némileg több, mint az EU-29 tagországok átlaga. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva jelentősen 3,5%-kal csökkent, amely messze kevesebb, mint az EU-29 tagországainak átlagos 15,5%-os szintjétől. Ezzel szemben a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,18% volt, amely érezhetően magasabb, mint az EU-29 átlaga, de messze lemaradva Németország és az Egyesült Királyság szintjétől.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése nagyon jelentős mértékű volt, mert ez csak 2,6%-os volt szintén ebben az időszakban, jelentősen elmaradva az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekvő mértékű közepes szintjétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent 2%-kal, messze lemaradva az EU-29 átlagához mérten. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványi támogatások nincsenek (Fund1711), amelyeknek az EU-29 átlagában 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban.

*Svédországban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 96% volt 2017-ben, amely az előfizetési díjaknak köszönhető, mivel nincsenek közalapítványi támogatások. A közpénz-jövedelmek részaránya jóval nagyobb, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Észtországhoz mérten csak Luxembourgban és Finnországban nagyobbak a közpénz-jövedelmek részaránya. Ezzel szemben Észtország esetében a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 4,3% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt. Ugyanakkor a GDP 2,7%-kal növekedett, amely jelentős megközelítette az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjét.

**Csehország**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben csökkentek 2%-kal, messze az EU-29 tagországok átlaga alatti szinten, lényegesen kedvezőbb helyzetben, mint a koordináta harmadik negyedében lévő Románia, ahol a legnagyobb volt a visszaesés ezen a téren az EU-29 viszonylatában. Ugyanakkor *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* egy főre esően számolva a legnagyobb visszaesés történt 7%-kal az egész EU-29 tagországaival összehasonlítva. Ezzel szemben Csehország a *közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei* (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,17% volt, amely szintén megegyezett az EU-29 átlagos szintjével ezen a téren, viszont messze lemaradva Horvátország, Németország, Egyesült Királyság, Szlovénia és Ausztria szintjétől.

Továbbá a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) 7,4%-kal nőttek, de még az EU-29 tagországainak messze a 18,2%-os növekvő mértékű átlaga alatt ebben az időszakban. Az *egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között* (PSMCap379) jelentős mértékben csökkentek 4%-kal, amely érezhetően az EU-29 átlaga a 11,9% alatt. Ugyanakkor Csehországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* nagyon drasztikusan csökkent 67%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amelyhez mérten csak Lengyelországban estek vissza ezek a mutatók lényegesen kedvezőtlenebb mértékben, az EU-29 átlaga 5%-os csökkenési szintjéhez képest is ugyan ebben az időszakban.

*Csehországban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 91% volt 2017-ben, amely lényegesen meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 8,6% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. A GDP 3,7%-kal növekedett, amely lényegesen meghaladta az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjét.



*Csehországra jellemző az, hogy a közpénz-jövedelmek aránya a teljes közszolgálati médiaszolgáltató bevételekből 91%, jelentős mértékű, elsősorban az előfizetések jelentős nagysága miatt volt, amelyből 90,9% volt az előfizetések aránya 2017 végére. A közalapítványok támogatásának mértéke csak 0,1% volt a teljes közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiből. Ebből adódott, hogy a kereskedelmi jövedelmek aránya lényegesen kisebb mértékű volt.*

**Horvátország**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 2,5%-kal csökkent, amely érezhetően alatta volt az EU-29 tagországok átlagához képest. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva csak 0,1%-kal emelkedett, amely szintén érezhetően gyenge teljesítmény volt az EU-29 tagországainak átlagos szintjéhez mérten. Ezzel szemben Horvátországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,37% volt, amely a legnagyobb mértékű volt az EU-29 tagországok esetében, amelyet rögtön követett az Egyesült Királyság és Németország 0,3%-os szintjével.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) növekedése szerény mértékű volt, mert ez 4,4%-os volt ebben az időszakban, amely messze elmaradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os átlagos növekedési ütemétől. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) közepesen jelentős mértékben nőtt 11%-kal, amely szinte teljesen megegyezett az EU-29 tagországok 11,7%-os átlagával. Ugyanakkor Horvátországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme jelentősen nőtt 20%-kal nőtt 2013-2017 között (Fund1711), amelyhez mérten az EU-29 átlaga csak 5%-os csökkent ért el. Ennek megfelelően Horvátország teljesítménye kedvező volt, amellyel szemben lényegesen nagy volt a csökkenés Lengyelország és Csehország esetében.

*Horvátországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 91,7% volt 2017-ben, amely jelentős mértékben meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban Horvátországban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben viszonylag nagyon szerényebb mértékű 8,3% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. Horvátországban a GDP csak 1,5%-kal növekedett, amely jelentősen elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.*

**Ciprus**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 3,1%-kal növekedett, amely lényegesen alul maradt az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 5,7%-kal nőtt, amely alig egy harmada volt az EU-29 tagországainak átlagos szintjéhez mérten. Viszont ezzel szemben Ciprus a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,17% volt, amely lényegében teljesen megegyezett az EU-29 átlagos szintjével.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) növekedése 7%-os szerényebb mértékű volt, mert ez érezhetően alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekedési ütemétől ebben az időszakban. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben nőtt 11,5%-kal, az EU-29 országok átlagával majdnem megegyezően. Ugyanakkor Cipruson a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme szerényen nőtt 4,5%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely még így is egész EU-29 átlagánál jobb volt ugyan ebben az időszakban.

Cipruson az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 91,8% volt 2017-ben, amely messze meghaladta az EU-29 tagországok 80%-os átlagát. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben így csak 7,7% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt, viszont a GDP 1,7%-kal szerényen növekedett, amely elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől. Így is Cipruson a GDP növekedése kedvezőbb gazdasági növekedésnek tekinthető az EU-29 tagországi között.

Dánia, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentősen szerény mértékben 2%-kal csökkentek, amelyek lényegesen alatta volt az EU-29 tagország 11%-os átlagos növekedési üteménél. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva jelentős mértékben 4%-kal csökkentek, amelyek lényegében negyed résznyi az EU-29 tagországainak átlagos szintjének, messze elmaradva ettől szinttől. Ezzel szemben az ország a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,19% volt, amely érezhetően magasabb volt az EU összehasonlításban, az EU-29 tagországok 0,17%-os átlagához mérten.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) nagyon minimális mértékben növekedtek, mert ez csak 0,1%-os volt ebben az időszakban, messze elmaradva az egész EU-29 tagországi 18,2%-os átlagától. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) jelentős mértékben csökkent 2,5%-kal, amelyhez mérten Luxembourgban, Görögországban és az Egyesült Királyságban volt még ennél is rosszabb. Dániában a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme nagyon szerény mértékben 0,1%-kal nőtt 2013-2017 között (Fund1711), amely még így is jelentősebb volt az EU-29 átlaga 5%-os csökkenésével szemben ugyan ebben az időszakban.

Dániában az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 90% volt 2017-ben, amely lényegesen nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban Dániában az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben itt is szerény nagyságrendű volt, csak 9,5%-kal az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt. Ugyanakkor a GDP lényegesen kedvezőbb volt a 2,2%-os növekedéssel, de így is csak szerényen mértékű volt, mert érezhetően elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

**Finnország**, amely szintén ehhez a negyedik negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan jelentős mértékben 12%-kal növekedett, amely érezhetően meghaladta az EU-29 európai uniós tagországok 11%-os átlagos növekedési ütemét. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva nagyon szerény mértékben csak 0,1%-kal nőttek, amelyek lényegében messze elmaradtak az EU-29 tagországainak 15,5%-os átlagos szintjét. Ezzel szemben az ország a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,21% volt, amely érezhetően magasabbak voltak az EU összehasonlításban, az EU-29 tagországok 0,17%-os átlagától.

Továbbá a közpénz-jövedelmek (PSMReven378) nagyon szerény mértékben nőttek 1,5%-kal, mert ezen a téren, ebben időszakban messze elmaradt ezeknek a jövedelmeknek a növekedési ütem az egész EU-29 tagországi viszonylatában. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) nagyon kis mértékben nőttek 0,6%-kal, amelyhez mérten az Luxembourgban, Görögországban és az Egyesült Királyságban még ennél is rosszabb. Finnországban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a

*közalapítványok támogatása arányának üteme* nagyon szerény mértékben 0,1%-kal nőtt 2013-2017 között (Fund1711), amely még így is kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-os csökkent ezen a téren ugyan ebben az időszakban.

*Finnországban az „Y” tengelyen* a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 97,3% volt 2017-ben, amely lényegesen nagyobb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban Finnországban az előbbiekkkel szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 2,2 % volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. Ugyanakkor a GDP csak nagyon szerényen 1,5%-kal növekedett, amely jelentős mértékben elmaradt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől.

Az EU-29 tagországai közül vannak, amelyeknek a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiből csak előfizetési díjak vannak és nincsenek közalapítványi támogatásokból eredő jövedelmei, de vannak országok, ahol csak közalapítványi támogatásokból eredő jövedelmei vannak, viszont nincsenek előfizetési díjak, amelyek lényegében a lakosság anyagi terheinek a növekedését okozzák. Olyan esetek is vannak, amikor vagy az előfizetési díjak jelentik a nagyobb részarányt, vagy a közalapítványi támogatásokból eredő jövedelmek mind a két jövedelem-forrás megléte esetén.

**Táblázat 11:** Az előfizetési díjak és a közalapítványi támogatások megoszlása a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiben az EU-29 tagországaiban százalékban 2017-ben

<b>Csak előfizetési díjak esetén</b>	<b>Csak közalapítványi támogatások esetén</b>
Csehország Dánia Görögország Olaszország Svédország Portugália	Belgium-Flamand Belgium-Francia Bulgária Ciprus Észtország Finnország Magyarország Lettország Litvánia Luxembourg Málta Hollandia Spanyolország
<b><i>A közpénzek aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből átlagosan %-ban</i></b>	
87	81,4
<b><i>Mind a két közpénz-jövedelemforrás megléte esetén százalékban</i></b>	
<b><i>Ha nagyobb az előfizetési díjak aránya*</i></b>	<b><i>Ha nagyobb a közalapítványi támogatások aránya*</i></b>
Ausztria (62,1+0,3) Horvátország (88,7+3) Franciaország (78+3) Németország (83,7+5) Írország (51+8) Egyesült Királyság (57,5+6) Szlovákia (69,4+24) Szlovénia (79+2) Lengyelország (39+1)	Románia (10+83)
<b><i>Átlagosan %-ban</i></b>	
67,6	83

Forrás: Saját számítások az SPSS statisztikai elemzési módszer szerint az alábbiak alapján:  
EBU: Operating Eurovision and Euroradio,  
Funding of public service MEDIA 2018, December,  
Funding of public service MEDIA 2014, December,  
Media, Intelligence Service, European Broadcasting Union, Geneva, Switzerland, [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)

\* Az országok melletti zárójelben a (az előfizetési díjak aránya + közalapítványi támogatások aránya a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből százalékban). A két százalék aránya együttes értéke megtalálható a Táblázat-1 adat-bázisában az 5-ös (PSMInc175) gazdasági változó alatt.

*Összegzésként megállapítható, hogy az EU-29 tagországok viszonylatában kevés azoknak az országoknak a száma, ahol a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiben a közpénzek keretén belül csak az előfizetések voltak meg és nem fizettek részükre közalapítványi támogatást (Táblázat-8). Ennél a hat országnál – Csehország, Dánia, Görögország, Olaszország, Svédország, Portugália - állapítható meg, hogy a közpénz jövedelmek csak az előfizetési díjakból állnak, amelyeknek az aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből átlagosan országonként 87% volt. Az ezen felüli összegek már csak a kereskedelmi jövedelmek voltak. Ebből is látható, hogy média bevételek nem túl jelentős mértékben származnak a kereskedelmi jövedelmekből (Táblázat-10; EBU 2018; EBU 2014).*

*Ezzel szemben viszont lényegesen nagyobb az az ország csoport, amely országok esetében – összesen 13 ország - a közpénzjövedelmek csak közalapítványi támogatásokból származnak: Belgium-Flamand, Belgium-Francia, Bulgária, Ciprus, Észtország, Finnország, Magyarország, Lettország, Litvánia, Luxembourg, Málta, Hollandia és Spanyolország. A közalapítványi támogatásokból származó jövedelmek – mint egyedüli közpénz-jövedelmek – a közszolgálati médiaszolgáltató bevételek 81,4%-át teszik ki átlagosan országonként ezekben az országokban a vizsgált 2013-2017 közötti időszakban. Tehát lényegében nem maradnak el jelentős mértékben az előző ország-csoport közpénz jövedelmek részarányától a média teljes bevételeiben.*

*Viszont mind a két közpénz jövedelem-forrás megtalálható a többi más EU-tagország esetében. Azonban az előfizetési díjak aránya átlagosan egy országra esően – Ausztria, Horvátország, Franciaország, Németország, Írország, Egyesült Királyság, Szlovákia, Szlovénia, Lengyelország - 67,6% a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből, a közalapítványi jövedelmek nélkül az említett országokban. Ebből látható, hogy ezekben az országokban már csökkent az előfizetési díjak aránya átlagosan országonként 67,6%-ra, szemben a csak előfizetéssel rendelkező országok esetében átlagosan, ahol az előfizetési díjak aránya átlagosan országonként 87% volt a vizsgált időszakban.*

*Ezzel szemben Romániában a közalapítványi jövedelmek 83%-kal részesedtek a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből, amelyhez jön még 10%, az előfizetési díjak aránya Románia esetében a közpénzek terén, amely így 93%-ot tett ki a közszolgálati média teljes bevételeiből. (Táblázat-10; EBU 2018; EBU 2014).*

A további fejezetekben a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek valós gazdasági nagyságát kívánom értékelni a 2008-2013 közötti időszakban összehasonlítva a 2013-2017 közötti időszak eredményeivel, közvetlenül a média kereskedelmi jövedelmeivel, az éves előfizetések és az infláció nagyságával összefüggésben.

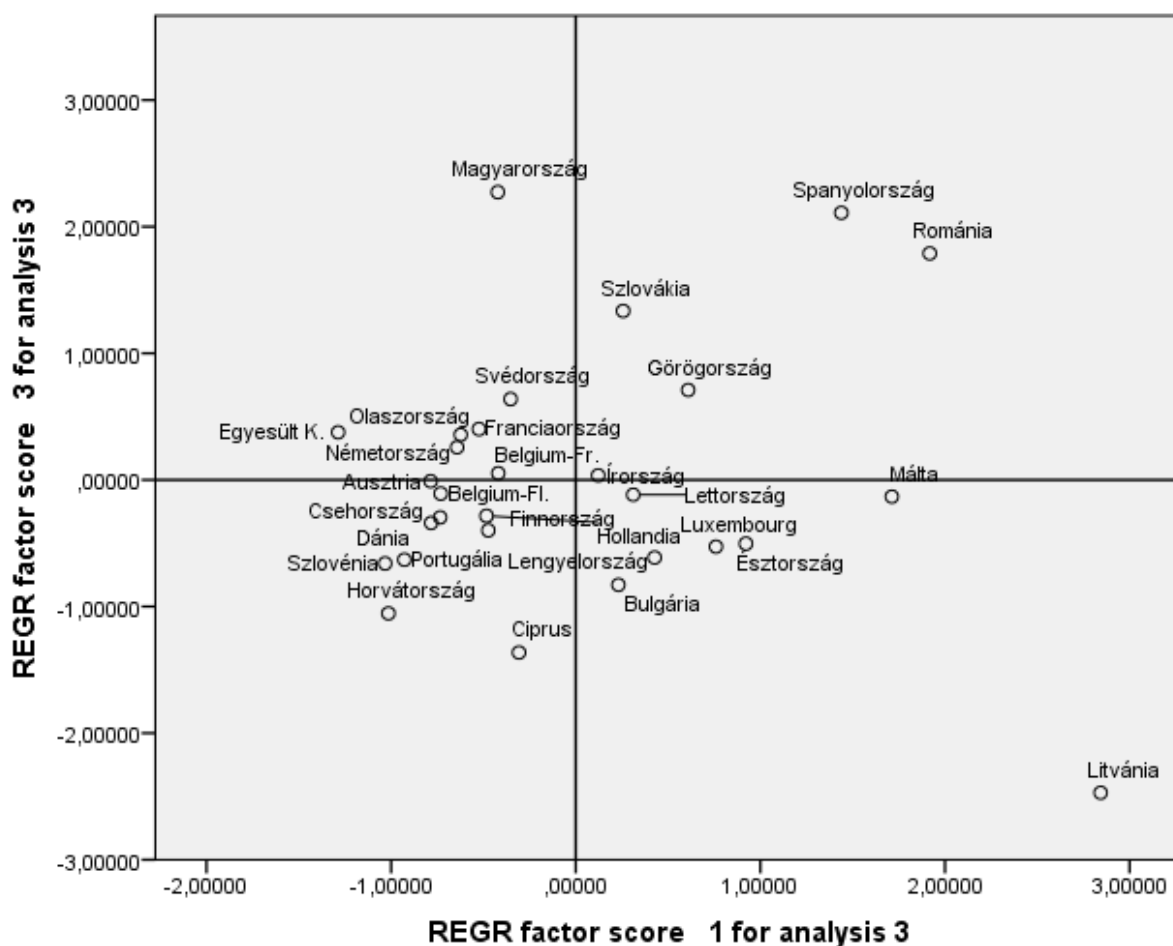
## 5.2 A közszolgálati médiaszolgáltatók országokénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, kereskedelmi jövedelmeinek alakulása 2008 és 2013 között

Az *Ábra-4* koordináta rendszerben szintén komplex módon kerülnek a gazdasági jellemzők egybevetése. Az „X” tengelyhez tartozó gazdasági változók ugyan azok maradnak, mint az *Ábra-1* esetében. Viszont az „Y” tengelyhez kapcsolódó komponens-3 gazdasági változói lesznek a továbbiakba az összehasonlítási alapok az „X” tengelyen lévő gazdasági változókkal.

Az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltatók 2008 és 2013 közötti időszak működési bevételeinek alakulása és a kereskedelmi jövedelmek arányai és összefüggései az „X” tengelyen lévő gazdasági változókkal, nevezetesen a 2013-2017 közötti időszak működési bevételeinek változásaival, teljes közpénz-jövedelmek arányával és összetevőivel, valamint a GDP növekedésével összefüggésben.

Az *Ábra-4* koordináta rendszer *első negyedébe* Spanyolország, Románia, Szlovákia, Görögország és Írország tartozik.

Megállapítható, hogy ennél az öt országnál az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva nőttek, és a GDP százalékában viszont csökkentek, - mivel ez negatív előjelű -, továbbá a *közpénz-jövedelmek*, és ennek egy állampolgárra eső aránya növekedett, valamint a közalapítványi jövedelmek növekedtek, ennek a hat gazdasági változónak a viszonylatában az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók 2008 és 2013 közötti időszak működési bevételeinek alakulása és a kereskedelmi jövedelmek értékei pedig, vagy nőttek, vagy kisebb mértékben csökkentek az „X” tengelyen lévő változókkal összefüggésben.



**Ábra 4:** Közszolgálati Médiaszolgáltatók teljes működési bevételei, országokénti bevételei és a kereskedelmi jövedelmei közötti összefüggések

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

*Komponens-1:* PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMReven378, PSMCap379,

Fund1711

2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017

3 - PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, egy főre esően, euróban, 2013-2017

4 – (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017

8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közszolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országoként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

9 - PSMCap379 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi Közpénz-jövedelmek állampolgáronként, havonta, országoként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100

11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közszolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100

*Komponens-3: PSM2008131, PSMMark377*

1 - PSM2008131 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2008-2013

7 - PSMMark377 = PSM commercial income, Közszolgálati Médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmei, országonként, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

Rövidítések:

PSM2008131, PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMInc175, PSMMarket176,

PSMMark377, PSMReven378, PSMCap379, Licence3710, Fund1711, Infl3712, GDP131713

***Spanyolországban*** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 58%-kal növekedtek, közel három és félszeresen nőttek, mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban 7%-kal csökkentek. Ez nem volt jelentős visszaesés, amely bekövetkezhetett a közalapítványok támogatásának a közmédia felé történő némi csökkenésével. Ennek ellenére a közpénz jövedelmek alakulása igen jelentős arányú maradt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén. Bár Görögországban 2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató jövedelmei jelentős mértékben növekedtek, mégis a közszolgálati médiaszolgáltató viszonylagos könnyedséggel tudta növelni a kereskedelmi jövedelmeit. Ebből is látható, hogy 2013 eleje óta a viszonylag kisméretű visszaesés a közmédia közpénzek jövedelmei terén nem változtatott lényegesen a közmédia bevételek alakulásán.

Viszont Spanyolországban nem a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű növekedése járult hozzá elsősorban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, hanem inkább a *közalapítványi támogatások* alakulása. A GDP viszonylag kedvező növekedése nem változtatott a média bevételek alakulásán, mert a lakosság részéről nem történtek kifizetések, azaz előfizetések nem voltak egyik időszakban sem, összességében 2008-2017. 2017 végére a közalapítványokon támogatásának csökkenése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen visszavetette volna a közszolgálati média bevételeiből a közpénzek arányát.

***Romániában*** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei szerény mértékben 13,6%-kal növekedtek, valamivel az EU-29 tagországainak az átlag szintje a 13,6% alatt ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a 2013-2017-es időszakban *a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 13%-kal csökkentek*, amely viszont jelentős visszaesésnek tekinthető, mert a legnagyobb visszaesés volt az egész EU-29 országok esetében. Ez annak ellenére következett be, hogy Romániában 2017 végére magas volt a közalapítványok támogatásának mértéke, amely 83% volt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. A 10 %-os előfizetési díjak arányának nagysága nem volt jelentős, amely azért lehetett, mert 2013 és 2017 közötti időszakban ennek a 91%-os csökkenése vezetett el a média bevételek jelentős mértékű csökkenéséhez.

A GDP szintén ebben az időszakban bekövetkezett 5,5%-os növekedése még nem eredményezte a lakosság olyan mértékű jövedelem növekedését, hogy társadalmi-nemzetgazdasági szinten bevállalható lehetett volna egy lényegesen nagyobb előfizetési díjtétel megfizetése a lakosság részéről. *Lényegében egyenes arányú jelentősen szoros összefüggés áll fenn a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek csökkenése és az előfizetések csökkenése között. Románia esetében ez mindenképpen így van.*

Ezzel párhuzamosan a közpénz jövedelmek – ezen belül a közalapítványok aránya igen jelentős maradt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. Emellett jelentős mértékben 60%-kal nőtt kereskedelmi jövedelmek, amely még így is szerény mértékű a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből. Romániában a kereskedelmi jövedelmek növekedése majdnem ötszörösen múlta felül az EU-29 tagországok átlagát.

**Szlovákiában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 22%-kal növekedtek, közel másfélszeres mértékben (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban valamivel szerényebb mértékben 16,5%-kal nőttek (PSM2013172), amely szintén magasabb volt az EU-29 tagországaink az átlagánál.

Ez érezhetően nagyobb növekedési ütem volt, mint az EU-29 országok átlaga. Ez a növekedés, azért következhetett be, mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása némileg 0,5%-kal nőtt 2013-2017 között 2017 végére (Fund1711), amely viszont lényegesen kedvezőbb eredmény volt az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenésével szemben. A közpénz jövedelmeken belül elsősorban a közalapítványokkal szemben az előfizetések növekedése volt jelentős 14%kal, így a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül (PSMInc175), közpénz jövedelmek elérték a 93,4%-ot. Bár Szlovákiában 2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül közpénz-jövedelmeinek aránya jelentős mértékű volt, viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is bővítették 4%-kal. Ebből látható, hogy 2013 eleje óta az átlagosnál nagyobb növekedés az előfizetések terén továbbra is biztosította a közpénz-jövedelmek több mint 90%-os arányát a közmédia bevételein belül. A viszonylag kiegyensúlyozott növekedés a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén köszönhető volt annak, hogy Szlovákiában a legmagasabb volt a média *kereskedelmi jövedelmeinek* az emelkedése az EU-29 országok körében, nevezetesen 52% a 2013 és 2017 közötti időszakban. Azonban ez a jelentős növekedés sem tudta lényegesen növelni a kereskedelmi jövedelmek arányát a közpénz-jövedelmek arányával szemben a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek összetétele terén.

A *közpénz-jövedelmek* minimális 15%-os növekedése jelzi, hogy nem volt visszaesés sem ezen a téren, sem pedig a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén. Ez növekedés elsődlegesen azért következhetett be, mert az *előfizetések* jelentősen megnövekedtek, 14%-kal 2013-2017, amely a negyedik legnagyobb volt az EU-29 országok esetében, Írország 87%-kal, Lengyelország 30%-kal és Egyesült Királyság, 17,3%-kal.

A GDP viszonylag kedvező növekedése 2,8%, amely lényegében nem maradt el az EU-29 tagországok 2,9%-os átlag teljesítményei mögött, amely Szlovákia esetében biztosította a lakosság-fogyasztók kellő jövedelmezőségét az előfizetések jelentős növekedésének elérése érdekében. Azzal együttvéve, hogy önmagában a GDP növekedése még nem volt elegendő az előfizetések jelentős növekedéséhez, azonban a GDP növekedése feltétlenül fontos volt általában a lakosság-fogyasztók vásárlóerejének a megőrzésében.

Viszont Szlovákiában a kereskedelmi jövedelmek szerényebb mértékű növekedése is hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, bár ez utóbbi növekedését elsősorban az előfizetések biztosították. Az EU-29 tagországok viszonylatában átlagos GDP növekedése nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán és szerkezeti



összetételén, mert továbbra is a lakosság részéről történtek a kifizetések, azaz előfizetések a 2013-2017 közötti időszakban. 2017 végére a közalapítványokon támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.

*Megállapítható, hogy Szlovákiában nem a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű növekedése járult hozzá elsősorban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, hanem inkább az előfizetések növekedése.*

**Görögországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 45%-kal (PSM2008131) jelentős mértékben nőttek, közel háromszoros mértékben, mint az EU-29 tagországainak az átlaga csökkent ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban (PSM2013172) csak 2%-kal nőttek. Ez nem volt jelentős növekedés sem az EU-29 tagországok viszonylatában, sem pedig nem volt kedvező változás az előző időszak teljesítményéhez mérten.

Ezzel szemben az EU-29 országok átlaga jóval nagyobb növekedési ütemet ért el ezen a téren, mint Görögország. Ez a csökkenés, azért következhetett be mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása nem volt 2013-2017 között (Fund1711). Emellett az előfizetések (Licence3710) is 9%-kal csökkentek ez alatt az időszak alatt. A közszolgálati médiaszolgáltató bevételei állampolgáronként és havonta 30%-kal csökkentek, amelynél nagyobb csökkenés 44% csak Luxembourgban volt. Ezzel szemben az EU-29 országai átlaga 11,7%-os növekedést ért el. Az előfizetések csökkenése ellenére a közpénz jövedelmek így is a média teljes bevételeinek a 95%-át érték

*Görögország esetében a közszolgálati média bevételeinek ilyen nagy arányú csökkenő mértékű növekedése 2013-2017 közötti időszakban a korábbi időszakhoz képest elsősorban az egységnyi havonkénti egy állampolgárra eső a közszolgálati média bevételeinek (PSMCap379) drasztikus, 30%-os csökkenéséből adódott, amely az EU-29 tagországok esetében Luxembourg után a második legnagyobb csökkenés volt ebben az időszakban. Ez a csökkenési nagyságrend jobban érthető, ha figyelembe vesszük, hogy 2013 és 2017 között a közszolgálati média részére befizetett éves előfizetési díj (Licence3710) 9%-kal csökkent.*

Emellett a közpénz-jövedelmek már csak azért is csökkentek a média számára, mert nincs közalapítványi támogatás. A közszolgálati média bevételeinek csökkenéséhez a továbbiakban hozzájárult a kereskedelmi jövedelmek 4%-os csökkenése (PSMMark377), amely bár mérsékeltnek tekinthető, de hatásában mindenképpen összeadódik az előbbi gazdasági változó csökkenéséhez. A GDP viszonylagos stagnálása az 1%-os növekedése miatt szintén nem változtatott a média bevételek alakulásán, mert a lakosság részéről drasztikusan csökkentek az éves szinten számolt előfizetési díjak összességében 2013-2017-es időszakban.

**Írországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 9%-kal csökkentek, amely messze elmarad az EU-29 tagországainak a 15,9%-os átlag szintjétől ezen időszak alatt. Azonban ezzel a csökkenő tendenciával ellentétben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban 3%-kal nőtt (PSM2013172), amellyel valamelyest közelebb került az EU-29 átlagos 11%-os növekedési szintjéhez. A közszolgálati médiaszolgáltató ilyen jelentős mértékű növekedése elképzelhetetlen lett volna az éves előfizetési díjak 87% (Licence3710) növekedése nélkül. Ehhez társult szorosan a közalapítványi támogatások növekedése 19%-kal, amely messze felül múlta az EU-29 tagországok átlagának a csökkenését ezen a területen. Ez tette lehetővé, hogy 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit meghatározó

közpénz-jövedelmek 59%-os – közel 60% - magas részarányát a teljes média bevételekből (PSMInc175). Ezzel egyidejűleg jelentős volt a kereskedelmi jövedelmeinek (PSMMarket176) az aránya is, amely 41,5% volt. Ez utóbbi jelentősebb részarányát elősegítette a kereskedelmi jövedelmek 5%-os emelkedései is, amely jelezte a vállalkozások ambiciózus tevékenységét az áru és szolgáltatási forgalom növekedése érdekében.

Természetesen a GDP nagyon kedvezően magas 9%-os növekedése (GDP131713) is komoly mértékben képes volt hozzájárulni a média bevételek erőteljes növekedési üteméhez a 2013-2017 közötti időszakban. A lakosság részéről az éves előfizetési kifizetések, azaz előfizetések nem voltak egyik időszakban sem ilyen jelentősek korábban, mint a legutóbbi 2013-2017-es időszakban és 2017 végére a közalapítványokon támogatásának ilyen jelentős mértékű növekedésével együtt.

*Megállapítható, hogy Írországból a közszolgálati médiaszolgáltató tevékenysége és jövedelmezősége hatékonyan alakult a XXI. század első évtizedeiben, köszönhetően a GDP és az éves előfizetések legnagyobb mértékű növekedésének, amelyek az egész EU-29-ben itt voltak a legnagyobbak.*

*Az Ábra-4 koordináta rendszer második negyedébe Magyarország, Svédország, Franciaország, Olaszország, Németország, Egyesült Királyság, Belgium-Francia és Ausztria tartozik.*

Megállapítható, hogy ennél a nyolc országnál az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva általában csökkennek, és a GDP százalékában viszont némileg nőnek - mivel ez negatív előjelű -, továbbá a *közpénz-jövedelmek*, és ennek egy állampolgárra eső aránya csökkenhet, valamint a közalapítványi jövedelmek szintén csökkenhetnek. Ennek a nyolc gazdasági változónak a viszonylatában az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók 2008 és 2013 közötti időszak működési bevételeinek alakulása és a kereskedelmi jövedelmek értékei pedig, vagy nőttek, vagy kisebb mértékben csökkentek hasonlóan az első négyedben lévő országokhoz.

**Magyarországon** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei rendkívül magas mértékben 80%-kal növekedtek, több, mint ötszörös mértékben nőttek (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban szerényebb mértékben 6,8%-kal nőttek (PSM2013172). Ez csak valamivel nagyobb növekedési ütem volt, mint az EU-29 országok átlaga. Ez a csökkenés, azért következhetett be mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása némileg 2,6%-kal nőtt 2013-2017 között 2017 végére (Fund1711), amely viszont lényegesen kedvezőbb eredmény volt az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenésével szemben. Ennek ellenére a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok alakulása, mivel nem volt előfizetés, igen jelentős arányú maradt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeik terén (PSMInc175), amely elérte a 79%-ot. Bár Magyarországon 2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül közpénz-jövedelmeinek aránya jelentős mértékű volt, viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is kellett növelnie, amely 8,4% volt. Ebből látható, hogy 2013 eleje óta a viszonylag kisméretű növekedés a közpénzek jövedelmek terén nem változtattak lényegesen a közmédia bevételeinek alakulásában.

Viszont Magyarországon nem a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű növekedése járult hozzá elsősorban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, hanem inkább a *közalapítványi támogatások* alakulása. Az EU-29 tagországok viszonylatában jelentős GDP növekedése Magyarországon nem változtatott a média bevételek alakulásán, mert a

lakosság részéről nem történtek kifizetések, azaz előfizetések nem voltak egyik időszakban sem, összességében 2008-2017 között. 2017 végére a közalapítványokon támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.

**Svédországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei nagyon szerény mértékben 11,6%-kal növekedtek, amely 2013 végére EU-29 tagországainak az átlaga alatt volt (PSM2008131). Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban némileg nagyobb mértékben növekedett 12,6%-kal nőttek (PSM2013172), nagyobb mértékben, mint az előző időszakban és mint 2013-2017 között az EU-29 tagországok átlaga. 2013-2017 között ez a szerényebb növekedés, azért következhetett be mert a közmédia felé a lakosság részéről történő előfizetések 12%-kal nőttek 2017 végére (Fund1711), amely viszont lényegesen kedvezőbb eredmény volt az EU-29 országai átlagának 5,8%-os csökkenésével szemben ugyan ebben az időszakban. Mivel Svédországban közpénz jövedelmeken belül csak előfizetések voltak, közalapítványi támogatás nem volt, ezért így 2017 végére az előfizetések (Licence3710) igen jelentős arányúak maradtak a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül, amely elérte a 96%-ot. Bár Svédországban 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül közpénz-jövedelmeinek aránya jelentős mértékű volt, viszont emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmei (PSMMarket176) is növekedtek, amely 4% volt. Ebből látható, hogy 2013 eleje óta a viszonylag kisméretű növekedés az előfizetések terén, továbbra is biztosította a közmédia bevételeinek túlnyomó többségi arányát.

*Svédországban* tehát nem a kereskedelmi jövedelmek növekedése járult hozzá elsősorban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, hanem inkább az előfizetések nagyságának a jelentős mértéke. Az EU-29 tagországok átlagához mérten nem sokkal kisebb GDP növekedése nem változtatott a média bevételek alakulásán, mert a lakosság részéről történő jelentős kifizetések, előfizetések jelentősek voltak. 2017 végére a közpénz jövedelmeken belül csak az előfizetések voltak, jelezve a lakosság viszonylag magas jelentős méretű vásárlóerejét, amely a GDP növekedése is jól alátámasztott.

**Franciaországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 25%-kal növekedtek, több, mint másfélszeres mértékben (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban nagyon szerény mértékben csak 2%-kal nőttek (PSM2013172), amely messze alacsonyabb volt az EU-29 tagországainak az átlagánál. Ez érezhetően nagyobb alacsony növekedési ütem volt, mint az EU-29 országok átlaga. Ez a szerény növekedés, azért következhetett be, mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatásának aránya drasztikusan csökkent 55%-kal 2013-2017 között, amelyhez mérten csak Portugáliában és Csehországban volt ennek a csökkenése nagyobb mértékű. A közalapítványok támogatása arányának drasztikus csökkenését némileg ellensúlyozta az előfizetési díjak 13,6%-os növekedési üteme. Ezzel a növekedéssel az előfizetési díjak terén csak azt lehetett elérni, hogy a 2013-2017-es időszakban növekedés következzen be a közszolgálati média bevételei terén és ne csökkenés.

Franciaországban 2017 végére a közalapítványok támogatásának mértéke (Fund1711) lényegesen visszaesett az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenéséhez mérten is. A közpénz jövedelmeken belül nem a közalapítványok voltak jelentősek, hanem ezzel szemben az előfizetések növekedése volt jelentős. Így 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a közpénz jövedelmek (PSMInc175) csupán 81%-os arányt érték el, miközben 11,3% volt a kereskedelmi jövedelmek aránya. Bár Franciaországban 2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül közpénz-jövedelmeinek aránya ennek ellenére jelentős mértékű maradt, viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit

kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is sikerült jelentősebben bővíteni. Ebből látható, hogy 2013 eleje óta az átlagosnál nagyobb növekedés az előfizetések terén továbbra is biztosította a közpénz-jövedelmek több mint 80%-os arányát a közmédia bevételein belül.

*Ennek alapján megállapítható, hogy a kereskedelmi jövedelmek szerényebb mértékű növekedése 6,4%, is hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, bár ez utóbbi növekedését elsősorban az előfizetések biztosították. Az EU-29 tagországokhoz viszonyítva Franciaországban is a GDP növekedése 1,6%, nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán és szerkezeti összetételén, mert továbbra is a lakosság részéről történtek a jelentős kifizetések a 2013 -2017 közötti időszakban. 2017 végére a közalapítványok támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.*

**Olaszországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei szerényebb mértékben 8,5%-kal növekedtek (PSM2008131), valamivel több, mint fele nagyságban, mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban drasztikusan szerényebb mértékben csupán 2,4%-kal nőttek (PSM2013172). Ezzel szemben az EU-29 országok átlaga jóval nagyobb növekedési ütemet ért el ezen a téren. Ez a csökkenés, azért következhetett be mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása nem volt 2013-2017 között (Fund1711). Emellett az előfizetések (Licence3710) is 1,2%-kal nőttek ez alatt az időszak alatt. Annak ellenére, hogy a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok támogatása nem volt, viszont szerény mértékű előfizetések voltak. A közszolgálati médiaszolgáltató bevételei állampolgáronként és havonta 2%-kal csökkentek. Ezzel szemben az EU-29 országai átlaga 11,7%-os növekedést ért el. Az előfizetések csökkenése ellenére a közpénz jövedelmek így is a média teljes bevételeinek a 68%-át érték el, amely a fejlet EU tagországok esetében alacsonynak számított, és az EU-29 átlaga alatt volt.

Olaszországban 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is kellett növelnie, amely kiugróan magas volt a 20%-o növekedéssel, amely lehetővé tette a kereskedelmi jövedelmek arányának a növekedését a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. Így a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékben tudtak hozzájárulni a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, a *közalapítványi támogatások* hiányának ellensúlyozásához. Az EU-29 tagországok viszonylatában nagyon alacsony mértékű volt a GDP növekedése Olaszországban, amely így nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán.

**Németországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei szerény mértékben 5,2%-kal növekedtek, közel csak egy harmadával (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban még ennél is szerényebb mértékben 3,7%-kal nőttek (PSM2013172). Ez is csak lényegesen kisebb növekedési ütem volt, mint az EU-29 országok átlaga. Ez a csökkenés, azért nem volt nagyobb, mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása (Fund1711) jelentős mértékben 22%-kal nőtt 2013-2017 között. 2017 végére ez a támogatási forma lényegesen kedvezőbb volt, mint az EU-29 országai átlaga, amely 5%-os csökkenést ért el. Emellett a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok támogatásán túl jelentős volt az előfizetések (Licence3710) növekedése, amely 4%-os volt.

2017 végére a fenti közpénz jövedelmek növekedése biztosította a jelentős részarányát a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben (PSMInc175), amely elérte a 88,7%-ot. Emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is kellett növelnie, amely 6% volt. Ez a részarány annál is inkább szerény volt, mert a kereskedelmi jövedelmek (PSMMark377) 19,4%-kal növekedtek, amely az EU átlag közel négyszerese volt.

Viszont a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben a kereskedelmi jövedelmek aránya nagyon kevés volt, amely kevesebb volt, mint az EU-29 átlaga, nevezetesen 17% volt. Németországban a GDP növekedése 2,4% volt, amely az EU-29 tagországok átlaga 2,9%-os szintje alatt volt. A GDP-nek ez a növekedése adott gazdasági alapot a lakosság részére a jelentősebb vásárlóerő biztosításával az előfizetések kifizetésére.

Az **Egyesült Királyságban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei közepes mértékben 10,3%-kal növekedtek, közel két harmadával (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban még ennél is kedvezőtlenebb volt, mert 2,4%-kal csökkentek (PSM2013172). Ehhez a csökkenéshez lényegesen hozzájárult, az, hogy 40%-kal csökkentek a közalapítványok támogatások (Fund1711), amelyet némileg ellensúlyozott az előfizetések növekedése 17,3%-kal ebben az időszakban. Így a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések (Licence3710) növekedése lett súlyozottabb a közalapítványok támogatásával szemben. Az Egyesült Királysághoz viszonyítva csak Írország és Lengyelország esetében volt nagyobb az előfizetések mértéke, miközben a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénz jövedelmek aránya jóval kisebb volt, mint az Egyesült Királyság esetében, ahol ez 63,5% volt. 2017 végére a fenti közpénz jövedelmek növekedése biztosította a jelentős részarányát a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeikben (PSMInc175).

Az **Egyesült Királyságban** emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel is kellett növelnie, amely 22%-kal nőtt (PSMMark377). Ez a növekedés több mint négyszerese volt az EU-29 tagországok átlagánál. Ennek következtében a kereskedelmi jövedelmek részaránya (PSMMarket176) 36,5%-ra emelkedett, amely az EU átlag több mint kétszerese lett. Az Egyesült Királyságban a GDP növekedése 2,3% volt, amely az EU-29 tagországok átlaga 2,9%-os szintje alatt volt. A GDP-nek ez a növekedése adott gazdasági alapot a lakosság részére a jelentősebb vásárlóerő biztosításával az előfizetések kifizetésére.

**Belgium-Francia belgiumi országrészben** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei közepes mértékben 12,6%-kal növekedtek (PSM2008131), amely az EU-29 tagországainak az átlaga alatta volt ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban 10,4%-kal nőttek (PSM2013172), amely növekedés nem sokkal maradt el az EU-29 tagországainak az átlagánál. Ez a jelentős növekedés, azért következhetett be, mert 2013-2017 között a közmédia felé történő közalapítványok támogatásának aránya 5,6%-kal növekedett. A közalapítványok támogatásán túl menően nem voltak egyáltalán előfizetések, így viszonylag szerényebb volt a közpénzek aránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. A közpénz jövedelmek aránya ezzel együtt véve is jelentős maradt a 72,9%-os arány terén.

2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a közpénz-jövedelmeinek aránya jelentős mértékű maradt. Viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel is sikerült jelentősebben növelni 3%-kal (PSMMark377). Ezzel a kereskedelmi jövedelmek aránya 20%-os lett a közmédia bevételein belül.

Ennek alapján megállapítható, hogy a kereskedelmi jövedelmek szerényebb mértékű növekedése is hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, bár ez utóbbi növekedését elsősorban a közalapítványok támogatásai biztosították. A 2013 -2017 közötti időszakban Belgium-Francia belgiumi országrészben a GDP lényegében stagnált, így ez nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán és szerkezeti összetételén. 2017 végére a közalapítványok támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.

**Ausztriában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 22%-kal növekedtek (PSM2008131), valamivel több, mint másfélszeres nagyságban,

mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban szerényebb mértékben 10%-kal nőttek (PSM2013172). Ezzel szemben az EU-29 országok átlaga valamivel nagyobb növekedési ütemet ért el ezen a téren. Ez a csökkenés 2013-2017 között Ausztriában a korábbi időszakhoz mérten azért következhetett be, mert bár a közmédia felé történő közalapítványok támogatása 20%-kal növekedett (Fund1711), viszont emellett az előfizetések (Licence3710) csak 1,6%-kal nőttek ez alatt az időszak alatt. Annak ellenére, hogy a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok támogatása jelentősen nőtt, viszont szerény mértékű növekedés történt az előfizetések terén. Az előfizetések szerény növekedése ellenére a közpénz jövedelmek így is a média teljes bevételeinek a 62,4%-át érték el, amely a fejlet EU tagországok esetében alacsonynak számított, és az EU-29 átlaga alatt volt.

2017 végére a kereskedelmi jövedelmek 4%-kal csökkentek (PSMMark377), ennek ellenére kiugróan magas 37,6%-os volt a részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben (PSMMarket176). Az EU-29 tagországok viszonylatában alacsony mértékű 1,5%-os volt a GDP növekedése Ausztriában, amely így nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán.

Az Ábra-4 koordináta rendszer *harmadik negyedébe* Málta, Lettország, Észtország, Luxembourg és Lengyelország, Bulgária és Litvánia tartozik.

Megállapítható, hogy ennél a hét országnál az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva nőttek, és a GDP százalékában viszont csökkentek, - mivel ez negatív előjelű -, továbbá a *közpénz-jövedelmek*, és ennek egy állampolgárra eső aránya növekedett, valamint a közalapítványi jövedelmek növekedtek. Ez a hat gazdasági változó összefügg a további két gazdasági változóval, amelyek az „Y” tengelyen találhatók, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók 2008 és 2013 közötti időszak működési bevételeinek alakulása és a kereskedelmi jövedelmek értékei csökkenésével vagy kisebb mértékű növekedésével.

Az ábra harmadik negyedében az „X” tengelyen lévő gazdasági változók jellemzői megegyeznek a korábban már elemzett első negyed „X” tengelyén lévő változók jellemzőivel.

**Máltán** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 17,7%-kal növekedtek, lényegesen meghaladva az EU-29 tagországainak az átlagát ezen időszak alatt. Ugyanakkor nagyon sajátos módon a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban rendkívüli módon növekedtek 80%-kal, amely több mint hétszeresen múlta felül az EU-29 tagországainak az átlagát ezen legutóbbi időszakban. Ezzel a növekedéssel a legnagyobb ütemet érte el az EU-29 tagországok viszonylatában. Ebben a jelentős növekedésben a közalapítványok támogatásának nem volt lényeges szerepe, mivel ez minimálisan nőtt 0,2%-kal 2013-2017-es időszakban. Továbbá nem volt éves előfizetési díj, amelyből lehetett volna némi bevétele közszolgálati médiaszolgáltatóknak.

Máltán 2013-2017-es időszakban a GDP növekedési üteme rendkívül magas volt, mert ez elérte a 8%-ot, Írország után a második legnagyobb volt az egész EU-29 tagországok esetében.

A GDP jelentősen kedvező növekedési üteme nagyban hozzájárult a vállalatok gazdasági aktivitásához, amelyet a marketinges kereskedelmi tevékenységükön keresztül lehet lemérni, amely közvetlenül a reklámköltségek megfizetésén keresztül érzékelhető. Tehát Máltán a *közpénz-jövedelmek* alakulása nem változtatott a média bevételek növelésében.

*Megállapítható, hogy Máltán a közpénz jövedelmek alakulása nem volt jelentős befolyással a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek érdembeli növelésében. Viszont a közszolgálati*

*médiaszolgáltató bevételeinek növelésében a kereskedelmi jövedelmek 16%-os növekedése játszott szerepet, amely biztosította a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a kereskedelmi jövedelmek nagyobb részarányát. Ez a részarány 2013-2017-es időszakban 43% volt, szemben a közpénzjövedelmek csak 35%-os arányával. A közpénzjövedelmek aránya Máltán volt a legkisebb az EU-29-ek esetében, még Lengyelországban is magasabb volt a 40%-os aránnyal.*

**Lettországbán** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei nagyon jelentős mértékben 6,7%-kal csökkentek, lényegesen az EU-29 tagországainak az átlag szintje alatt ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 15,6%-kal jelentős mértékben nőttek, amely elsődlegesen a közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi jövedelmeinek 18%-os növekedésének köszönhető elsősorban.

2017 végére közpénz jövedelmeken belül csak a közalapítványok támogatása, és ennek mértéke volt mind a két időszakban, mivel évi előfizetések nem voltak a lakosság részéről. 2008-2013 és 2013-2017 során lényegében megegyeztek a közpénz jövedelmek a közalapítványok támogatásával 78%-ban, így 2017-re a aránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül különösebben nem nőtt a korábbi időszakhoz képest. Ezzel az aránnyal közpénz jövedelmek megközelítették az EU-29 esetében a 80%-os átlagos részarányt. Viszont a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a kereskedelmi jövedelmek aránya 22% lett, amely köszönhető a kereskedelmi jövedelmeinek jelentős növekedéséből.

**Észtországbán** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 1,5%-kal szerény mértékben visszaestek (PSM2008131), amely szint lényegesen az EU-29 tagországainak az átlaga alatta volt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban jelentős mértékben 21,3%-kal nőttek (PSM2013172), amely szintén majd nem kétszerese volt az EU-29 tagországainak az átlagánál.

Ez a nagyon jelentős növekedési ütem azért következhetett be, mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatása mind a két időszakban 95%-96% között alakult, lényegében csak 1%-kal nőtt 2013-2017 között 2017 végére (Fund1711), amely viszont lényegesen kedvezőbb eredmény volt az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenésével szemben. Ez a jelentéktelennek tűnő növekedési ütem nem változtatott a közpénz jövedelmek és ezen belül a közalapítványok támogatásának arányán a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül.

A két időszakban bekövetkezett jelentős mértékű növekedés a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén azért következhetett be mégis, mert 2013-2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek növekedése egy állampolgára esően 39% volt. A kereskedelmi jövedelmek nem emelkedtek lényegében, így a kereskedelmi jövedelmek aránya csak 4% maradt a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül.

**Luxembourgbán** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei csak 5%-kal (PSM2008131), jelentős mértékben nőttek, viszont ezzel szemben az EU-29 tagországainak az átlaga közel háromszoros mértékben nőtt. Azonban a 2013-2017-es időszakban (PSM2013172) viszont a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei már jelentős mértékben 21%-kal nőttek, amely növekedési ütem négyszeresen túlta felül az előző időszakban elért növekedési ütemet. Ez jelentős növekedés volt, amely az EU-29 tagországok átlagát is majdnem kétszeresen felül múlta.

Ez a növekedés azért következhetett be, mert 2013-2017 között a közmédia felé történő közalapítványok támogatása (Fund1711) rendkívül jelentősen 45%-kal megnőtt. Emellett nem voltak előfizetések (Licence3710) így csak a közalapítványi támogatások voltak kizárólag a közpénz jövedelmek terén ez alatt az időszak alatt. A közszolgálati médiaszolgáltató bevételei

állampolgáronként és havonta nagy mértékben 44%-kal csökkentek Luxembourgban, amely csökkenés a legnagyobb volt az EU-29 tagországaiban. Az előfizetések csökkenése ellenére a közpénz jövedelmek így is a média teljes bevételeinek a 98%-át tették, amely arány a legmagasabb volt az egész EU-29 országok között.

Megállapítható, hogy a közpénz-jövedelmek már csak azért is nőhettek a média számára, mert a közalapítványi támogatások nagyon jelentős mértékben nőttek. A közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek növekedését nem segítette elő a kereskedelmi jövedelmek 5%-os csökkenése (PSMMark377), annak ellenére sem, hogy ez mérsékelten tekinthető. A 2013-2017-es időszakban a GDP jelentős 3%-os növekedése szintén elősegítette a média bevételek növekedését, annak ellenére, hogy a lakosság részéről nem történtek előfizetési díjbefizetések.

*Luxembourg esetében a 2013-2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek ilyen jelentős arányú növekedése a korábbi időszakhoz képest tehát elsősorban a közalapítványi támogatások révén vált lehetségessé, nem pedig az előfizetések és a kereskedelmi jövedelmek következtében.*

**Lengyelországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 8,3%-kal csökkentek, amely messze elmaradt az EU-29 tagországainak a 15,9%-os átlag növekedési szintjétől ezen időszak alatt. Azonban ezzel a csökkenő tendenciával ellentétben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban 17%-kal nőttek (PSM2013172), amely lényegesen meghaladta az EU-29 átlagos 11%-os növekedési szintjéhez. A közszolgálati médiaszolgáltató ilyen jelentős mértékű növekedése elképzelhetetlen lett volna az éves előfizetési díjak 30%-os (Licence3710) növekedése nélkül. Azonban a közalapítványi támogatások 73%-os drasztikus csökkenése, amely messze felül múlta az EU-29 tagországok átlagának a csökkenését ezen a területen, azt eredményezte, hogy 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a közpénz-jövedelmek aránya (PSMInc175) csak 40%-os lett. Ez az arány pont a fele az EU-29 átlagának. Emellett jelentős volt a kereskedelmi jövedelmeinek az aránya (PSMMarket176) is, amely 50,3% volt ez alatt az időszak alatt. Ez utóbbi jelentős részaránya annak ellenére következhetett be, hogy a kereskedelmi jövedelmek 8%-kal csökkentek.

Természetesen a 2013-2017 közötti időszakban a GDP nagyon kedvezően magas 4,1%-os növekedési üteme (GDP131713) is komoly mértékben képes volt hozzájárulni a média bevételek erőteljes 17%-os növekedéséhez, amely lényegben nem ösztönözte a vállalatokat kereskedelmi célú költségeik további növelésére, a közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi jövedelmeinek jelentős növelése érdekében. A legutóbbi 2013-2017-es időszakban, 2017 végére a lakosság részéről az éves előfizetések 30%-os növekedése jelentős volt, amelyhez mérten csak Írország esetében volt nagyobb a 87%-os növekedés.

*Megállapítható, hogy a XXI. század első évtizedeiben Írországhoz hasonlóan, Lengyelországban is a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek a jelentős növekedése annak volt köszönhető, hogy a GDP és az éves előfizetések jelentős mértékben növekedtek az egész EU-29 viszonylatában.*

**Bulgáriában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 16%-kal csökkentek, amely messze elmarad az EU-29 tagországainak a 15,9%-os átlaga növekedési szintjétől ezen időszak alatt. Azonban ezzel a csökkenő tendenciával ellentétben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban 16,7%-kal nőttek (PSM2013172), amellyel lényegesen nagyobb növekedési ütemet lehetett elérni, mint az EU-29 átlagos 11%-os növekedési szintje. A közszolgálati médiaszolgáltató ilyen jelentős mértékű növekedése elképzelhetetlen lett volna közalapítványi támogatások jelentős nagysága nélkül, annak ellenére is, hogy 2013-2017 között ennek növekedési üteme csak 1%-os volt.



Bulgáriában 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit meghatározó közpénz-jövedelmek részaránya 93,9%-os volt, nagyon magas a teljes média bevételekből (PSMInc175). Mivel éves előfizetési díjak nem voltak Bulgáriában, ezért a közpénz jövedelmek ilyen magas részarányt csak a közalapítványi támogatások jelentős nagyságával lehetett elérni.

Ezzel egyidejűleg a kereskedelmi jövedelmek (PSMMarket176) aránya nagyon kis mértékű volt, mert ez csak 6%-ot tett ki ugyan ebben az időszakban, amely szerény arányhoz a kereskedelmi jövedelmek 3%-os csökkenése is hozzájárult.

A 2013-2017 közötti időszakban a GDP viszonylag kedvezően magas 2,7%-os növekedése (GDP131713) is képes volt hozzájárulni a média bevételek jelentős növekedési üteméhez. A lakosság részéről az éves előfizetési kifizetések, azaz előfizetések nem voltak egyik időszakban sem.

**Litvániában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 8,2%-kal csökkentek, amely messze elmarad az EU-29 tagországainak a 15,9%-os átlagos növekedési szintjétől ezen időszak alatt. Azonban ezzel a csökkenő tendenciával ellentétben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban rendkívül kiugróan magas 72,8%-os növekedést értek el (PSM2013172), amely közel hat és felszeresen túl felül az EU-29 átlaga 11%-os növekedési szintjét. Az EU-29 tagországai között Litvánia érte el a legnagyobb növekedést ezen a téren. A 2013-2017-es időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató ilyen jelentős mértékű növekedése úgy volt lehetséges, hogy a közalapítványi támogatások növekedése 37%-os volt, amely messze felül túl az EU-29 tagországok átlagának az 5%-os csökkenését ezen a területen. Litvániában ez tette lehetővé, hogy 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit meghatározó közpénz-jövedelmek a teljes média bevételekből (PSMInc175) 93%-os magas részarányt tettek ki. Ezzel egyidejűleg szerény volt a kereskedelmi jövedelmeinek (PSMMarket176) az aránya is, amely 7,3% volt, amelynek szerény részaránya a kereskedelmi jövedelmek drasztikus 60%-os csökkenéséből eredt.

A 2013-2017 közötti időszakban a GDP-nek az EU viszonylatában nagyon kedvező 4%-os növekedése (GDP131713) is komoly mértékben képes volt hozzájárulni a közalapítványok támogatásán keresztül a média bevételek erőteljes növekedési üteméhez.

*Megállapítható, hogy Litvániában a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei (PSM2013172) a legnagyobb mértékben 72,8%-ban nőttek, továbbá ezeknek a bevételeknek az egy főre (PSMIFŐ3) jutó nagyságának az emelkedése 85,7%-kal nőtt, az EU-29 országok esetében a legnagyobb növekedési ütem valósult meg ezen a két területen. Ehhez a növekedéshez járult hozzá a közpénz jövedelmek (PSMReven378) 70%-os emelkedése, és a közpénz jövedelmek havi egy főre (PSMCap379) eső 60%-os növekedése, valamint a közalapítványok támogatásának (Fund1711) a 37%-os növekedése 2017 végére.*

*Litvánia helyzete azért tekinthető egyedinek, mert az előbb említett gazdasági változók esetében az EU-29 országok viszonylatában összességében a legmagasabb, vagy majdnem a legmagasabb növekedési ütemet érte el.*

*2013-tól a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben a kereskedelmi jövedelmek (PSMMark377) a legnagyobb mértékben csökkentek az EU-29-ek viszonylatában, ugyanakkor nem voltak előfizetések (licence3710), amelyek a közpénz jövedelmeket továbbiakban növelhették volna, és ezen keresztül a média bevételeket.*

*Ezt teszi Litvánia helyzetét egyedivé és így lehet az, hogy külön ország-klasztert alakít egy országgént a többi EU tagországgal szemben.*

Az Ábra-4 koordináta rendszer *negyedik negyedébe* Belgium-Flamand, Csehország, Finnország, Hollandia, Dánia, Szlovénia, Horvátország, Portugália és Ciprus tartozik.

Megállapítható, hogy ennél a kilenc országnál az „X” tengelyhez tartozó *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei* a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan egy főre esően számolva általában csökkennek, és a GDP százalékában viszont némileg nőnek – mivel ez negatív előjelű -, továbbá a *közpénz-jövedelmek*, és ennek egy állampolgárra eső aránya csökkenhet, valamint a közalapítványi jövedelmek szintén csökkenhetnek. Az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók 2008 és 2013 közötti időszak működési bevételeinek alakulása és a kereskedelmi jövedelmek értékei pedig, vagy csökkennek, vagy kisebb mértékben nőnek a koordináta rendszer második négyedben lévő országokhoz hasonlóan.

***Belgium-Flamand belgiumi országrészben*** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 2%-kal csökkentek, (PSM2008131), jóval az EU-29 tagországainak az átlaga alatt ezen időszakban. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban szerényebb mértékben 2,75%-kal nőttek (PSM2013172). Ez még így is jóval kisebb növekedési ütem volt, mint az EU-29 országok átlaga. Ez az alacsony növekedési ütem, azért következhetett be mert 2013-2017 között 2017 végére a közmédia felé történő közalapítványok támogatása csökkent 5%-kal (Fund1711), amely megegyezett az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenésével. Ennek ellenére a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok alakulása jelentős volt, mivel nem volt előfizetés, igen jelentős arányú maradt a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeik terén (PSMInc175), amely elérte a 62,6%-ot. Viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati média bevételei kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) is bővült 12%-kal ebben az időszakban. Ennek eredményeként a kereskedelmi jövedelmek 35,3%-ot értek el a közszolgálati média bevételeiben.

Ebből látható, hogy 2013 eleje óta a viszonylag kisméretű csökkenés a közpénzek jövedelmek - ezen belül a közalapítványok támogatása – terén szükségessé tette a kereskedelmi jövedelmek növelését a közmédia bevételeinek megfelelő szinten tartása érdekében.

*Viszont a Belgium-Flamand belgiumi országrészben nem elsősorban a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű növekedése járult hozzá a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, hanem inkább a közalapítványi támogatások növekedése. Azonban 2017 végére az EU-29 tagországok viszonylatában jelentős volt a kereskedelmi jövedelmek aránya, amely kétszeresen haladta meg az EU-29 átlagát.*

*A GDP közepes mértékű növekedése a Belgium-Flamand belgiumi országrészben nem változtatott a média bevételek szerkezeti arányát lényegesen, mert a lakosság részéről nem történtek előfizetések. 2017 végére a közalapítványokon támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.*

***Csehországban*** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei kedvező mértékben 18,9%-kal növekedtek, amely 2013 végére EU-29 tagországainak az átlagát lényegesen meghaladta (PSM2008131). Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban drasztikusan, lényegesen nagyobb mértékben csökkentek 2%-kal (PSM2013172), kedvezőtlenebb mértékben, mint az előző időszakban és 2013-2017 között az EU-29 tagországok átlaga alatti mértékben. 2013-2017 között ez a jelentős csökkenés, azért következhetett be, mert 2017 végére a közmédia felé a lakosság részéről történő előfizetések szintén drasztikusan csökkentek 96%-kal (Licence3710), amely viszont a legnagyobb mértékű csökkenés volt az EU-29 országai viszonylatában ezen a téren, ahol az EU átlaga 5,8%-kal

csökkent ugyan ebben az időszakban. Ehhez közelített Romániában az előfizetések csökkenése 91%-kal és 87%-kal Horvátországban és Dániában. Mivel 2017 végére Csehországban a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések mellett a közalapítványok támogatása is jelentős mértékben 67%-kal csökkent (Fund1711). Ennek ellenére igen jelentős arányúak maradtak a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül, amely elérte a 91%-ot. Bár 2017 végére Csehországban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a közpénz-jövedelmeinek aránya jelentős mértékű volt, viszont emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmei (PSMMarket176) is növelték, amely 8,6% volt. Ebből látható, hogy 2013 eleje óta jelentős mértékű csökkenés következett be a közpénz jövedelmek terén, ennek ellenére, a közpénz jövedelmek nagysága továbbra is biztosította a közmédia bevételein belüli túlnyomó többségi arányát.

*Csehországban tehát a kereskedelmi jövedelmek növekedése kis mértékben járult hozzá a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez. Az EU-29 tagországok átlagához mérten érezhetően nagyobb GDP növekedése nem változtatott a média bevételek szerkezeti alakulásán, mert a közpénz jövedelmek ettől függetlenül jelentős mértékben csökkentek.*

**Finnországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 25%-kal növekedtek, több, mint egy harmaddal nagyobb mértékben (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban szerény mértékben csak 12%-kal nőttek (PSM2013172), amely némileg magasabb volt az EU-29 tagországaink az átlagánál. Ez érezhetően szerényebb növekedési ütem volt a korábbi időszakhoz képest. Ez a szerény növekedés, azért következhetett be, mert a közmédia felé történő közalapítványok támogatásának aránya stagnált ebben az időszakban. A közalapítványok támogatásának (Fund1711) a stagnálása nem tudta kellő mértékben ellensúlyozni az előfizetési díjak (Licence3710) hiányát, amely mindenképpen hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei növekedésének a jelentős csökkenéséhez.

2013-2017 között a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel (PSMMarket176) sem sikerült jelentősebben bővíteni, mert a kereskedelmi jövedelmek 16%-kal csökkentek. Ebből látható, hogy 2017-re a közpénz jövedelmek (PSMInc175) aránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül továbbra is jelentős maradt 97,3%-kal, amelyhez mérten csak Luxembourg esetében volt nagyobb ez a tétel. 2013 eleje óta az EU-29 tagországok átlagához képest Finnországban a GDP (GDP131713) fele akkora növekedést ért el, amely kisebb mértékű, kevésbé kedvezőbb gazdasági háttérrel biztosított a korábbi növekedési ütem fenntartásához a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek növekedése terén.

*Megállapítható, hogy Finnországban 2017 végére a közalapítványok támogatása stagnált, amely még így is kedvezőbb volt az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenéséhez mérten is. A közpénz jövedelmeken belül nem voltak előfizetések és amellett, hogy a kereskedelmi jövedelmek jelentősen visszaestek, miközben a GDP fele akkora növekedése, mint az EU-29 átlaga, nem nyújtott kellő alapot a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek korábbi magasabb növekedési üteméhez.*

**Hollandiában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei szerényebb mértékben 5,5%-kal növekedtek (PSM2008131), amely valamivel több, mint egyharmada volt az EU-29 tagországai átlagánál ebben az időszakban. Viszont ezzel szemben a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati média bevételei még ennél is szerényebb mértékben nőttek, csupán 3,5%-kal (PSM2013172). Ezzel szemben az EU-29 tagországok átlaga 11% volt, amely jóval nagyobb, több mint háromszoros növekedési ütemű volt ezen a téren. Hollandiában ez a csökkenő mértékű szerény növekedés, azért következhetett be, mert 2013-2017 között a

közmédia felé történő közalapítványok támogatása 5%-kal csökkent (Fund1711). Emellett nem voltak előfizetések (Licence3710). *Annak ellenére, hogy a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok támogatása szerény volt, és előfizetések nem voltak, sikerült valamilyen mértékben növelni a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit.* A közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez szükséges közpénz jövedelmek állampolgáronként és havonta 4%-kal csökkentek (PSMCap379). Ezzel szemben az EU-29 országai átlaga 11,7%-os növekedést ért el ezen a téren. A közpénz jövedelmek csökkenése ellenére a közpénz jövedelmek így is a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeinek a 67,4%-át érték el, amely a fejlett EU tagországok esetében alacsonynak számított, és az EU-29 átlagos, 80%-os szintje alatt volt.

*Hollandiában 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek a kereskedelmi jövedelmei (PSMMarket176) csökkentek 2%-kal, amely mellett így is biztosította a kereskedelmi jövedelmek 25%-os arányát a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben. Nem annyira a kereskedelmi jövedelmek játszottak jelentős szerepet a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedésében, mint inkább a közpénz jövedelmek – mivel nem voltak előfizetések, ezért ezen belül csak a közalapítványok támogatásának – a csökkenése okozta. A GDP növekedése Hollandiában az EU-29 tagországok átlagos növekedésének csak a felét tette ki, amely így nem változtatott lényegesen a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei alakulásán.*

**Dániában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei szerény mértékben 9,5%-kal növekedtek, közel csak két harmadával (PSM2008131), mint az EU-29 tagországainak az átlaga ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban még ennél is szerényebb mértékűek voltak, mivel 2%-kal csökkentek (PSM2013172). Ez bár szerény mértékű csökkenés volt, lényegesen elmaradt az EU-29 tagországok 11%-os növekvő átlagához mérten. Ez a csökkenés, azért következett be, mert 2013-2017 között a közmédia felé történő előfizetések (Licence3710) jelentős mértékben 87%-kal csökkent, miközben nem voltak közalapítványi támogatások (Fund1711). 2017 végére az előfizetések terén az EU-29 országai átlaga 5%-os csökkenést ért el.

2017 végére a fenti közpénz jövedelmek ilyen komoly mértékű csökkenése ellenére is jelentős részarányt képviseltek a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeikben (PSMInc175), amely elérte a 90%-ot. Emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit a kereskedelmi jövedelmek 2%-os csökkenése (PSMMark377) ellenére 9,5%-ot tett ki a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben (PSMMarket176). Viszont a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben a kereskedelmi jövedelmek aránya nagyon kevés volt, amely kevesebb volt, mint az EU-29 átlaga, nevezetesen 17% volt.

*Dániában 2017 végére a közpénz jövedelmek jelentős csökkenése ellenére is, - mivel jelentősen csökkentek az előfizetések, és nem voltak közalapítványoknak támogatásai - azért maradhatott magas részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató (PSM) bevételeiben, mert a kereskedelmi jövedelmek egyébként is alacsonyak voltak, és nem a 2%-os csökkenése miatt. A GDP 2,2%-os kedvező növekedési üteme nem hatott eléggé a közszolgálati médiaszolgáltató (PSM) bevételeinek növekedése irányába.*

**Szlovéniában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei közepes mértékben 9%-kal növekedtek, az EU-29 tagországainak az átlaga közel kétharmada mértékével (PSM2008131) ebben az időszakban. Viszont ezzel szemben a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati média bevételei ennél kevésbé voltak kedvezőbbek, mert 2,4%-kal csökkentek (PSM2013172). Ehhez a csökkenéshez lényegesen hozzájárult az, hogy 60%-kal csökkentek a közalapítványok támogatásai (Fund1711), amelyet némileg ellensúlyozott az előfizetések 4,4%-os növekedése ebben az időszakban. Ennek eredményeképpen a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések (Licence3710) növekedése lett fontosabb a közalapítványok

támogatásával szemben. Szlovéniában nagyon szerény volt az előfizetések növekvő mértéke Írország és Lengyelország helyzetéhez viszonyítva.

*Szlovéniában 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénz jövedelmek aránya 81% volt (PSMInc175), lényegében az EU-29 tagországainak az átlagos szintjével megegyezően, amely arány nem annyira az előfizetések növekedésének köszönhető, hanem inkább a kereskedelmi jövedelmek nagyságának, annak ellenére, hogy ez 22%-kal csökkent (PSMMark377). Ebből adódóan 2017 végére a kereskedelmi jövedelmek aránya 19% volt a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből, amely több volt, mint az EU-29 országok átlaga. 2013-2017 között Szlovéniában a GDP növekedése 4%-os volt, amely az EU viszonylatban jónak számít, és ez a GDP növekedés kedvező gazdasági és jövedelmezőségi alapot teremtett mind az előfizetések számára, mind pedig korlátozottabb mértékben a kereskedelmi jövedelmek alakulására is a közszolgálati médiaszolgáltató számára. Bár a kereskedelmi jövedelmek jelentősen csökkentek, mégis jelentősen nagy az aránya a média bevételekben az EU viszonylatában.*

**Horvátországban** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei közepes mértékben 1%-kal - egy százalékkal - növekedtek (PSM2008131), amely lényegesen az EU-29 tagországainak az átlaga alatta volt ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei 2,5%-kal csökkentek (PSM2013172), amely csökkenés messze elmaradt az EU-29 tagországainak a növekedési átlagánál. Ez a jelentős csökkenés, azért következhetett be, mert 2013-2017 között a közmédia felé történő előfizetések 87%-kal csökkentek. 2013-2017 között a közalapítványok támogatásai viszont 20%-kal nőttek. Ennek köszönhetően a közpénz jövedelmek aránya jelentős maradt 91,7%-os részarány nagyságrendben.

2013 óta a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a közpénz-jövedelmeinek -ezen belül a közalapítványok támogatásának - az aránya jelentős mértékű maradt. Viszont 2017 végére, emellett a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeit kereskedelmi jövedelmekkel nem sikerült növelni (PSMMark377), mivel ez 25%-kal csökkent ez idő alatt. Ezzel a kereskedelmi jövedelmek aránya 8,3%-os lett a közmédia bevételein belül.

*Horvátország esetében megállapítható, hogy 2017 végére a kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű csökkenése is hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a csökkenéséhez, bár ez utóbbi növekedését elsősorban a közalapítványok támogatásai biztosították. A 2013 -2017 közötti időszakban Horvátországban a GDP 1,5%-kal növekedett, amely így nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán és szerkezeti összetételén. 2017 végére a közalapítványok támogatásának a növekedése elég jelentős volt ahhoz, hogy ezt lényegesen tovább növelte a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.*

**Portugáliában** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 15%-kal csökkentek (PSM2008131), miközben az EU-29 tagországainak az átlagos növekedési üteme 15,9% volt ezen időszak alatt. Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban továbbra is csökkentek bár szerényebb mértékben 7,7%-kal (PSM2013172). Ezzel szemben viszont az EU-29 tagországok átlaga 11%-kal növekedett ezen a téren. Portugáliában 2013-2017 között a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek a csökkenése azért következhetett be, mert bár a közmédia felé történő előfizetések (Licence3710) 16%-kal nőttek, addig viszont emellett a közalapítványok támogatása drasztikusan 85%-kal csökkentett (Fund1711) ez alatt az időszak alatt. Annak ellenére, hogy a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések jelentősen nőttek, viszont jelentős mértékű növekedés történt az előfizetések terén. Az előfizetések növekedése tette lehetővé, hogy a közpénz jövedelmek így is a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeinek a 81,6%-át érték

el, amely a fejlett EU tagországok esetében jónak számított, mivel ez magasabb volt az EU-29 tagországok 80%-os átlagos szintjénél.

2017 végére a kereskedelmi jövedelmek szinte stagnáltak, mert csak 0,1%-kal nőttek (PSMMark377), ennek ellenére jelentősen magas 18,4%-os volt a részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben (PSMMarket176). Az EU-29 tagországok viszonylatában Portugáliában jelentős mértékű 2,2%-os volt a GDP növekedése, amely így sem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán, mivel ezek jelentősen csökkentek.

**Cipruson** 2008 és 2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei jelentős mértékben 16%-kal csökkentek (PSM2008131), lényegesen elmaradva az EU-29 tagországainak az átlagos 15,9%-os növekedésétől ezen időszak alatt. Ciprus és Bulgária érték el a legnagyobb csökkenési ütemet az EU-29 tagországi között a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek csökkenése terén.

Viszont ezzel szemben a közszolgálati média bevételei a 2013-2017-es időszakban szerényebb mértékben 3,1%-kal nőttek (PSM2013172). Ezzel szemben az EU-29 tagországainak az átlaga jóval nagyobb 11%-os növekedési ütemet ért el ezen a téren. A 2013-2017 közötti időszakban Cipruson ez a szerény növekedés a korábbi időszakhoz mérten azért következhetett be, mert bár a közmédia felé történő közalapítványok támogatása 4,5%-kal növekedett (Fund1711), viszont emellett nem voltak egyáltalán előfizetések (Licence3710) ez alatt az időszak alatt. Annak ellenére, hogy a közpénz jövedelmeken belül a közalapítványok támogatása szerényen tudott növekedni, és előfizetések nem voltak, még is a közpénz jövedelmek így is a média teljes bevételeinek a 91,8%-át érték el, amely a fejlett EU tagországok esetében is jelentősnek számított, és jóval az EU-29 tagországok 80%-os átlaga fölött volt.

2017 végére a kereskedelmi jövedelmek drasztikusan 31%-kal csökkentek (PSMMark377), amelynek eredményeként 7,7%-os volt a részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiben (PSMMarket176). Az EU-29 tagországok viszonylatában közepes mértékű 1,7%-os volt a GDP növekedése Cipruson, amely így nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán.

**Rövid összegzésül leírható,** hogy ebben a fejezetben az EU-29 tagországoknak az „X” tengelyen lévő gazdasági jellemzőit az „Y” tengelyen lévő gazdasági jellemzőivel, nevezetesen a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeinek 2008-2013 közötti alakulását (PSM2008131) és a közszolgálati médiaszolgáltatók kereskedelmi jövedelmeinek 2013 és 2017 közötti változásait (PSMMark377) vettem egybe.

Általában 2008-2013 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételei jóval nagyobb mértékben nőttek, mint a 2013-2017 közötti időszakban. Ennek elsősorban az az oka, hogy a 2013-2017 közötti időszakban a közpénz jövedelmek csökkentek, mind a közalapítványok támogatása, mind az előfizetések esetében. Ezzel szemben bár szerény mértékben, de viszont nőttek a kereskedelmi jövedelmek. Ugyanakkor a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeihez tartozó kereskedelmi jövedelmei kisebb mértékben nőttek, mint a média teljes bevételei mind a két időszakban. Ennek általában az az oka, hogy a kereskedelmi jövedelmek nem játszanak annyira fontos szerepet és így nem olyan jelentős a részaránya a teljes média bevételeken belül, mint a közpénz jövedelmek esetében. *A csökkenés a közpénz jövedelmek esetében nem volt olyan jelentőségű és a kereskedelmi jövedelmek növekedése nem volt olyan kimagasló,* hogy a média bevételeiben lényegesen csökkentené a közpénz jövedelmek arányát a kereskedelmi jövedelmekkel szemben.

Esetenként a kereskedelmi jövedelmek akkor játszanak némileg fontos szerepet a média bevételeinek arányában, ha ezeknek a jövedelmeknek kiugróan nagy a növekedési ütemük, vagy ha a közpénz jövedelmek növekedése olyan alacsony, esetenként jelentős mértékben visszaeső, hogy eleve ebből adódóan már a kereskedelmi jövedelmek részaránya döntően nagy lesz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeiben, például Lengyelország, Írország, Olaszország, Egyesült Királyság és a Belgium-Flamand ország-részben esetében.

A következő fejezetben az EU-29 tagországoknak az „X” tengelyen lévő gazdasági jellemzőit az „Y” tengelyen lévő gazdasági jellemzőivel, nevezetesen a 2013-2017 közötti időszak közszolgálati médiaszolgáltatók részére fizetett éves előfizetési díjak (Mínusz- Licence3710) és az infláció (Infl3712) alakulását vettem egybe.

### **5.3 A közszolgálati médiaszolgáltatók országonkénti teljes működési bevételeinek, közalapítványi-jövedelmeinek, az előfizetések és az infláció alakulása 2013 és 2017 között**

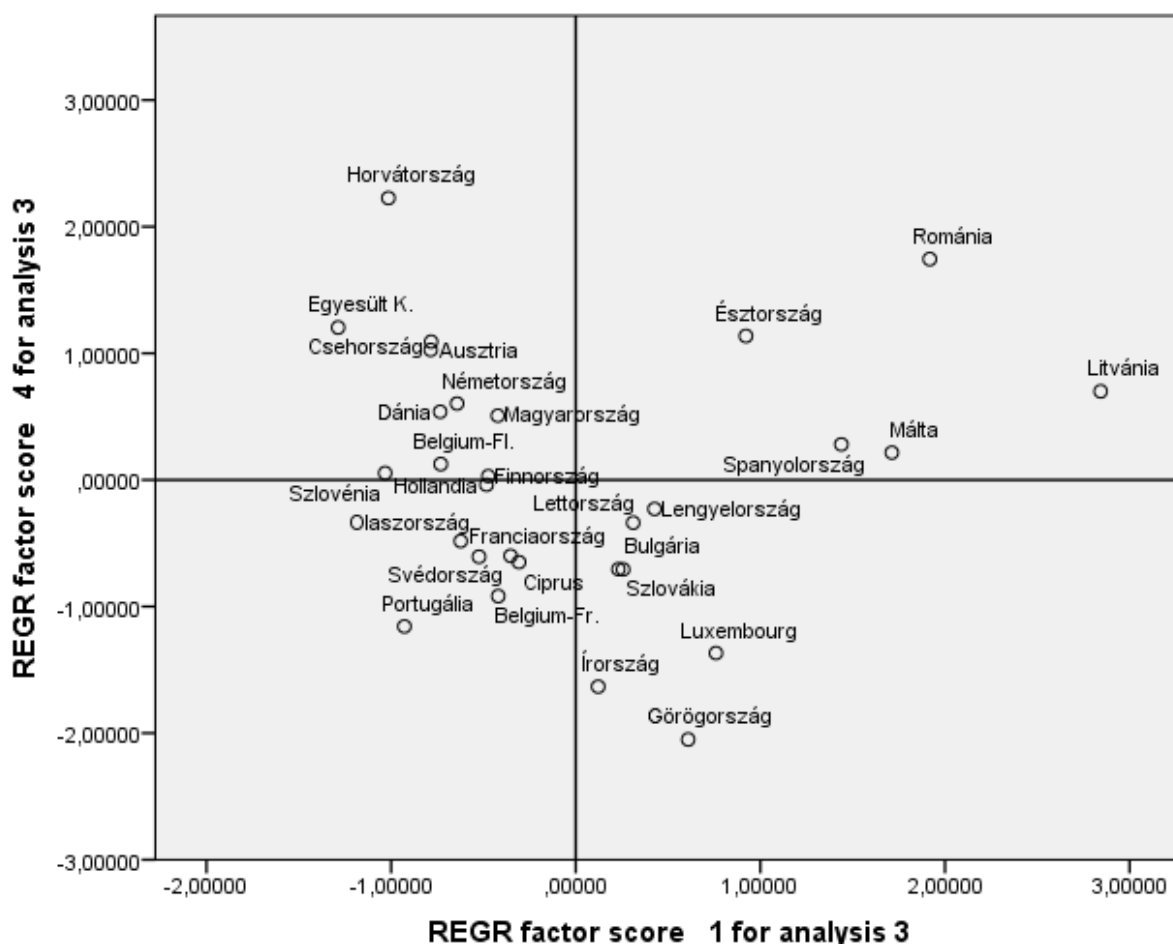
Az *Ábra-5* koordináta rendszerben szintén komplex módon kerülnek a gazdasági jellemzők egybevetése. Az „X” tengelyhez tartozó gazdasági változók ugyan azok maradnak, mint az *Ábra-1* esetében. Viszont az „Y” tengelyhez kapcsolódó komponens-3 gazdasági változói lesznek a továbbiakba az összehasonlítási alapok az „X” tengelyen lévő gazdasági változókkal.

Az „Y” tengelyen 2013 és 2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeihez hozzájáruló kifizetett éves előfizetési díjak, mint a közpénz jövedelmek arányai és összefüggései, valamint az infláció hatásai figyelhetők meg az „X” tengelyen lévő gazdasági változókkal együtt.

Az *Ábra-5* koordináta rendszer *első negyedébe* Románia, Észtország, Litvánia, Spanyolország és Málta tartozik.

Megállapítható, hogy 2013-2017 közötti időszakban ennél az öt országnál az „X” tengelyhez tartozó korábbi fejezetekben jelzett hat gazdasági változónak a viszonylatában az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, nevezetesen az éves előfizetési díjak, mint a közpénz jövedelmek részei és az infláció nőttek vagy kisebb mértékben csökkentek.

A *Táblázat-1* adatai alapján figyelembe véve az *Ábra-3* első negyedét jól látható, hogy 2013-2017 közötti időszakban az infláció mértéke, Málta kivételével nagyobb, mint az EU-29 tagországok 1,46%-os átlaga, miközben az EU átlagos GDP növekedés közel kétszerese volt az inflációs növekedési ütemnek. Ebben az ország-csoportban a GDP növekedése mesze meghaladta az infláció mértékét, amely mindenképpen kedvező gazdasági jellemzőnek tekinthető. Ennek a két gazdasági jellemzőnek a kedvező alakulása mindenképpen ösztönzőleg hatott a közszolgálati médiaszolgáltatók jövedelmeinek növekedéséhez, amely Románia és Spanyolország kivételével lényegesen meghaladta az EU-29 tagországok átlagát.



**Ábra 5:** Közszolgálati Médiaszolgáltatók teljes működési bevételei, előfizetési díjak és az infláció közötti összefüggések

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

*Komponens-1:* PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMReven378, PSMCap379, Fund1711

2 - PSM2013172 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, millió euróban, és százalékban, 2013- 2017

3 - PSM1FŐ3 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, egy főre esően, euróban, 2013-2017

4 – (Mínusz) PSMGDP174 = PSM operating revenues, Közszolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei a GDP százalékban, 2017

8 - PSMReven378 = PSM public income (public fund and licence fee), Közszolgálati Médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei, országonként, millió euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100



9 - PSMCap379 = PSM operating revenues, Közzolgálati Médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, az egységnyi Közpénz-jövedelmek állampolgáronként, havonta, országonként, euróban, százalékban 2013 és 2017 között, 2013 = 100

11 - Fund1711 = PSM public fund (a part of public income), Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére nyújtott, a közalapítványok támogatása arányának változása százalékban, 2013-2017 között, 2013 = 100

*Komponens-4: Licence3710, Infl3712*

10 – (Mínusz) Licence3710 = PSM licence fee, (a part of public income) Közzolgálati Médiaszolgáltatók részére fizetett éves előfizetési díj euróban, százalékban, 2013 és 2017 között, 2013 = 100

12 - Infl3712 = Az infláció alakulása országonként, százalékban, 2013 és 2017 között

Rövidítések:

PSM2008131, PSM2013172, PSM1FŐ3, PSMGDP174, PSMInc175, PSMMarket176,

PSMMark377, PSMReven378, PSMCap379, Licence3710, Fund1711, Infl3712, GDP131713

Annak ellenére, hogy ebben az ország csoportban négy ország esetében nem voltak egyáltalán előfizetések (Licence3710), Romániában pedig drasztikusan 91%-kal csökkentek – lényegében csak a *közalapítványi támogatások* (Fund1711) maradtak, mint közpénz jövedelmek, - kisebb mértékben csökkenve, mint az EU-29 átlaga, vagy lényegesen növekedve, mint például Romániában 73%-kal, Litvániában 37%-kal, mégis ezekben az országokban *az egy főre eső havi közpénz jövedelmek* (PSMCap379) *növekedési üteme itt volt a legnagyobb* az EU-29 tagországaiban és az EU átlagát is messze meghaladták. Ez annak ellenére is jó eredmény volt, hogy Romániában 13%-kal, csökkentek a közzolgálati médiaszolgáltató bevételei (PSM2013172), míg Spanyolországban pedig csak 7%-kal növekedtek.

Románia esetében annak ellenére, hogy a *közalapítványi támogatások* 73%-kal nőttek, míg a közzolgálati médiaszolgáltató bevételei ennek ellenére 13%-kal csökkentek, ez a sajátos ellentmondás, azért következett be, mert a közalapítványok támogatásának viszonylag alacsonyabb összegéhez mért jelentős növekedés, még nem volt elegendő egy erőteljesebb növekedéshez a közzolgálati médiaszolgáltató bevételei terén. Ehhez társult az előfizetési díjak drasztikus csökkenése is. Így lehetett az, hogy mind Romániában, mind Spanyolországban a közpénz jövedelmek aránya a teljes közzolgálati médiaszolgáltató bevételeiben 90 és 93%-os arányt ért el (PSMInc175). Csak Málta esetében volt a közpénz jövedelmek aránya 35%, miközben a közzolgálati médiaszolgáltató bevételeinek a növekedése 80%-kal az EU-29 tagországok esetében itt volt a legnagyobb.

Bár az infláció (Infl3712) növekedési üteme 2013-2017 közötti időszakban jelentős mértékű volt ebben az ország-csoportban, amely bizonyos mértékig csökkenthette a jelentősen növekvő GDP (GDP131713) gazdaság-élénkítő hatását, viszont arányaiban messze elmaradt az egy főre eső havi közpénz jövedelmek növekedésétől, így ennek vásárló ereje viszonylag magas szinten megmaradhatott ebben az ország-csoportban.

Az Ábra-5 koordináta rendszer *második negyedébe* Horvátország, Egyesült Királyság, Csehország, Ausztria, Németország, Dánia, Magyarország, Belgium-Flamand, Hollandia, Finnország és Szlovénia tartozik.

Megállapítható, hogy 2013-2017 közötti időszakban ennél a 11 országnál az „X” tengelyhez tartozó korábbi fejezetekben jelzett hat gazdasági változónak a viszonylatában hasonlóan az első negyedhez, az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, az éves előfizetési díjak, mint a közpénz jövedelmek részei és az infláció ebben az esetben is szintén nőttek vagy kisebb mértékben csökkentek.

A *Táblázat-1* adatai alapján figyelembe véve az *Ábra-5 második negyedét* jól látható, hogy 2013-2017 közötti időszakban az infláció mértéke, Dánia és Szlovénia kivételével nagyobb, mint az EU-29 tagországok 1,46%-os átlaga. Ebben az ország-csoportban a GDP növekedése négy ország, elsőként Magyarország, majd Szlovénia, Dánia, Németország és Csehország esetében haladta meg az infláció mértékét, amely itt is kedvező jellemzőnek tekinthető.

Ennél az ország-csoportnál a 2013-2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei (PSM2013172) az EU-29 tagországok átlagát csak két ország érte el, illetve közelítette meg, az egyik Finnország 12%-os növekedéssel és meghaladta 1%-kal az EU átlagot, a másik Ausztria 10%-os növekedéssel, és csak 1%-kal maradt el az EU átlag alatt. Finnország a 1,5%-os inflációs növekedést 1,5%-os GDP növekedéssel tudta ellensúlyozni, míg ezzel szemben Ausztria a 2,1%-os inflációs növekedést kisebb mértékű, csak 1,5%-os GDP növekedéssel tudta ellensúlyozni. Bár Ausztria GDP növekedése megegyezett növekedési ütemével a Finnországban elért GDP növekedéssel, de Finnországban kisebb volt az infláció növekedési üteme, mint Ausztriában (Táblázat-1).

2013-2017 közötti időszakban Magyarország 6,8%-os mérsékeltebb növekedési ütemet ért el a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén – az EU átlag 11% volt – és a 2%-os inflációt jelentősen magas 4,2%-os GDP növekedéssel ellensúlyozta. Írország, Málta és Románia ért el nagyobb GDP növekedési ütemet, miközben több ország ért el ekkora, vagy közel ekkora GDP növekedési ütemet, például Észtország, Szlovénia és Lengyelország, lényegében nem az EU vezető gazdaságú országai voltak. Magyarországon nem voltak előfizetések, a közalapítványi támogatások szerény mértékben nőttek, a havonkénti egy főre eső közpénz jövedelmek szerényen nőttek, az EU átlag egy harmadát érték el. A kereskedelmi jövedelmek jelentős mértékű növekedése, az EU átlag 6 és félszeresével volt nagyobb, mégsem volt elég a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek lényegesen nagyobb növekedéséhez.

Ebben a csoportban lévő országok a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek növekedése terén a magyar növekedési ütem alatt teljesítettek, amelyhez az infláció és a GDP növekedési üteme között viszonylag kisebb volt az eltérés, kivéve Szlovéniát, amelyben az infláció csak 0,8% volt ugyan ebben az időszakban.

Az Ábra-5 koordináta rendszer *harmadik negyedébe* Lengyelország, Lettország, Szlovákia, Bulgária, Luxembourg Írország és Görögország tartozik.

Megállapítható, hogy 2013-2017 közötti időszakban ennél a hét országnál az „X” tengelyhez tartozó korábbi fejezetekben jelzett hat gazdasági változónak a viszonylatában az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, azaz az éves előfizetési díjak, mint a közpénz jövedelmek részei és az infláció csökkentek vagy kisebb mértékben nőttek az egyes országok esetében.

A *Táblázat-1* adatai alapján figyelembe véve az *Ábra-5 harmadik negyedét* jól látható, hogy 2013-2017 közötti időszakban az infláció mértéke, Luxembourg kivételével, kisebb, mint az EU-29 tagországok 1,46%-os átlaga, vagy éppen annyi, vagy kicsivel kevéssel az EU átlagtól felfelé tér el. Ebben az ország-csoportban a GDP növekedése mind a hét ország esetében meghaladta az infláció mértékét, amely itt is kedvező gazdasági körülmény számított.

Ennél az ország-csoportnál a 2013-2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei (PSM2013172) az EU-29 tagországok 11%-os átlagát öt ország lényegesen meghaladta, két ország Írország és Görögország esetében viszont alatta volt az EU átlagnak. Lengyelország érte el a legnagyobb növekedési ütemet a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén azzal, hogy a GDP 4,1%-os növekedési üteme, messze felülmúlta az infláció 1,5%-os mértékét, miközben az előfizetések 30%-kal nőttek, és a havi egy főre eső közpénz jövedelmek 33%-kal nőttek, emellett a teljes közpénz jövedelmek 53%-kal nőttek. Ez utóbbi növekedése az EU-29 tagország keretén belül Románia, Litvánia és Spanyolország után Lengyelország a negyedik legnagyobb volt ebben az időszakban.

Bár a 2013-2017 közötti időszakban *Görögország* is szintén jelentős 52%-os növekedési ütemet ért el a közpénz jövedelmek terén, azonban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei csak 2%-kal nőttek. Ez azzal magyarázható, hogy Görögországban a GDP 1%-os növekedése minimális inflációs hatást is beleszámítva, ez gazdaságilag stagnálást jelent. Az előfizetések 9%-kal estek vissza, a közalapítványok támogatása csak 0,1%-kal nőtt, tehát stagnált, az egy főre eső havi közpénz jövedelmek 30%-kal estek vissza és még a kereskedelmi jövedelmek is 4%-kal csökkentek ugyan ebben az időszakban. Mind ezek az általános visszaesések negatívan hatottak a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeire.

Luxembourg, Bulgária, Szlovákia és Lettország 21%-15,6% közötti növekedése a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeiben nagyban köszönhető az erős 3% - 2,2%-os GDP növekedési ütemnek, valamint 1,5% - 1,9%-os enyhe inflációs növekedésnek.

Az *Ábra-5* koordináta rendszer *negyedik negyedébe* Olaszország, Franciaország, Svédország, Ciprus, Belgium-Francia és Portugália tartozik.

Megállapítható, hogy 2013-2017 közötti időszakban ennél a hat országnál az „X” tengelyhez tartozó korábbi fejezetekben jelzett hat gazdasági változónak a viszonylatában az „Y” tengelyen lévő gazdasági változók, hasonlóan a harmadik negyed esetében az éves előfizetési díjak, mint a közpénz jövedelmek részei és az infláció csökkentek vagy kisebb mértékben nőttek az egyes országok esetében.

A *Táblázat-1* adatai alapján figyelembe véve az *Ábra-5 negyedik negyedét* jól látható, hogy 2013-2017 közötti időszakban az infláció mértéke, valamennyi a csoportban szereplő ország esetében kisebb, mint az EU-29 tagországok 1,46%-os átlaga. Ebben az ország-csoportban a GDP növekedése, Olaszország kivételével, mind a négy ország esetében meghaladta az infláció növekedési mértékét, és csak Belgium-Francia országrész esetében volt, mind az infláció, mind a GDP növekedése nulla, azaz a GDP stagnált. Mindenképpen kedvező volt a GDP növekedésének magasabb üteme az infláció üteméhez mérten az érintett négy országokban: Franciaország, Svédország, Ciprus és Portugália.

Ennél az ország-csoportnál a 2013-2017 közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei (PSM2013172) az EU-29 tagországok 11%-os átlagát csak Svédország haladta meg lényegesen, a többi öt ország Olaszország, Franciaország, Ciprus, Belgium-Francia országrész és Portugália esetében viszont alatta volt az EU átlagnak. Svédország érte el a legnagyobb 12,6%-os növekedési ütemet a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei terén azzal, hogy a GDP 2,7%-

os növekedési üteme, messze felülmúlta az infláció 1,2%-os mértékét, miközben az előfizetések 12%-kal nőttek, és a kereskedelmi jövedelmek 33%-kal nőttek. Ez utóbbi kereskedelmi jövedelmek növekedése az EU-29 tagország keretén belül leginkább Románia, Spanyolország, Magyarország és Szlovákia esetében után Svédországban volt az ötödik legnagyobb növekedési ütem ezen a téren ebben az időszakban.

A *Táblázat-11* azaz Összesítés („Case Summary”) az öt klaszter szerint az egyes klaszterekhez tartozó országok – ezen belül a közszolgálati médiaszolgáltatók – jellemzőit összesíti a 13 gazdasági változóval, mint gazdasági jellemzőkkel, továbbá a 29 EU tagország összesített gazdasági jellemzőit is megadja a táblázat a 13 gazdasági jellemző alapján (Lásd *Táblázat-7-8-11*; EBU, MEDIA 2014 és MEDIA 2018).

**Táblázat 12: Összesítés (Case Summary)**

Országok	PSM20 08131	PSM20 13172	PSM 1FŐ3	PSMG DP174	PSMI nc175	PSMMar ket176	PSMM ark377	PSMRe ven378	PSMC ap379	Licenc e3710	Fund 1711	Infl 371 2	GDP1 31713
1 N tal	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
Mean	6,6000	5,1079	2,300 0	,1979	81,69 47	16,6474	3,8368	4,4421	3,3053	- 9,7474	- 12,7 842	1,34 74	2,0684
Medi an	9,0000	3,1000	,1000	,1800	81,60 00	11,3000	,1000	2,6000	,1000	,1000	,100 0	1,40 00	2,2000
Mini mum	-16,00	-7,70	-7,00	,10	62,40	2,20	-31,00	-9,00	-10,00	-96,00	85,0 0	0,00	0,00
Maxi mum	25,00	16,70	17,00	,37	97,30	37,60	52,00	17,00	25,00	17,30	22,0 0	2,70	4,00
Std. Devi ation	12,930 71	7,2557 7	7,441 33	,07360	12,23 113	11,8213 7	20,702 42	7,26524	9,0479 9	36,261 75	31,8 1599	,619 47	,91836
2 N	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Mean	37,300 0	11,620 0	38,42 00	,1400	91,60 00	5,6400	13,020 0	32,6800	9,7000	- 1,7200	9,14 00	1,74 00	2,9200
Medi an	45,000 0	7,0000	40,00 00	,1600	95,00 00	4,9000	,1000	35,0000	3,5000	,1000	1,00 00	1,90 00	3,0000
Mini mum	-1,50	2,00	,10	,01	79,00	1,90	-5,00	3,40	-44,00	-9,00	-3,00	,10	1,00
Maxi mum	80,00	21,30	62,00	,25	98,00	9,00	40,00	60,00	80,00	,10	45,0 0	3,00	4,20
Std. Devi ation	34,856 13	8,9276 0	25,31 565	,08832	7,635 44	3,00549	22,076 05	24,3395 2	50,741 50	4,0696 4	20,1 4989	1,04 547	1,3682 1
3 N	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Mean	,1333	33,333 3	28,96 67	,1333	44,66 67	44,9333	4,3333	21,4667	31,133 3	39,033 3	- 17,9 333	1,01 67	7,0333
Medi an	- 8,3000	17,000 0	18,20 00	,1300	40,00 00	43,0000	5,0000	10,0000	33,000 0	30,000 0	,200 0	1,10 00	8,0000
Mini mum	-9,00	3,00	3,50	,11	35,00	41,50	-8,00	1,40	3,40	,10	- 73,0 0	,45	4,10
Maxi mum	17,70	80,00	65,20	,16	59,00	50,30	16,00	53,00	57,00	87,00	19,0 0	1,50	9,00
Std. Devi ation	15,217 21	41,016 26	32,22 830	,02517	12,66 228	4,70779	12,013 88	27,6451 3	26,848 71	44,148 65	48,6 0672	,529 94	2,5890 8

**Táblázat 11: Összesítés (Case Summary) (folytatás)**

Országok	PSM2008131	PSM2013172	PSM1FŐ3	PSMGDP174	PSMInc175	PSMMarket176	PSMMark377	PSMRevenue378	PSMCap379	Licence3710	Fund1711	Infl3712	GDP131713
4 N	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Mean	-8,2000	72,8000	85,7000	,0900	93,0000	7,3000	60,0000	70,0000	60,0000	,1000	37,0000	2,5000	4,0000
Median	-8,2000	72,8000	85,7000	,0900	93,0000	7,3000	60,0000	70,0000	60,0000	,1000	37,0000	2,5000	4,0000
Minimum	-8,20	72,80	85,70	,09	93,00	7,30	-60,00	70,00	60,00	,10	37,00	2,50	4,00
Maximum	-8,20	72,80	85,70	,09	93,00	7,30	-60,00	70,00	60,00	,10	37,00	2,50	4,00
Std. Deviation													
5 N	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Mean	13,6000	-13,0000	42,0000	,1000	93,0000	6,2000	60,0000	87,0000	75,0000	91,0000	73,0000	2,6000	5,5000
Median	13,6000	-13,0000	42,0000	,1000	93,0000	6,2000	60,0000	87,0000	75,0000	91,0000	73,0000	2,6000	5,5000
Minimum	13,60	-13,00	42,00	,10	93,00	6,20	60,00	87,00	75,00	-91,00	73,00	2,60	5,50
Maximum	13,60	-13,00	42,00	,10	93,00	6,20	60,00	87,00	75,00	-91,00	73,00	2,60	5,50
Std. Deviation													
Total N	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
Mean	10,9552	10,8603	15,5310	,1741	80,3517	16,9931	5,2069	16,1793	11,7138	5,7793	4,8621	1,4638	2,9138
Median	9,0000	3,7000	3,5000	,1700	88,7000	9,0000	,1000	7,0000	3,4000	,1000	,1000	1,5000	2,3000
Minimum	-16,00	-13,00	-7,00	,01	35,00	1,90	-60,00	-9,00	-44,00	-96,00	85,00	0,00	0,00
Maximum	80,00	80,00	85,70	,37	98,00	50,30	60,00	87,00	80,00	87,00	73,00	3,00	9,00
Std. Deviation	21,45466	19,98540	25,17729	,07656	16,95982	14,38628	25,03576	24,51181	28,05975	38,42252	35,39076	,74269	1,96791

*Forrás:* Saját számítások az SPSS módszertan szerint az EBU: Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, és Funding of public service MEDIA 2014, December adatai alapján

Ebben a fejezetben az SPSS statisztikai elemzésekben a koordináta rendszerek alapján elemeztem az EU-29 tagországok *közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek változásait* a többi gazdasági változóhoz viszonyítva. Megállapítva azt, hogy a GDP és az infláció egymáshoz viszonyított változásai reális kiindulási alapot nyújtanak a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei változásainak reális felméréshez. Ez a két gazdasági változó fontos szerepet játszik az adott nemzetgazdaságok, EU-tagországok gazdasági stabilitásának a felméréséhez, amelyek

egyben segítenek további gazdasági változók bevonásával felmérni a közszolgálati médiaszolgáltatók gazdasági-pénzügyi alapjait és lehetőségeit.

A további fejezetekben néhány fontosabb összefüggést kívánok röviden összefoglalni a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek alakulása szempontjából, figyelembe véve a közpénz jövedelmek főbb összetevőit – nevezetesen a közalapítványok támogatása és az előfizetési díjak – és ezeknek az egymásra hatását a média pénzügyi eredményessége szempontjából.

## 5.4 Néhány fontosabb összegzés

1. A kutatás során az EU 28 tagországának közszolgálati médiaszolgáltatók helyzetét, elsődlegesen a gazdasági helyzetét tekintetem át, kiemelten elemelve az egyes országok közmédia jövedelmeinek összetételét az alapítványi, a közalapítványi és az előfizetési, valamint kereskedelmi és egyéb jövedelem megoszlási összefüggésben. A közmédia anyagi-jövedelmi helyzete nagyban függ az adott országok – EU tagországok – általános gazdasági helyzetétől is, amelyet jól jellemez az általános gazdasági növekedés a GDP alakulás alapján, továbbá az infláció alakulása. A kutatásaim mivel az EBU, azaz az European Broadcasting Union kiadványaira épült, mód volt a szervezet legjelentősebb államainak adataira támaszkodni kutatásaim során, így a szervezeten belüli valamennyi EU tagország adatait figyelembe venni a 2013 és 2017 közötti időszakra vonatkozóan. A kutatási időszakban az Egyesült Királyság (EK = UK, United Kingdom) adatait is belevettem a kutatásaim során. Az EBU nemzetközi szervezet adatainak nyilvántartásában Belgiumot, mint egy EU tagországot két részre bontotta az egyik Belgium -Flamand a másik pedig Belgium-Francia.

2. A gazdasági változók közötti összefüggések eltérő mértékűek, annak megfelelően, hogy adott két változó összefüggését érzékelő vagy jelző számérték mennyire közelít az 1,000 értékhez, azaz a 100%-hoz, vagy az 0,500 értékhez, amely 50%-nak felel meg. Ennek megfelelően határozható meg a változók közötti összefüggések értéke. Amennyiben a gazdasági változók közötti érték 0,800 (80%) fölött áll, akkor nagyon erős az összefüggés közöttük, ha 0,800 és 0,600 között van akkor erősnek mondható, ha viszont 0,600 és 0,500 közötti az érték, akkor viszont közepesen erős az összefüggés. 0,500-oz (50%) közeli vagy az alatti 0,400-ig (40%) az érték, akkor ebben az esetben gyenge a gazdasági változók közötti összefüggések értéke. Az elemzések szempontjából, ha az összefüggések közötti érték 0,400 (40%) alatt van, akkor nincs értékelhető összefüggés a gazdasági változók között. Ebben a táblázatban látható diagonál – átló -, amelyet 1,000 értékek jeleznek, vagyis minden gazdasági változó önmagában véve 1,000 értéket (100%) ad és ehhez az értékhez arányosítja a táblázatban meglévő többi adat más gazdasági változóknak az adott változóhoz való arányosítását, összefüggésének mértékét.

3. Ebből a szempontból elemelve a Táblázat-2 adatait, megállapítható, hogy *nagyon erős* a PSMInc175, azaz a 2017-es évi *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országonkénti gazdasági változó és PSMMarket176 között, azaz a 2017. évi közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országonként, mivel ez az érték mínusz 0,960 (96%), közelítve a 1,000 értékhez. Természetesen a gazdasági változók közötti összefüggések értéke lehet mínusz előjelű is, amely azt jelenti, hogy a gazdasági változók között fordított összefüggés áll fenn. Tehát amíg például az egyik gazdasági változó

növekvő mértékű, addig a másik változó csökkenő értékű. Ebben az esetben a mínusz előjel nem a szám értékét, hanem az ellenkező gazdasági változást jelzi egy másik változóval szemben. Amikor a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országokénti mértéke növekszik, akkor a közszolgálati médiaszolgáltatók *kereskedelmi jövedelmei*, országoként, százalékosan csökken. Ennek a fordítottja is igaz. A százalékos rendszerben, ha az egyik gazdasági változó aránya csökken – a 100%-on belül – akkor a más változók aránya növekedni fog.

4. A további gazdasági változók közötti összefüggés erős a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, *egy főre esően*, 2013-2017 között és a PSMReven378, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, országoként, szintén ugyan abban az időszakban, mivel ennek értéke 0,773 volt. Ez azt jelenti, hogy ugyan abban az időszakban 2013 és 2017 között amikor nőttek a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei*, akkor ezzel párhuzamosan nőttek a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, *egy főre esően*. A teljes bevétel egy részének, nevezetesen a közpénz-jövedelmeknek a növekedése általában véve növelte az egy főre eső működési bevételeket a közmédia esetében. Ez egyben azt is jelenti, hogy 2013 és 2017 között a teljes bevétel más jövedelem forrásai viszont nem nagyon változtak nagyjából azonos előfizetői létszám mellett a vizsgált EU-28 tagországban. Lényegében a kereskedelmi jövedelmek sem változtak lényegesen, mint a teljes bevételek másik legjelentősebb jövedelem forrása. Mivel egyenes arányosság áll fenn a két gazdasági változó között, ezért a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmeinek* csökkenése az egy főre eső működési bevétel csökkenésével párosul.

5. Szintén erős volt az összefüggés 0,670 értékkel a PSMReven378, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, országoként, 2013 és 2017 között és a PSMCap379, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, egy főre eső közpénz-jövedelmek, havonta országoként 2013 és 2017 között, 2013. évi helyzethez viszonyítva. Ez a szoros összefüggés hasonlít az előző két gazdasági változó közötti összefüggésre, annyiban különbözik az előbbtől, hogy ott az egy főre eső előfizetői létszámról van szó, míg ebben az esetben az egész népességre kivetítve vonatkozó egy állampolgárra eső közszolgálati médiaszolgáltató bevételekről van szó. Ebben az esetben is egyenes arányosság áll fenn, nevezetesen a *közszolgálati médiaszolgáltatók közpénz-jövedelmei: közalapítványi támogatás és az előfizetések*, növekedésével nőnek a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei *állampolgáronként* nagyjából azonos népesség mellett és a kereskedelmi jövedelmek nagyjából változatlan mértéke alapján.

6. Erősnek mondható a 0,655 érték alapján az összefüggés a PSM2013172, azaz a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei*, 2013- 2017 között és a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országoként, *egy főre esően*, ugyan ebben az időszakban. Ebben az esetben egyértelmű, hogy a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeinek* növekedésével szintén nő a *közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeinek* egy főre, azaz egy előfizetőre eső nagysága. A bevételek csökkenése esetén, csökken az egy főre-egy előfizetőre eső *közszolgálati médiaszolgáltatók* bevétele.



7. A továbbiakban 2013-2017 közötti időszakban a gazdasági változók közötti összefüggés *közepesen erős* volt, mivel ez az érték 0,561, a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően* és a PSMCap379, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeihez való hozzájárulás, az egy főre eső havonkénti közpénz-jövedelmek, országonként hasonló időszakban. Ebben az esetben is az egy főre eső média bevétel nő, akkor értelem szerűen az egy főre eső havi közpénz-jövedelmek is nőnek. Ha csökkenő tendenciáról van szó, akkor egyenes arányosan mind a két kategóriában, egy főre vetítve csökkennek a média bevételek és a közpénz jövedelmek.

8. A közepesen erős *mínusz* 0,505 értékű összefüggés volt két gazdasági változó között, nevezetesen a PSM1FŐ3, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei, országonként, *egy főre esően*, 2013-2017 között és a PSMGDP174, azaz a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételei a *GDP százalékban* mérve 2017 végéig. Ebben az esetben erre a 28 EU-tagországra vonatkozóan a 2013 és 2017 közötti egy főre eső média bevétel növekedése esetén a média egész évi bevételeinek GDP százalékában mért aránya 2017 végére csökken. Ebben az esetben a GDP növekedése vagy csökkenése nagyban befolyásolja a média bevétel arányát a GDP százalékában. Amennyiben a média bevételek stagnáló szinten állnak vagy minimálisan, nem számottevően változnak, akkor a GDP növekedésével csökkenő a média bevételek aránya, a GDP csökkenésével viszont növekvő mértékű lesz az arányuk a GDP százalékában. Lényegében, ha a média bevételek nőnek egy változatlan, vagy minimális csökkenő GDP-hez viszonyítva, akkor a média bevételek aránya nőni fog. Ha egy esetleg minimálisan növekvő GDP-hez mérten a média bevételek növekedése nagyobb, akkor is a média bevételek aránya nőni fog a GDP százalékában. Látható, hogy a két gazdasági változó ellentétes irányban halad, tehát fordítottan arányos az összefüggés kettőjük között, ezért lehet negatív előjelű a PSMGDP174 változó.

9. Megállapítandó, hogy a 2008-2013 évek közötti időszakban a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei nagyobb mértékben növekedtek, mint az azt követő 2013-2017 évek közötti időszakban. Ennek elsősorban az volt az oka, hogy 2013-2017 közötti időszakban érzékelhetően csökkent a közpénz-jövedelmek egyik fontos tétele, az előfizetések nagysága azokban az EU tagországokban, ahol ezt korábban már bevezették. E-mellett néhány más országban nem is volt előfizetési rendszer. A közpénz-jövedelmek másik fontos része a közalapítványi támogatások is csökkentek ezen időszak alatt, közel hasonló arányban, mint az előfizetések. Néhány országban pedig nem volt közalapítványi támogatás.

10. További oknak tekinthető az is, hogy az EU gazdaságilag fejlett régióiban kis mértékű volt a GDP növekedési üteme, amely szintén a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek a növekedését elősegítő jövedelmek, elsődlegesen a közpénz-jövedelmek csökkenése irányába hatott. Társadalmi szinten a csökkenő mértékű GDP növekedés a csökkenő mértékű közpénz-jövedelmeket eredményezte. Azokban az EU tagországokban viszont, ahol jelentősebb volt a GDP növekedési üteme, nem feltétlenül nőttek a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételei.

A közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek kisebb mértékű csökkenése 2013-2017 közötti időszakban az azt megelőző időszakhoz képest visszavezethető arra is, hogy a média kereskedelmi jövedelmeinek aránya túlságosan kis mértékűek voltak. Az eddigi tapasztalatok szerint – 2008-2017 - a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeinek jelentős jövedelem forrásai túlságosan a közpénz-jövedelmekre épült és nem annyira a kereskedelmi, azaz a reklám bevételekre épül. Az olcsó-takarékos kormányzati költségvetésből kevesebb közalapítványi

támogatás jut a média bevételek növekedésére, és esetenként csökkenő lakossági-fogyasztói vásárlóerő, továbbá a fogyasztói magatartás sem kedvezett a média bevételek jövedelem-forrásai növekedésének. Az alacsony infláció mértéke inkább csak a lakossági-fogyasztói vásárlóerő megtartása, megőrzése szempontjából volt fontos és nem annyira a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeire ható növekvő jövedelmekre.

11. A kereskedelmi-reklám jövedelmeknek a média bevételein belüli kis részarányához az is hozzátartozhat, hogy egységnyi reklám idő a vállalkozások és társaságok számára túlságosan költséges. Ezzel szemben az is igaz, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatók fenntartási költségei nagyon jelentősek, elsősorban a folyamatos műszaki-technikai fejlesztések és az infrastrukturális korszerűsítések miatt. Ebből a szempontból nézve, nehezen oldható meg a kereskedelmi-reklám költségek csökkentése. A fent vázolt viszonyok eltérőek az EU-29 tagországok esetében az egyes ország-csoportok esetében, amit az SPSS statisztikai elemzés is jól mutat.

12. Megállapítható, hogy *Lengyelország, Málta, Írország és Lettország* esetében a közszolgálati médiaszolgáltatók bevételeiben a kereskedelmi jövedelmek aránya jóval meghaladja a közpénz-jövedelmek arányát, és ennek a két gazdasági változónak az esetében az EU-29 átlagos szintjét is. Ez azzal is igazolható, hogy a közalapítványok részaránya százalékosan vagy szinten maradt (Málta, Lettország), ahol nincsenek előfizetési díjak, vagy jelentősen csökkent (Lengyelország) vagy ugyan nőtt (Írország), amely azonban a kereskedelmi jövedelmek részarányát lényegesen nem csökkentette. Lengyelországban azért csökkentek a közalapítványok jövedelmeinek a részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiből mert ott jelentősek voltak az előfizetési díjak, viszont a közalapítványok támogatásából adódó jövedelmei csökkentek és az ebből adódó média bevételek veszteségeit ellensúlyozták a kereskedelmi jövedelmekkel. Írországban viszont vannak éves előfizetések, amelynek növekedése mellett növelték a közalapítványok támogatásának az arányát a média bevételekben, némileg a kereskedelmi jövedelmek is nőttek. 2013 és 2017 között Írországban szerényen növekedtek a média bevételek, és ezt kiegyensúlyozott módon igyekeztek több forrásból biztosítani: közalapítványok támogatásából, évi előfizetésekből és kereskedelmi jövedelmekből.

13. *Írországban* jelentős a GDP növekedése, amelyhez az is hozzátartozik, hogy Írország néhány éven keresztül az egy állampolgára eső legnagyobb támogatást kapta a EU közös költségvetéséből. *A GDP jelentős növekedése nem következik közvetlenül a közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi tevékenységéből, de azért ennek jelentőségét nem szabad lebecsülni. Természetesen ettől még az ír közszolgálati médiaszolgáltató kereskedelmi tevékenysége és jövedelmei EU-s összehasonlításban jelentősek.*

14. *Lengyelországban* a viszonylag növekvő gazdasági trendekkel szemben és ennek alakulása állampolgáronként, valamint a *közalapítványi jövedelmek aránya* a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből csökkentek 73%-kal 2013 és 2017 között, amely drasztikus mértékű csökkenés volt, mivel az EU-29 átlaga 5%-os csökkenést mutatott. Más EU tagországban is volt jelentős csökkenés, Portugáliában volt nagyobb 85%-kal, de más országokban ezek a csökkenések kisebb mértékűek voltak, például Csehország (67%), Szlovénia (60%), Franciaország (55%) és Egyesült Királyság (40%) esetében. Viszont a *közalapítványi jövedelmek aránya* a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből nőttek 2013 és 2017 között Romániában 73%-kal, Luxembourgban 45%-kal, Litvániában 37%-kal és Ausztriában

20%-kal. Ebből is látszik, hogy az EU-29 tagországaiban nagy a szóródás a közalapítványi jövedelmek aránya terén a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételei tekintetében. Viszont a közalapítványok támogatásának csökkenő aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből nincs összefüggésben az előfizetések arányával szintén a média bevételeiben. Annál is inkább sem, mert sok EU tagországban nincsenek előfizetések.

15. Egyesült Királyság, amely a második negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 2,4%-kal csökkentek, amely így az EU-29 tagországok átlaga alatt állt, lényegesen elmaradva ettől a szintjétől a koordináta rendszernek ebben a negyedében. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva még az előbbihez mérten is még jobban, 5%-kal csökkent ebben az időszakban az EU átlag 15,5%-os növekedésével szemben. Ezzel szemben Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,3% volt, amely érezhetően közel kétszeresen magasabb volt az EU összehasonlításban, felfele eltérve az EU-29 átlagától, és túlhaladva Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjét, amelyek az Egyesült Királyság után legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

16. Megállapítható, hogy 2013 és 2017 között Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez való hozzájárulásként, az egységnyi közpénz-jövedelmek állampolgáronként 10%-kal csökkentek, miközben a közalapítványok támogatása arányának az üteme 40%-kal csökkent, azaz a 10%-ról, 2013-ban a 6%-ra, 2017 végére, ez alatt az időszak alatt. Ez jelzi azt, hogy nem volt olyan jelentős a közpénz jövedelmeken belül az előfizetések aránya, 58,5%, mint Németországban, ahol ez viszont 83,7%, ezen felül az Egyesült Királyságban csak 5% volt a közalapítványok támogatása arányának a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiben 2017 végére, miközben ugyan annyi volt Németországban is, azaz 5%, 2017 végére. A két gazdasági nagyhatalom közötti eltérés a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből az előfizetések nagyságrendje terén, abból adódik, hogy az Egyesült Királyságban (58,5%) kevesebb az előfizetések aránya, mint Németországban (83,7%), mivel az Egyesült Királyságban a kereskedelmi bevételeknek az aránya jóval nagyobb volt, mint Németország esetében.

17. Az Egyesült Királyságban a közszolgálati médiaszolgáltatók működési bevételeiből a közalapítványok támogatása arányának üteme drasztikusan 40%-kal csökkent 2013-2017 között (Fund1711), amely nagyon kedvezőtlennek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Az Egyesült Királysághoz mérten ennél nagyobb csökkenés ezen a téren Portugáliában 85%, Lengyelországban 73%, Csehországban 67%, Szlovéniában 60% és Franciaországban 55%, volt, amely országokban nőttek az előfizetési díjak.

18. Magyarország, amely szintén ehhez a negyedhez tartozik, az „X” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 6,8%-kal növekedett, amely még így is lényegesen elmaradt az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 0,1%-kal nőtt, amely lényegesen elmaradt az EU-29 tagországaik átlagos szintjétől. Viszont ezzel szemben Magyarországon a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei (Mínusz-PSMGDP174) a GDP százalékában 0,25% volt, amely lényegesen túlszárnyalta az az EU-29

átlagos szintjét, és közel maradva, Egyesült Királyság és Németország 3,0%-os, Szlovénia 0,28%-os és Ausztria 0,27%-os szintjéhez, amelyek a legnagyobbak voltak az EU-29 tagországok esetében.

19. Továbbá Magyarországon a *közpénz-jövedelmek* (PSMReven378) növekedése 3,4%-os szerény mértékű volt, mert ez jelentősen alul maradt az EU-29 tagországainak a 18,2%-os növekedési ütemétől ebben az időszakban. Az egységnyi közpénz-jövedelmek alakulása állampolgáronként, havonta, 2013 és 2017 között (PSMCap379) szerény mértékben nőtt 3,5%-kal. Ugyanakkor Magyarországon a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a *közalapítványok támogatása arányának üteme* jelentősen nőtt 2,6%-kal 2013-2017 között (Fund1711), amely kedvezőnek tekinthető, mivel az EU-29 átlaga 5%-kal csökkent ugyan ebben az időszakban. Számos EU tagország esetében ez az arány jelentősen csökkent, mint például az Egyesült Királyság, Portugália, Lengyelország, Csehország, Szlovénia és Franciaország esetében.

20. Magyarországon az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes *közpénz-jövedelmek részaránya* (Mínusz PSMInc175) 79% volt 2017-ben, amely kisebb volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben 8,4% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt állt. Magyarországon a GDP 4,2%-kal növekedett, amely lényegesen nagyobb mértékben meghaladta az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjétől. Magyarországon a GDP növekedése az egyike volt a legnagyobb teljesítésű országoknak az EU-29 tagországi között, Írország, Málta, Románia, Észtország, Lengyelország, Litvánia és Csehország mellett.

21. Megállapítható, hogy 2013 és 2017 között Németországban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeihez való hozzájárulásként, az egységnyi közpénz-jövedelmek állampolgáronként csak 2,2%-kal nőttek, miközben a közalapítványok támogatásának az aránya ennél tíz szerte nagyobb volt a növekedési ütem, azaz 22%-kal nőtt ez alatt az időszak alatt. Ez jelzi azt, hogy jelentős volt a közpénz jövedelmek aránya, 88,7%, viszont ezen belül csak 5% volt a közalapítványok támogatása arányának a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiben, amellyel szemben viszont 83,7% volt az előfizetések aránya 2017 végére.

22. Mind ebből következett, hogy Németországban a közpénz-jövedelmek egy állampolgárra esően kis mértékben növekvőek voltak, és a közalapítványok támogatásának az arányának a növekedési üteme 2013-hoz mérten, azaz a korábbi részarányához mérten jelentősen nőtt 2017 végére (22%), de ettől még közszolgálati médiaszolgáltató bevételekben jelentéktelen volt a részesedése, amely csak 5% volt 2017 végére, és ugyanakkor a kereskedelmi jövedelmek aránya is lényegesen kismértékű volt, 6%, 2017 végére a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből.

A kiindulási alap: a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevétele és összetétele <> közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételének és a közpénz-jövedelmeknek az egy főre eső nagysága.

Az előfizetések aránya azért lehetett magas, mert a közalapítványok és a kereskedelmi jövedelmek szerény mértékűek voltak Németországban.

*Egy rendkívül erős német gazdaságban, ahol jelentősen erős a lakossági vásárlóerő, ott ráterhelik a lakossági jövedelmekre a közszolgálati médiaszolgáltató fenntartási költségeit a közpénzeken belül az előfizetési díjak formájában, ilyen formában nem elsődlegesen a vállalatoktól vagy az állami költségvetéstől várhatók a nagyobb támogatások vagy kifizetések a média számára.*

23. *Németországban az „Y” tengelyen a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeiből a teljes közpénz-jövedelmek részaránya (Mínusz PSMInc175) 88,7% volt 2017-ben, amely több volt, mint az EU-29 tagországok 80%-os átlaga. Azonban az előbbiekkal szemben, ennek a viszonylag szintnek megfelelően a kereskedelmi jövedelmek aránya a teljes média bevételekből 2017-ben csak 6% volt, amely az EU-29 átlaga 17%-os szintje alatt volt. A GDP 2,4%-kal növekedett, amely érezhetően kisebb volt az EU-29 országok átlagos 2,9%-os szintjéhez viszonyítva.*

24. *Általában, ahogy Hollandiára is jellemző, hogy azokban az országokban, ahol a közpénz-jövedelmek aránya a teljes közszolgálati médiaszolgáltató bevételekből jelentősen kisebb mértékű, elsősorban az előfizetések hiánya, vagy annak alacsonyabb mértékéből adódón, ott a kereskedelmi jövedelmek aránya lényegesen nagyobb volt, mint például kiemelkedő mértékben Lengyelországban, Írországban, Ausztriában, Egyesült Királyságban és Belgium Flamand belgiumi országrészben.*

25. *Görögország esetében a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek ilyen nagy arányú csökkenő mértékű növekedése 2013-2017 közötti időszakban a korábbi időszakhoz képest elsősorban az egységnyi havonkénti egy állampolgárra eső a közszolgálati média bevételeinek (PSMCap379) drasztikus, 30%-os csökkenéséből adódott, amely az EU-29 tagországok esetében Luxembourg után a második legnagyobb csökkenés volt ebben az időszakban. Ez a csökkenési nagyságrend jobban érthető, ha figyelembe vesszük, hogy 2013 és 2017 között a közszolgálati média részére befizetett éves előfizetési díj (Licence3710) 9%-kal csökkent.*

Emellett a közpénz-jövedelmek már csak azért is csökkentek a média számára, mert nincs közalapítványi támogatás. A közszolgálati média bevételeinek csökkenéséhez a továbbiakban hozzájárult a kereskedelmi jövedelmek 4%-os csökkenése (PSMMark377), amely bár mérsékeltnek tekinthető, de hatásában mindenképpen összeadódik az előbbi gazdasági változó csökkenéséhez. A GDP viszonylagos stagnálása az 1%-os növekedése miatt szintén nem változtatott a média bevételek alakulásán, mert a lakosság részéről drasztikusan csökkentek az éves szinten számolt előfizetési díjak összességében 2013-2017-es időszakban.

26. *Franciaországban 2017 végére megállapítható, hogy a kereskedelmi jövedelmek szerényebb mértékű növekedése 6,4%, is hozzájárult a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételeinek a növekedéséhez, bár ez utóbbi növekedését elsősorban az előfizetések biztosították. Az EU-29 tagországokhoz viszonyítva Franciaországban is a GDP növekedése 1,6%, nem változtatott lényegesen a média bevételek alakulásán és szerkezeti összetételén, mert továbbra is a lakosság részéről történtek a jelentős kifizetések a 2013 -2017 közötti időszakban. 2017 végére a közalapítványok támogatásának a növekedése nem volt olyan jelentős, hogy ez lényegesen tovább növelte volna a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből a közpénzek arányát.*

Viszont megállapítható, hogy Máltán a közpénz jövedelmek alakulása nem volt jelentős befolyással a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeik érdembeli növelésében. Viszont a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeik növelésében a kereskedelmi jövedelmek 16%-os növekedése játszott szerepet, amely biztosította a közszolgálati médiaszolgáltató bevételein belül a kereskedelmi jövedelmek nagyobb részarányát. Ez a részarány 2013-2017-es időszakban 43% volt, szemben a közpénzjövedelmek csak 35%-os arányával. A közpénzjövedelmek aránya Máltán volt a legkisebb az EU-29-ek esetében, még Lengyelországban is magasabb volt a 40%-os aránnyal.

27. Megállapítható, hogy Litvániában a 2013-2017-es időszakban a közszolgálati médiaszolgáltató bevételei (PSM2013172) a legnagyobb mértékben 72,8%-ban nőttek, továbbá ezeknek a bevételeknek az egy főre (PSMIFÓ3) jutó nagyságának az emelkedése 85,7%-kal nőtt, az EU-29 országok esetében a legnagyobb növekedési ütem valósult meg ezen a két területen. Ehhez a növekedéshez járult hozzá a közpénz jövedelmek (PSMReven378) 70%-os emelkedése, és a közpénz jövedelmek havi egy főre (PSMCap379) eső 60%-os növekedése, valamint a közalapítványok támogatásának (Fund1711) a 37%-os növekedése 2017 végére.

Litvánia helyzete azért tekinthető egyedinek, mert az előbb említett gazdasági változók esetében az EU-29 országok viszonylatában összességében a legmagasabb, vagy majdnem a legmagasabb növekedési ütemet érte el. 2013-tól a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeiben a kereskedelmi jövedelmek (PSMMark377) a legnagyobb mértékben csökkentek az EU-29-ek viszonylatában, ugyanakkor nem voltak előfizetések (licence3710), amelyek a közpénz jövedelmeket továbbiakban növelhették volna, és ezen keresztül a média bevételeket.

Ezt teszi Litvánia helyzetét egyedivé és így lehet az, hogy külön ország-klasztert alakít egy országgal szemben.

28. Megállapítható, hogy Finnországban 2017 végére a közalapítványok támogatása stagnált, amely még így is kedvezőbb volt az EU-29 országai átlagának 5%-os csökkenéséhez mérten is. A közpénz jövedelmeken belül nem voltak előfizetések és amellet, hogy a kereskedelmi jövedelmek jelentősen visszaestek, miközben a GDP fele akkora növekedése, mint az EU-29 átlaga, nem nyújtott kellő alapot a közszolgálati médiaszolgáltató bevételeinek korábbi magasabb növekedési üteméhez. Dániában 2017 végére a közpénz jövedelmek jelentős csökkenése ellenére is, - mivel jelentősen csökkentek az előfizetések, és nem voltak közalapítványoknak támogatásai - azért maradhatott magas részaránya a közszolgálati médiaszolgáltató (PSM) bevételeiben, mert a kereskedelmi jövedelmek egyébként is alacsonyok voltak, és nem a 2%-os csökkenése miatt. A GDP 2,2%-os kedvező növekedési üteme nem hatott eléggé a közszolgálati médiaszolgáltató (PSM) bevételeinek növekedése irányába.

29. Megállapítható, hogy az EU-29 tagországok viszonylatában kevés azoknak az országoknak a száma, ahol a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiben a közpénzek keretén belül csak az előfizetések voltak meg és nem fizettek részükre közalapítványi támogatást (Táblázat-8). Ennél a hat országnál – Csehország, Dánia, Görögország, Olaszország, Svédország, Portugália - állapítható meg, hogy a közpénz jövedelmek csak az előfizetési díjakból állnak, amelyeknek az aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből átlagosan országonként 87% volt. Az ezen felüli összegek már csak a kereskedelmi jövedelmek voltak. Ebből is látható, hogy média bevételek nem túl jelentős mértékben származnak a kereskedelmi jövedelmekből (Táblázat-8; EBU 2018; EBU 2014).

30. Ezzel szemben viszont lényegesen nagyobb az az ország csoport, amely országok esetében – összesen 13 ország - a közpénzjövadelmek csak közalapítványi támogatásokból származnak: Belgium-Flamand, Belgium-Francia, Bulgária, Ciprus, Észtország, Finnország, Magyarország, Lettország, Litvánia, Luxembourg, Málta, Hollandia és Spanyolország. A közalapítványi támogatásokból származó jövadelmek – mint egyedüli közpénz-jövadelmek – a közszolgálati bevételek 81,4%-át teszik ki átlagosan országoként ezekben az országokban a vizsgált 2013-2017 közötti időszakban. Tehát lényegében nem maradnak el jelentős mértékben az előző ország-csoport közpénz jövadelmek részarányától a média teljes bevételeiben.

31. Viszont mind a két közpénz jövadalem-forrás megtalálható a többi más EU-tagország esetében. Azonban az előfizetési díjak aránya átlagosan egy országra esően – Ausztria, Horvátország, Franciaország, Németország, Írország, Egyesült Királyság, Szlovákia, Szlovénia, Lengyelország - 67,6% a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből, a közalapítványi jövadelmek nélkül az említett országokban. Ebből látható, hogy ezekben az országokban már csökkent az előfizetési díjak aránya átlagosan országoként 67,6%-ára, szemben a csak előfizetéssel rendelkező országok esetében átlagosan, ahol az előfizetési díjak aránya átlagosan országoként 87% volt a vizsgált időszakban. Ezzel szemben Romániában a közalapítványi jövadelmek 83%-kal részesedtek a közszolgálati médiaszolgáltató teljes bevételeiből, amelyhez jön még 10%, az előfizetési díjak aránya Románia esetében a közpénzek terén, amely így 93%-ot tett ki a közszolgálati média teljes bevételeiből. (Táblázat-10; EBU 2018; EBU 2014).

## 6. KÖVETKEZTTÉSEK ÉS JAVASLATOK

A közszolgálati média nemzetközi szerepe az utóbbi időben nagyon megnőtt, amely a szélesedő nemzetközi gazdasági és kulturális kapcsolatoknak is köszönhető. Ebből adódóan az információ áramlás a legutóbbi időben erőteljesen felgyorsult. Az információ felgyorsult üteméhez és a mind inkább bővülő napra kész információ igények kielégítéséhez nagyon fontos és mind inkább nélkülözhetetlen segítséget nyújt a közszolgálati média, ezen belül elsősorban a televíziós médiaszolgáltatás, amely a szóbeli információkon túlmenően az információk képi megjelenítését is nyújtja.

A napi információk és hírek mellett, valamint ennek képi megjelenítésén túlmenően mind inkább tudományos és turisztikai ismeretterjesztő tudásbővítést is biztosít a közszolgálati média a közvélemény mind szélesebb rétegeinek. A közszolgálati média komoly reklámtevékenységet is végez, részint a fogyasztás ösztönző vásárlások növelése érdekében, részint a termékek tulajdonságainak mind jobb megismertetése céljából. Nem lebecsülendő szempont a reklám bevételek növelése, amely részlegesen ellensúlyozza a közszolgálati média fenntartásához szükséges mind jobban növekvő költségeinek a fedezetét.

A kutatásaim során a gazdasági változók közötti összefüggések mértékére és ezek eltérő nagyságrendjére helyeztem a fő hangsúlyokat, annak érdekében, hogy rávilágítsak arra, hogy melyik gazdasági változó milyen hatással van a közszolgálati média jövedelmezőségi viszonyainak alakítására. Az egyes EU tagországok eltérő gazdasági és társadalmi viszonyai alapján a közszolgálati médiának is eltérő jövedelmezőségi viszonyai alakultak ki. Vannak EU tagországok, ahol nem a havi előfizetési díjak bevételeivel számol a közszolgálati média, vannak, ahol nem a közalapítványok támogatásán keresztül jut megfelelő bevételhez a média. Fontosnak tartom, hogy a három fő bevételi forrásnak – közalapítványok támogatása, a havi előfizetési díjak és a kereskedelmi jövedelmek - a megfelelő harmonizált összhangja szükséges a közszolgálati média eredményes működéséhez. Az alábbiakban összegzem ennek megfelelően az új tudományos eredményeimet.



## 7. ÚJ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

1. Megvizsgáltam azt, hogy *nagyon erős* a PSMInc175, azaz a 2017. évi *közszolgálati média közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országokénti alakulása és a PSMMarket176 között, azaz a 2017. évi *közszolgálati média kereskedelmi jövedelmeinek változásai*, országoként. *Az első hipotézist elfogadom.*

2. Megvizsgáltam azt, hogy a további gazdasági változók közötti összefüggés 2013-2017 között *erős* a PSM1FŐ3, azaz a *közszolgálati média bevételei*, országoként, *egy főre esően*, és a PSMReven378, azaz a *közszolgálati média közpénz-jövedelmei (közalapítványi támogatás és az előfizetések)* országoként. Ez azt jelenti, hogy ugyan abban az időszakban, amikor nőttek a *közszolgálati média közpénz-jövedelmei*, akkor ezzel párhuzamosan nőttek a *közszolgálati média bevételei*, országoként, *egy főre esően*. *A második hipotézist elfogadom.*

3. Megvizsgáltam azt, hogy 2013 és 2017 közötti időszakban *erős* volt az összefüggés a két gazdasági változó esetében, azaz a PSMReven378, a *közszolgálati média közpénz-jövedelmei* országoként, és a PSMCap379, azaz a *közszolgálati média bevételeihez való hozzájárulás*, az *egy főre eső havi közpénz-jövedelmek* országoként a 2013. évi helyzethez viszonyítva. *A harmadik hipotézist elfogadom.*

4. Megvizsgáltam azt, hogy *erősnek* mondható az összefüggés a PSM2013172, azaz a *közszolgálati média működési bevételei*, 2013- 2017 között és a PSM1FŐ3, azaz a *közszolgálati média működési bevételei*, országoként, *egy főre eső* két gazdasági változó esetében, ugyan ebben az időszakban. Ebben az esetben egyértelmű, hogy a *közszolgálati média működési bevételeinek* növekedésével szintén nő a *közszolgálati média működési bevételeinek* egy főre eső nagysága. *A negyedik hipotézist elfogadom.*

5. Megvizsgáltam azt, hogy a 2013-2017 közötti időszakban az alábbi gazdasági változók közötti összefüggés *közepesen erős* volt, a PSM1FŐ3, azaz a *közszolgálati média működési bevételei*, országoként, *egy főre esően* és a PSMCap379, azaz a *közszolgálati média bevételeihez való hozzájárulás*, az *egy főre eső havonkénti közpénz-jövedelmek*, országoként. Ebben az esetben is az *egy főre eső média bevétel* nő, akkor értelem szerűen az *egy főre eső havi közpénz-jövedelmek* is nőnek. *A ötödik hipotézist elfogadom.*

6. A *Közszolgálati Média bevételei* leginkább függenek a *közpénz jövedelmek* alakulásától is. Megvizsgáltam azt, hogy a két gazdasági változó szorosan egyenes arányban összefügg egymással az EU-29 átlagos szintje alapján. *A hatodik hipotézist elfogadom.*

Annak ellenére, hogy e két változó esetében Lengyelország, Málta, Írország és Lettország kivételnek számít, mivel a *közszolgálati média bevételeiben* a *kereskedelmi jövedelmek* aránya jóval meghaladja a *közpénz-jövedelmek* arányát, a fenti megállapítást elfogadom.

7. Megvizsgáltam azt, hogy a *Közszolgálati Média bevételeinek* alakulásában a négy gazdasági változó esetében az *éves előfizetési díjak*, a *kereskedelmi jövedelmek*, a *GDP* és az *infláció* változásai nem játszanak lényeges szerepet. *A hetedik hipotézist elfogadom.*

## 8. ÖSSZEGZÉS

A kutatás során az EU 28 tagországának közszolgálati média helyzetét, elsődlegesen a gazdasági helyzetét tekintettem át, kiemelten elemezve az egyes országok közmédia jövedelmeinek összetételét az alapítványi, a közalapítványi és az előfizetési, valamint kereskedelmi és egyéb jövedelem megoszlási összefüggésben. A közmédia anyagi-jövedelmi helyzete nagyban függ az adott országok – EU tagországok – általános gazdasági helyzetétől is, amelyet jól jellemez az általános gazdasági növekedés a GDP alakulás alapján, továbbá az infláció alakulása. A kutatásaim mivel az EBU, azaz az European Broadcasting Union kiadványaira épült, mód volt a szervezet legjelentősebb államainak adataira támaszkodni kutatásaim során, így a szervezeten belüli valamennyi EU tagország adatait figyelembe venni a 2013 és 2017 közötti időszakra vonatkozóan. A kutatásaim során vizsgáltam az EU-29 tagországának közszolgálati média tevékenységét számos gazdasági változó alkalmazásával az SPSS statisztikai módszerek alapján.

Megállapítom, hogy a 2008-2013 évek közötti időszakban a közszolgálati média bevételei nagyobb mértékben növekedtek, mint az azt követő 2013-2017 évek közötti időszakban. Ennek elsősorban az volt az oka, hogy 2013-2017 közötti időszakban érzékelhetően csökkent a közpénz-jövedelmek egyik fontos tétele, az előfizetések nagysága azokban az EU tagországokban, ahol ezt korábban már bevezették.

*Magyarországon a közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei a 2013-2017-es időszakra vonatkozóan szerény mértékben 6,8%-kal növekedett, amely még így is lényegesen elmaradt az EU-29 tagországok átlagától. Ugyanakkor közszolgálati médiaszolgáltató működési bevételei egy főre esően számolva 0,1%-kal nőtt, amely lényegesen elmaradt az EU-29 tagországainak átlagos szintjétől. Megállapítom, hogy az EU-29 tagországok viszonylatában kevés azoknak az országoknak a száma, ahol a közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiben a közpénzek keretén belül csak az előfizetések voltak meg és nem fizettek részükre a közalapítványok támogatás. Ennél a hat országnál – Csehország, Dánia, Görögország, Olaszország, Svédország, Portugália - megállapítom, hogy a közpénz jövedelmek csak az előfizetési díjakból állnak, amelyeknek az aránya közszolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiből átlagosan országonként 87% volt. Az ezen felüli összegek már csak a kereskedelmi jövedelmek voltak. Ebből is látható, hogy média bevételek nem túl jelentős mértékben származnak a kereskedelmi jövedelmekből.*

## SUMMARY

In the course of the research, I reviewed the situation of public service media in the 29 EU member states, primarily the economic situation, with a special analysis of the composition of public media revenues in the context of foundation, public foundation and subscription, and commercial and other income distribution. The material and income situation of the public media also largely depends on the general economic situation of the given countries - EU member states - which are well characterized by the general economic growth based on the development of GDP, as well as the development of inflation. As my research was based on the publications of the EBU, ie the European Broadcasting Union, it was possible to rely on the data of the most important states of the organization in my research, thus taking into account the data of all EU member states for the period 2013-2017. In the course of my research, I examined the activity of public service media in the EU-29 member states using a number of economic variables based on SPSS statistical methods.

I note that in the period between 2008 and 2013, the revenues of the public service media increased to a greater extent than in the period between 2013 and 2017. This was mainly due to the fact that in the period between 2013 and 2017, one of the important items of public money revenues, the size of subscriptions, decreased significantly in the EU member states where it was introduced earlier. In Hungary, the operating revenues of the public service media have increased modestly by 6.8% for the period 2013-2017, which is still significantly below the EU-29 average. At the same time, public service media operating revenues per capita increased by 0.1%, well below the EU-29 average.

I note that, compared to the EU-29, there are few countries where only subscriptions and no public foundation support have been paid for in the total revenue of the public service media within the framework of public funds. For these six countries - the Czech Republic, Denmark, Greece, Italy, Sweden, Portugal - I note that public revenues consist only of subscription fees, which accounted for an average of 87% of total public service media revenues per country. The amounts in excess were now only commercial income. It can also be seen that media revenues do not come very significantly from commercial revenues.

## 9. MELLÉKLETEK

### M1. Irodalomjegyzék

1. AAUP (American Association of University Professors, 2016): History, Uses and Abuses of Title IX (2016. június), <https://www.aaup.org/file/TitleIXreport.pdf> (a továbbiakban: AAUP-jelentés).
2. BARTÓKI-GÖNCZY, B. (2018): *Az online közvetítő szolgáltatók, mint az információhoz való hozzáférés új kapuőrei*. Doktori értekezés, Budapest, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Doktori Iskola, 2018. 64.
3. BAYER, J. – KOPPÁNYI, SZ. – NYAKAS, L. – TÉNYI, G. (2010): *A közszolgálati média és az európai versenyjog. Közszolgáltatóság a változó világban*. Budapest, L'Harmattan
4. BOWMAN, H. M. (1916): Martial Law and the English Constitution. 15 *Michigan Law Review* 99.
5. CLARK, C. E. (1938): The Handmaid of Justice. 23 *Washington University Law Quarterly* (1938) 297.
6. COX, N. (2014): Blasphemy, Holocaust Denial and the Control of Profoundly Unacceptable Speech. 62 *American Journal of Comparative Law* (2014) 739., 749–750.
7. DETREKŐI ZS (2016): A forgalomirányítók és a vélemény szabadság új határai. *Infokommunikáció és Jog*, 2016/65.
8. DONDERS, K. (2012): *Public Service Media and Policy in Europe*. Palgrave Macmillan
9. DOWER, B. (2012): The Scylla of Sexual Harassment and the Charybdis of Free Speech: How Public Universities Can Craft Policies to Avoid Liability 31 *Rev. Litig.* 703
10. EACEA (Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency, 2013): CREATIVE. Supporting Europe's cultural and creative sectors. European Commission, Annual work programmes for the years 2011-2013 are available at [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/annual-work-programmes\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/annual-work-programmes_en)
11. EACEA (Education, Audiovisual, and Culture Executive Agency, 2018): CREATIVE EUROPE, Supporting Europe's cultural and creative sectors. Creative Europe Desks [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/contact\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/contact_en) <http://www.kreativeeuropa.hu/>
12. EACEA (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2019a): TV Programming 2019 – EACEA-25-2018 [https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/beneficiaries-space/tv-programming-2019-eacea-25-2018\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/beneficiaries-space/tv-programming-2019-eacea-25-2018_en)
13. EACEA (2019b): Creative Europe - MEDIA - TV programming [https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/tv-programming\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/tv-programming_en) [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/annual-work-programmes\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/annual-work-programmes_en) <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/c20196151-ce-awp-web.pdf> [https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/tv-programming\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/tv-programming_en)
14. EBU (European Broadcasting Union, 2018): Operating Eurovision and Euroradio, Funding of public service MEDIA 2018, December, Funding of public service MEDIA 2014, December, Media, Intelligence Service, Geneva, Switzerland, [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)
15. Európai Bizottság (1984): Határok nélküli televíziózásról szóló Zöld Könyv

16. Európai Bizottság (2007): Határok nélküli audiovizuális médiaszolgáltatásról szóló irányelvre
17. Európai Bizottság (2018. május 30): A Kreatív Európa program (2021–2027) létrehozásáról szóló rendeletre irányuló javaslat. 2019. március 28-án a Parlament javasolta, hogy a Bizottság által javasolt 1850 milliárd eurós költségvetést növeljék 2806 milliárd euróra.
18. Európai Parlament (2019): „Gyermekbarát internet” program.
19. Európai Parlament (2020): Ismertető az Európai Unióról. Audiovizuális és médiapolitika. [https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/138/audiovizualis-es-mediapolitika#\\_ftn1](https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/138/audiovizualis-es-mediapolitika#_ftn1)
20. Európai Unió Hivatalos Lapja (2009.10.27): Az Európai Unió intézményeitől és szerveitől származó közlemények. Az állami támogatás szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról szóló bizottsági közlemény. 3. Jogi háttér. 4. A 87. Cikk (1) bekezdésének alkalmazhatósága. 4.1. A közszolgálati műsorszolgáltatók állami finanszírozásának állami támogatás jellege. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:HU:PDF>
21. European Commission (2019a): European Cinema Night 2019: free screenings showcase the best of European film, Brussels, [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_19\\_6356](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_6356)
22. European Commission (2019b): The MEDIA sub-programme of Creative Europe <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-sub-programme-creative-europe> [http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/hu/culture\\_audiovisual\\_hu.pdf](http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/hu/culture_audiovisual_hu.pdf)
23. FRIVALDSZKY, J. (1996): Társadalmi diskurzus és szociális jogok. *Politikatudományi Szemle*, 1996/1. 93–104. L. különösen: uo., 99–101. Az alkotmányozásra mint diszkurzív aktusra hívom fel a figyelmet a *Magyar Nemzet* 1995. január 19. számában. Egyetemi tanár, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Jog- és Államtudományi Kar. E-mail: [frivaldszky.janos@jak.ppke.hu](mailto:frivaldszky.janos@jak.ppke.hu).
24. FRIVALDSZKY, J. (1997): A politikai diskurzus és korlátai. *Politikatudományi Szemle*, 1997/2. 105–111.
25. FRIVALDSZKY, J. (2006): Szubszidiaritás és az európai identitás a közösségek Európájáért. In: Frivaldszky János (2006, szerk.): *Szubszidiaritás és szolidaritás az Európai Unióban: szimpóziumi előadások és hozzászólások*. Budapest, Faludi Ferenc Akadémia, 2006. 35–56.
26. FRIVALDSZKY, J. (2009): Politikai barátság és jogi viszony. *Iustum Aequum Salutare*, 2009/4. pp. 5–52.
27. FRIVALDSZKY, J. (2010a): Lehet-e politikai egy világot átfogó közösség? *Világosság*, LI. évf. 2010. ősz. 81–89.
28. FRIVALDSZKY, J. (2010b): *Természetjog és emberi jogok*. Budapest, PPKE JÁK, 2010.
29. FRIVALDSZKY, J. (2012a): A jó kormányzás és a helyes közpolitika formálásának aktuális összefüggéseiről. In: Szigeti Szabolcs – Frivaldszky János (szerk.): *A jó kormányzásról: Elmélet és kihívások*. Budapest, L’Harmattan, 2012. pp. 51–103. (Jezsuita könyvek. Agóra; 12.)
30. FRIVALDSZKY, J. (2012b): Good governance and right public policy. In: Paolo Heritier – Paolo Silvestri (szerk.): *Good Government, Governance, Human Complexity: Luigi Einaudi’s legacy and contemporary societies*. Firenze, Leo S. Olschki, 2012. pp. 119–141.
31. FRIVALDSZKY, J. (2013): Jó kormányzás a neokonzervatív/neoliberális korszak után: a közjóra irányuló szubszidiárius-relacionális kormányzás felé. *Iustum Aequum Salutare*, 2013/2. pp. 22–26.
32. FRIVALDSZKY, J. (2015): Az állami szuverenitás problematikájának érvénytelenítése: (Good) Governance avagy mi a jó kormányzás és a helyes hatalomgyakorlás? In: Takács Péter (szerk.): *Az állam szuverenitása. Eszmény és/vagy valóság: Interdiszciplináris*

- megközelítések.* Budapest–Győr, Gondolat, MTA TK Jogtudományi Intézet, SZE DFK, 2015. pp. 409–421.
33. FRIVALDSZKY, J. (2016): A politikai véleménynyilvánítás szükségessége, joga és felelőssége a közjó és a jó kormányzás szemszögéből. *Eszmetörténeti elemzések tükrében*. John Stuart Mill véleménynyilvánítás-szabadságról alkotott elméletének értékelése: valóban a klasszikus érvelési mód útját járta? *In Medias Res* 2016/2 • 9, 297–314, 2016. DECEMBER
  34. GÁTI, M. – MARKOS-KUJBUS, E. (2012): *A közösségi média mint online stratégiai eszköz.* Az előadás elhangzott a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 18. országos konferenciáján (Miskolc, 2012. augusztus 30–31.).
  35. GELLÉN, K. (2012): A kereskedelmi közleményekkel szemben támasztott műsorszerkezeti követelmények. *In Medias Res* 2012/1 • 7, 105–121
  36. GELLÉN, K. (2020): Fórum. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az online térben – fókuszban a közösségi media. *In Medias Res* 2020/1 • 5, 127–14, 2020 Június, IX. évf, 1. szám, <https://media-tudomany.hu/wp-content/uploads/sites/13/2020/06/imr-2020-05.pdf>
  37. GOLDSTEIN, R. J. (2016): Censorship of Caricature and the Theater in Nineteenth-Century France: An Overview. In: Laurent Martin (szerk.): *Les Censures Dans le Monde.* Rennes, Presses universitaires de Rennes, 31–46.
  38. GRANT, E. (2017): Helicopter Professors. 53 *Gonzaga Law Review* (2017) 1., 2.
  39. GRAD-GYENGE, A. (2016): A forgalomirányítók tevékenységének szerzői jogi határai. *Infokommunikáció és Jog*, 2016/65., 14–15.
  40. GYERTYÁNFY, P. (2014, szerk.): *Nagykommentár a szerzői jogi törvényhez.* Budapest, Wolters Kluwer, 2014. 492.
  41. GYULAVÁRI, T. – HUBERT, J. (2014): A hatásosság és hatékonyság fogalmainak értelmezése online vs. offline kampányok keretében. In: Hetesi Erzsébet – Révész Balázs (szerk.): „Marketing megújulás”. Marketing Oktatók Klubja 20. konferenciája, 2014. augusztus 27–29., Szeged, SZTE GTK, 2014. 1–10.
  42. HARKAI, I. (2016): „Hozzáférés megtagadva” – a weboldalak blokkolása, mint a jogérvényesítés lehetséges eszköze I–II. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2016/2–3., 23–51.
  43. HARMSWORTH, A. (1901): The Simultaneous Newspapers of the Twentieth Century. 172 *The North American Review* (1901) 72–90.
  44. HEALY, T. (2013): *The Great Dissent: How Oliver Wendell Holmes Changed His Mind and Changed the History of Free Speech in America.* New York, Henry Holt.
  45. HEWITT, M. (2017): The Press and the Law. In: Joanne Shattock (szerk.): *Journalism and the Periodical Press in the Nineteenth-Century Britain.* Cambridge, Cambridge University Press, 147–165.; Laurel Brake: The Changing Review. In: *uo.*, 47–65.
  46. HOPKIN, D. (1970): Domestic Censorship in the First World War. 5 *Journal of Contemporary History* 152–153.
  47. HUBERT, J. (2016): Marketingmérés – két eset az on-line marketing világból, <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2468/1/VT2016n9p41.pdf>, 44.  
A web 2.0 szabályozási kérdéseiről
  48. KELEMEN, R. (2020a): A különleges jogrend történeti modelljeinek kialakulása és fejlődése a 20. század második évtizedének végéig. In: Farkas Ádám – Kelemen Roland (szerk.): *Szkülla és Kharübdisz között. Tanulmányok a különleges jogrend elméleti és pragmatikus kérdéseiről, valamint nemzetközi megoldásairól.* Budapest, Magyar Katonai Jogi és Hadijogi Társaság, 2020. 44–49.
  49. KELEMEN, R. (2020b): Sajtórendészet különleges jogrend idején. *Az első világháborús különleges sajtórendészet a külföldi és a hazai szabályok és gyakorlat tükrében* *In Medias Res* 2020/2 • 6, 280–307, IX. évf. 2. szám
  50. KELLER, P. (2011): *Európai és nemzetközi médiajog: liberális demokrácia, kereskedelem és az új média.* Oxford University Press, p. 495. ISBN 9780198268550 (*European and*

- International Media Law: Liberal Democracy, Trade, and the New Media. Oxford University Press, p. 495. ISBN 9780198268550)
51. KENDE, T. – SZÚCS, T. (2011): *Bevezetés az Európai Unió politikáiba, 2011*, Complex Kiadó, Budapest
  52. KLEIN, T. (2012): Adalékok a Horthy-korszak sajtórendészeti szabályozásához I. (1919–1931). *In Medias Res*, 2012/2., 182–198.;
  53. KLEIN, T. (2013): Adalékok a Horthy-korszak sajtórendészeti szabályozásához II. Sajtószabadság és/vagy nemzetérdek – egy „öncélú nemzeti állam” sajtószabályozása (1932–1936). *In Medias Res*, 2013/1., 45–65.;
  54. KLEIN, T. (2015): A Magyar Rádió, a hírszolgálat és a film a koalíciós korszakban (1945–1948). In: Paál Vince (szerk.): *A sajtószabadság története Magyarországon 1914–1989*. Budapest, Wolters Kluwer, 2015. 364–385.
  55. KLEIN, T. (2016): A tárhelyszolgáltató „omnipotens” felelőssége, mint alkotmányjogi problematika. A harmadik személy tartalmáért való szolgáltatói felelősség az interneten. In: Koltay A – Török B (2016): *Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején 3*. Budapest, Wolters Kluwer, 2016. 349–374.
  56. KLEIN, T. (2018): A web 2.0. egyes szabályozási kérdései – különös tekintettel az alkotmányjogi vonatkozásokra. In: Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia-és cyberjog néhány aktuális kérdéséről*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 2018, pp. 41–51.
  57. KLEIN, T. (2020): *Sajtószabadság és demokrácia* (Budapest, Gondolat és Dialóg Campus, 2020. 554 oldal, ISBN: 978 963 556 020 2)
  58. KOLTAY, A. (2009): *A szólásszabadság alapvonalai – magyar, angol, amerikai és európai összehasonlításban*. Budapest, Századvég, 2009. 30.
  59. KOLTAY, A. – NYAKAS, L. (Szerk, 2012): *Magyar és az európai médiajog*. Kiadó: CompLex, 2012. p. 929.
  60. KOLTAY, A. (2014, szerk): *Media Freedom and Regulation in the New Media World* (Budapest, Wolters Kluwer, 2014. 596 oldal, ISBN 978 963 295 400 4)
  61. KOLTAY, A. – TÖRÖK, B. (szerk., 2015): Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején 2. (Budapest, Wolters Kluwer, 2015. 736 oldal, ISBN 978 963 295 515 5). *In Medias Res* 2016/1 • 17, 168–170
  62. KOLTAY, A. (2017): Az internetes kapuőrök és az Emberi Jogok Európai Egyezményének 10. cikke – a sajtószabadság új alanyai. *Állam-és Jogtudomány*, 2017/4., 129–140.
  63. KOMÁROMI, L. (2003, szerk.): *Doktori iskola, prelegálások 2: Tanulmányok, kommunikációk, recenziók és a PhD. közlemények*. Budapest, Szent István Társulat, 2003. pp. 79–101.
  64. KOMÁROMI, L. (2012): Representation, participation and popular sovereignty: The role of citizens in the constitution-making processes at the turn of the 18th and 19th century. In: Diana Repeto García (szerk.): *Las Cortes de Cádiz y la Historia Parlamentaria: The Cortes of Cadiz and Parliamentary History*. Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2012. 753–764.
  65. KOMÁROMI, L. (2013a): Good Governance and Direct Democracy: Examples and Lessons from Past and Present. *Iustum Aequum Salutare*, 2013/2. 107–115.
  66. KOMÁROMI, L. (2013b): The Idea of Popular Sovereignty and the Different European Traditions of Direct Democracy. In: Janwillem Oosterhuis – Emmanuel van Dongen (szerk.): *European Traditions: Integration or Disintegration?* Nijmegen, Wolf Legal Publishers, 2013. 221–231.
  67. KOMÁROMI, L. (2014): Representative Government and Direct Democracy: Italy and the Main Direct Democratic Traditions in Europe in the 19th–20th Centuries. *Iustum Aequum Salutare*, 2014/2. 145–153.

68. KOMÁROMI, L. (2015): Establishment, Evolution and Interaction of Modern Direct Democratic Traditions. 2 *Giornale di Storia Costituzionale / Journal of Constitutional History* (2015) 59–72.
69. Középtávú digitális fogyasztóvédelmi stratégia, 3.1.4 pont (2018): [http://www.gvh.hu/data/cms1039191/GVH\\_Statergia\\_Digitalis\\_fogyved\\_startegia\\_2018\\_09\\_27.pdf](http://www.gvh.hu/data/cms1039191/GVH_Statergia_Digitalis_fogyved_startegia_2018_09_27.pdf).
70. KÓHIDI Á (2016): A jogsértő internetes tartalommal szembeni jogi eszközrendszer. In: Koltay András – Török Bernát: *Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején 3.* Budapest, Wolters Kluwer, 2016. 380.
71. Kreatív Európa Program 2014-2020, <http://www.kreativeuropa.hu/> [https://hu.wikipedia.org/wiki/Az\\_Eur%C3%B3pai\\_Uni%C3%B3\\_audiovizu%C3%A1lis\\_politik%C3%A1ja](https://hu.wikipedia.org/wiki/Az_Eur%C3%B3pai_Uni%C3%B3_audiovizu%C3%A1lis_politik%C3%A1ja) [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/television-programming\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/television-programming_en)
72. LADD, C. (2017): There Is No Free Speech Crisis on Campus. *Forbes*, 2017. szeptember 23, <https://www.forbes.com/sites/chrisladd/2017/09/23/there-is-no-free-speech-crisis-on-campus/#6593e74428cb>
73. LIBER, Á. (2013): A közvetítő szolgáltatók felelőssége a szellemi tulajdon megsértéséért az Európai Unióban. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 2013/3., 31.
74. LUKIANOFF, G. – HAID, T. J. (2015): The Coddling of the American Mind: In the Name of Emotional Well-Being, College Students Are Increasingly Demanding Protection from Words and Ideas They Don't Like. *The Atlantic*, 2015. szeptember, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2015/09/the-coddling-of-the-american-mind/399356>.
75. LIPSON, C. (2016): The Death of Campus Free Speech – and How to Revive It. *Real Clear Politics*, 2016. június 28. [http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/06/28/the\\_death\\_of\\_campus\\_free\\_speech\\_-\\_and\\_how\\_to\\_revive\\_it\\_131029.html](http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/06/28/the_death_of_campus_free_speech_-_and_how_to_revive_it_131029.html).
76. MAJEED, A. (2009): The Misapplication of Peer Harassment Law on College and University Campuses and the Loss of Student Speech Rights. 35 *Journal of College and University Law* (2009) 385.
77. MATLÁRY, J. H. (2007): *When a might becomes a human right. Essays on Democracy and the Crisis of Rationality.* Leominster, Gracewing, 2007. xii.
78. MEZEI, P. – NÉMETH, L. (2012): A fájlcsere és a netes semlegesség kihívása a szerzői jog és információs társadalom viszonyára. *Információs Társadalom*, 2012/3., 104.
79. MILL, J. S. (2003): *On Liberty.* Edited by Bromwich, D. Kateb, G., Yale University Press, London, available at: <https://www.amazon.com/Liberty-Rethinking-Western-Tradition/dp/0300096100?asin=0300096100&revisionId=&format=4&depth=1>
80. MONORI, Zs. (2018): Influencerek: kik ők és honnan jöttek? *NMHH*, 2018. május 25.; [http://nmhh.hu/cikk/195715/Influencerek\\_kik\\_ok\\_es\\_honnan\\_jottek](http://nmhh.hu/cikk/195715/Influencerek_kik_ok_es_honnan_jottek).
81. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának ajánlása a termékmegjelenítés szabályainak alkalmazásáról, 2011. július 20., módosítva 2011. szeptember 1. ([http://www.mediatanacs.hu/oldal.php?menu\\_id=699](http://www.mediatanacs.hu/oldal.php?menu_id=699)) Uo., 2. 10 Uo., 2
82. NIETZSCHE, F. W. (2010): Mondások és nyilak. In: *A bálványok alkonya.* Budapest–Gödöllő, Attraktor, 2010. 7., 8. (Óvári Csaba ford.) *A bálványok alkonya* alcíme: *Miként filozofálunk a kalapáccsal.*
83. NYAKAS L (2015): A Facebook leporolt közösségi irányelvei: globális versus nemzeti médiaszabályozás? *MTMI*, 2015. április 8. [http://nmhh.hu/cikk/192573/A\\_Facebook\\_leporolt\\_kozossegi\\_iranyelvei\\_globalis\\_versus\\_nemzeti\\_mediaszabalyozas](http://nmhh.hu/cikk/192573/A_Facebook_leporolt_kozossegi_iranyelvei_globalis_versus_nemzeti_mediaszabalyozas).
84. PÁZMÁNDI, K. (2012): A kereskedelmi kommunikáció és a médiapiac ‘Tények’ és normatív ‘ellensúlyok’. *In Medias Res* 2012/1 • 4, 67–79



- <https://media-tudomany.hu/wp-content/uploads/sites/13/2017/11/media-tudomany-a-kereskedelmi-kommunikacio-es-a-mediapiac-cikk-14.pdf>
85. PETHŐ, B. (1994): A deviancia történelmi konstrukciója – Derrida Rousseau-olvasata nyomán. In: Lendvai L. Ferenc (szerk.): *Társadalomtudomány és filozófia*. Budapest, Áron, 1994. 11–56. Rousseau személyiségrajzához különösen: 48.
  86. POGÁCSÁS, A. (2020): Modern jogérvényesítés vagy modern cenzúra? A weboldalak blokkolásának újabb tanulságai. *In Medias Res* 2020/1 • 7, 165–177, 2020 Június
  87. POLYÁK, G. (2001): Az internet az európai médiaszabályozásban (2001) 39. (<http://www.jogiforum.hu/publikaciok/33>); és
  88. POLYÁK, G. (2003): A digitalizáció hatásai a médiaszabályozásra. *Jel-Kép*, 2003/2. 39–55.
  89. RAGNER, B. (1940): The Talk of Paris „Anastasié”: Censorship is Considered Fair Game for the Gibes of the Controlled Press. *The New York Times Magazine*, 1940. február 25. 98.
  90. ROEDEDER, C. J. (2020): Véleménynyilvánítás a jogi kar kampuszán: a kalapács vagy a bontógolyó beszél valójában? *In Medias Res* 2020/1 • 2, 15–83; 2020. JÚNIUS  
Assistant Professor, University of Dayton School of Law; vendégoktató, University of the Witwatersrand School of Law. *A cikk eredeti címe és megjelenési helye:*  
Free Speech on the Law School Campus: Is It the Hammer Or the Wrecking Ball That Speaks? 15 *University of St. Thomas Law Journal* (2018) 26. A magyar fordítást a szerzők hozzájárulásával közöljük.
  91. ROUSSEAU, J-J. (1958): *A társadalmi szerződés*. Ford. Mikó Imre. Kolozsvár, Bibliotheca, 1958. p 266, p 388, pp. 392–393.
  92. SAJTOS, L. – MITEV, A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Üzleti Szakkönyvtár. Alinea Kiadó. P. 398.
  93. SORRIE, C. (2014): *Censorship of the Press in France 1917–1918*. London, London School of Economics and Political Science, 48.
  94. SCHANDA, B. (2017): Blaszfémia – a szólásszabadság határa? *In Medias Res* 2016/1 • 8, 79–84
  95. SCHAUER, F. (2014): A demokrácia és a szólásszabadság határai, CompLex Kiadó
  96. STONE, G. R. (2006): Freedom of the Press in Time of War. 59 *SMU Law Review* 1666.
  97. SZIKORA, T. (2012): A műsorszámok közben megjelenő kereskedelmi üzenetek. Új elemek és technikák a kereskedelmi közlemények gyakorlatában.  
*In Medias Res* 2012/2 • 10, 334–348. Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának jogi munkatársa. E-mail: szikora.tamas@mediatanacs.hu.
  98. SZLADITS, K. (1941): Jogszabálytan. In: Szladits Károly (szerk.): *A magyar magánjog I. Általános rész, személyi jog*. Budapest, Grill Károly, 1941. 138.
  99. TÁRCZY, E. (2012): A UCP irányelv és implementálása a nemzeti jogrendszerekbe. *Miskolci Jogi Szemle*. 7. évfolyam (2012) 1. Szám, pp. 143-157.  
Egyetemi adjunktus, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Jog- és Államtudományi Kar. E-mail: pogacsas.anett@jak.ppke.hu
  100. TÓTH, T. (2009, szerk.): *A reklámjog nagy kézikönyve*. Budapest, Complex, 2009.
  101. TÓTH, A. (2005): A digitális televíziózás versenyjogi és elektronikus hírközlésjogi vonatkozásai. *Infokommunikáció és Jog*, 2005/5. 149–158.
  102. TÓTH, A. (2018): A web 2.0 versenyjogi vonatkozásai. In: Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia-és cyberjog néhány aktuális kérdéséről*. Budapest, Média-tudományi Intézet, 2018, pp. 51–67.
  103. TRIPS: A szellemi tulajdonjogok kereskedelmi aspektusairól 1994. április 15-én aláírt Marrakeshi Egyezmény (a továbbiakban: TRIPS), amelyet Magyarországon az 1998. évi IX. törvény hirdette ki, l. 50. cikk 1. bek.
  104. TURGONYI, Z. (2012): A természetjog rehabilitálása felé – Gondolatok Frivaldszky János új könyvének kapcsán. *Jogelméleti Szemle*, 2012/1.
  105. UDVARY, S. (2008): *Alkotmányos médiajog*. Budapest, KRE ÁJK – ORTT, 2008. 36–37.

106. UDVARY, S. (2012): Citizens United – Nem európainak való vidék A társaságok független részvétele a politikai kampányokban, *In Medias Res* 2012/2 • 4, 211–240, I. ÉVFOLYAM, 2. SZÁM
107. UDVARY, S. (2015): *Pro Actione Collectiva*. Budapest, Patrocínium, 2015. 43., 135.
108. UDVARY, S. (2020): *Könyvismertetések* Klein Tamás: Sajtószabadság és demokrácia című művéről. Budapest, Gondolat és Dialóg Campus, 2020. 554 oldal, ISBN: 978 963 556 020 2. *In Medias Res* 2020/2 • 10, 357–359, IX. évf. 2. szám.
109. WELCH, D. (2014): *Germany and Propaganda in World War I: Pacifism, Mobilization and Total War*. London, I. B. Tauris, 33.
110. VOLOKH, E (1997). "What Speech Does 'Hostile Work Environment' Harassment Law Restrict?". *Geo. L.J.* 85: 627.
111. VOLOKH, E. (2020): *The First Amendment and Related Statutes* (7th ed. 2020) UCLA School of Law, Los Angeles.
112. Z. KARVALICS, L. (2003): *A médiapolitika helye az információs társadalom politikájában*. In Enyedi Nagy Mihály – Polyák Gábor – Sarkady Ildikó (szerk.): Médiakönyv. Budapest, Enamiké, 2003. 85–93

### Hivatkozott jogszabályok

113. 2010. évi CLXXXV. (185.) törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról, II. Fejezet: A törvény alapelvei.  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000185.tv>
114. /84/450/EGK tanácsi irányelv, Európai Tanács
115. /89/552/EGK, Európai Tanács
116. 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/ EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”).
117. 98/27/EK
118. 2002/65/EK
119. 2005/ 29/EC on Unfair Commercial Practices. Brüsszel, 4.12.2009 SEC (2009) 1666 final (a továbbiakban: Iránymutatás 2009), 1.2 pont.7. Commission Staff Working Document Guidance on the Implementation/Application of Directive
120. 2006/2004/ EK
121. 2016/2276 (INI) Európai Parlament 2017. június 15-ei állásfoglalása az online platformokról és a digitális egységes piacról
122. C-304/08. sz., *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV kontra Plus Warenhandels-gesellschaft mbH* ügyben 2010. január 14-én hozott ítéletet.
123. Európai Parlament és az Európai Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.)
124. Európai Parlament és az Európai Tanács 2004/48/EK irányelve (2004. április 29.) a szellemi tulajdonjogok érvényesítéséről ( Jogérvényesítési irányelv), 3. cikk 1–2. bek.
125. Európai Parlament és az Európai Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól
126. Európai Parlament és az Európai Tanács 2007/65/EK irányelve (2007. december 11.)
127. Európai Parlament és az Európai Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv).

128. Európai Unió 2005-ös (UCP)2 irányelve, a jogrendszerében a kereskedelmi gyakorlatok fogalmát és az azok tisztességtelenségére vonatkozó szabályokat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat tiltó irányelv
129. ORTT 1467/2002. (X. 3.) sz. elvi jellegű határozata
130. 1270/B/1997. AB hat.,
131. 23/2010. (III. 4.) AB hat.

## M2. Táblázatok jegyzéke

<b>Táblázat 1:</b> A Közzolgálati Médiaszolgáltatók működési bevételei, összetétele országonként, millió euróban, és százalékban, 2008-2017 között .....	44
<b>Táblázat 2:</b> Korrelációs Mátrix .....	46
<b>Táblázat 3:</b> KMO és Bartlett's Test érték .....	50
<b>Táblázat 4:</b> Anti-image Mátrix.....	51
<b>Táblázat 5:</b> A változók teljes magyarázata (Total Variance Explained).....	53
<b>Táblázat 6:</b> Rotációs komponens mátrix.....	54
<b>Táblázat 7:</b> Országok osztályozása (Cluster Membership).....	55
<b>Táblázat 8:</b> Összegzés (Case Processing Summary).....	58
<b>Táblázat 9:</b> Leíró statisztikák (Descriptive Statistics) .....	59
<b>Táblázat 10:</b> Az előfizetési díjak és a közalapítványi támogatások megoszlása a közzolgálati médiaszolgáltatók teljes bevételeiben az EU-29 tagországokban százalékban 2017-ben .....	83
<b>Táblázat 11:</b> Összesítés (Case Summary).....	109

### **M3. Ábrák jegyzéke**

<b>Ábra 1:</b> Országok osztályozása .....	56
<b>Ábra 2:</b> Országok osztályozása (Dendrogram using Ward Linkage).....	57
<b>Ábra 3:</b> A közszolgálati médiaszolgáltatók országonkénti teljes működési bevételei, közpénz-jövedelmei, kereskedelmi jövedelmei és a GDP változásai közötti összefüggések.....	60
<b>Ábra 4:</b> Közszolgálati Médiaszolgáltatók teljes működési bevételei, országonkénti bevételei és a kereskedelmi jövedelmei közötti összefüggések.....	86
<b>Ábra 5:</b> Közszolgálati Médiaszolgáltatók teljes működési bevételei, előfizetési díjak és az infláció közötti összefüggések .....	104