

Polonyi Artemisz – Doleschall Miklós

Az Európai Unió audiovizuális politikája



Kivonat

2005. április

Bevezetés az audiovizuális politikába

Az audiovizuális politika alapvetően a televíziózás, a filmkészítés és a filmforgalmazás szabályozása, de ide tartozik még a rádiózás is. Az audiovizuális szektor és a hozzá kapcsolódó politika nem összekeverendő az Információs Társadalom fogalmával, amely elsősorban az elektronikus kommunikációra (és ezen belül az Internetre) vonatkozik. Kétségtelen, hogy a hétköznapi értelemben vett digitális technológiák (például Internet, kábeltelevízió, DVD) megjelenése óta a két terület között vannak átfedések. Az audiovizuális tartalom például egyaránt vonatkozik a televízióra és a világhálóra is, és ma már a hagyományos értelemben vett audiovizuális produktumok (mozgókép- vagy hanganyagok) sem csak a televízión vagy rádión keresztül elérhetőek.

A nyolcvanas évek első felében, azon túl, hogy felismerték az audiovizuális szektor gazdasági és kulturális jelentőségét, a műholdas közvetítés felfedezése, és az audiovizuális kereskedelemben az Egyesült Államokkal szembeni lemaradás gyors növekedése készítette a Közösséget arra, hogy aktívan foglalkozzon ezzel a területtel.

Az Európai Tanács 1989-ben adta ki a Határok Nélküli Televíziózás Direktívát (Television Without Frontiers Directive), amelynek célja az egységes televízió-közvetítési piac megvalósítását szolgáló szabályozási feltételek megteremtése volt. Emellett a Közösség 1990-ben elindította a MÉDIA programot, amely az európai televíziós programgyártás protekcionista támogatását biztosította.

A politikai fejlődés következő állomása az 1993. november 1-én hatályba lépett Maastrichti Szerződés, amely az audiovizuális szektort beemelte a kulturális politikai tevékenység területei közé. Ez jelent jogalapot ahhoz, hogy a Közösség pénzügyi támogatást adjon az audiovizuális szektorban megvalósuló programokra, illetve a tagállamok közötti együttműködés elősegítésére.

Az audiovizuális politika három területe:

1. Keret szabályozás a televízió-közvetítés egységes piac tényleges megvalósításáról, illetve a kiskorúak védelme az ártalmas audiovizuális tartalomtól.
2. Európai szintű támogatási rendszer, amely kiegészíti a létező nemzeti szinteket.
3. Külső viszonyok, különösen az európai kulturális érdek védelme a Világkereskedelmi Szervezetben

A kilencvenes években megjelent digitális technológiák, illetve az a tény, hogy az ártalmas tartalmakhoz való hozzáférés nemzetközi szinten növekszik (ez főleg a világhálóra vonatkozik), újabb kihívást jelentettek az európai társadalmaknak. Az Európai Bizottság 1997 kiadta a Határok Nélküli Televíziózás Direktíva módosítását.

Az Európai Bizottság 1999-ben publikálta az Elvek és iránymutatás a Közösség audiovizuális politikájához a digitális korban című dokumentumot, amely a politika korábbi alapelveit és jövőjét határozza meg. Ez tartalmazza például azt az elvet, hogy az Európai Bizottságnak az állandó digitális technológiai fejlődés miatt kétévente jelentést kell benyújtani az irányelv alkalmazásáról, és szükség esetén további javaslatokat kell tenni. A legutóbb például annak a meghatározását szorgalmazták, hogy miként kellene alkalmazni a direktíva előírásait az új reklámozási technikák esetében.

A digitális technológia fejlődésének és az Internet megjelenésének köszönhetően az audiovizuális tartalom már nemcsak a televízión vagy a rádión keresztül hozzáférhető. Ez a szabályozás területén is problémát okoz. Ugyanis az Internet egyszerre jelenik meg az elektronikus kommunikációra (terjesztés) és a tartalom miatt audiovizuális szektorra vonatkozó szabályozásban. A Bizottságnak 2005. áprilisig kell elkészíteni az úgynevezett információs struktúrákról szóló jelentést.

Az audiovizuális szektor gazdasági és kulturális jelentősége

Az audiovizuális szektor már a csatlakozások előtt, a kilencvenes évek végén is több mint egymillió embert foglalkoztatott az Európai Unióban. Ennek több mint egyharmada magasan képzett szak-ember. Ezen kívül a technológiai fejlődés (videókazetták, DVD, kábeltelvízió) gazdasági növekedést is eredményezett. A filmekhez való könnyebb hozzáférés azonban nem csökkentette a mozik látogatottságát. Sőt, éppen ellenkezőleg, a multiplexek megjelenésével újjászületett a mozi. Például egyetlen év alatt (1997-ről 1998-ra) 760 millióról 814 millióra (7 százalékkal) növekedett az eladott mozijegyek száma.

Ezzel együtt az európai audiovizuális ipar komoly lemaradásban van az amerikaival szemben. Az Egyesült Államokból érkezők produkcióknak – tagállamonként eltérően – 60 és 90 százalék közötti részarányuk van az európai audiovizuális piacon (jegyeladások, videokazettákkal és DVD-vel való kereskedelem és a televíziós programok jogdíjai). Ezzel szemben az európai termékek részesedése az amerikai piacon a 2 százalékot sem éri el. Az Európai Unió audiovizuális kereskedelmi deficitje az Egyesült Államokkal szemben 7 milliárd euró, azaz több mint 1700 milliárd forint, amely a magyar költségvetés 30 százaléka.

Az audiovizuális szektornak nemcsak gazdasági jelentősége van, de társadalmi és kulturális kulcsszerepet is játszik, mivel a televíziózás a legfontosabb információforrás és szórakozási lehetőség az európai társadalmakban. A háztartások 98 %-ában van televízió-készülék, és egy átlag európai 1998-ban több mint napi 200 percet tévézett. A gyermekek esetében ez a szám még nagyobb. Azonban a televíziózásnál is többet hallgatnak rádiót az európaiak. Ráadásul utóbbit megbízhatóbb hírforrásnak tartják, mint bármelyik más médiumot, bele értve a nyomtatott sajtót is. Az audiovizuális média kulcsszerepet játszik a demokratikus társadalmak életében. Nem egyszerűen informál a világ eseményeiről, de segít az embereknek, hogy hogyan értékeljék azokat. A média társadalmi értékeket közvetít.

Határok nélküli televíziózás direktíva

A Határok nélküli televíziózás direktíva (Television without Frontiers Directive, TWFD) gyakorlatilag egy keretjogszabály, amelynek az elsődleges célja, hogy kialakítsa a szükséges feltételeket a televíziós közvetítések Közösségen belüli szabad mozgásához. Emellett a direktíva biztosítani szándékozik a kiskorúak és az emberi méltóság védelmét az ártalmas audiovizuális tartalomtól. Ezek az irányelvek jelentik a nemzeti intézmények részére a kötelező szabályozási kereteket.

A vételi szabadság

A tagállamoknak biztosítani kell a vételi szabadságot, nem korlátozhatják a vételi lehetőségeket. A direktíva hatálya alá eső okok miatt (kiskorúak és az emberi méltóság védelme, illetve a választás joga) nem akadályozhatják a más tagállamból érkező műsorok sugárzását.

Az előírás biztosítja továbbá, hogy tagállamra vonatkozó azon események, amelyek a társadalomnak kiemelt fontosságúak (Olimpiai Játékok, labdarugó világ- és Európa-bajnokság vagy például parlamenti közvetítés), nem lehet olyan módon közvetíteni, hogy abból a tagállam népességének jelentős részére ki legyen zárva.

A televíziós adások terjesztésének és gyártásának előmozdítása

A műsorszolgáltatóknak európai (uniós) alkotások részére biztosítani kell a műsoridejük több mint 50 %-át. A műsoridő számításába nem tartoznak bele a hírekre, sporteseményekre, játékokra, és a reklámra szánt idő. A kitűzött cél eredetileg az európai kulturális diverzitás hirdetése, amely lényegében nem valósul meg, mivel az országok többségében a saját készítésű programok jelentik az európai alkotásokat.

Magyarországon az olasz és német sorozatok mellett a saját készítésű show-műsorok, illetve kötelezővé tett magyar sorozatok jelentik az európai alkotásokat. Fontos, hogy ez a fejezet csak azokra a televíziókra vonatkozik, amelyek a nemzeti hálózat részét képezik (országos földi sugárzású adók).

Reklámszabályozás

A Határok nélküli televíziózás direktíva megkülönbözteti a reklámokat, a távértékesítést, a közszolgálati közleményt, a saját műsorok reklámozását, és a szponzorálást. A reklám két jellemzője, hogy fizetnek érte és egy termék értékesítésének elősegítése a célja. Ezzel szemben a közszolgálati közlemény ingyenes, és társadalmi célú.

A távértékesítésnek azokat a hirdetéseket, illetve műsorokat nevezzük, amikor a közönségnek bemutatnak, közvetítenek egy telefonon keresztül megrendelhető árut. Az ilyen jellegű programok legfeljebb egyórásak lehetnek. Vannak olyan televíziók, amelyek teljes egészében ilyen típusú műsorra specializálódtak. Ezekre a csatornákra más előírások vonatkoznak.

Szponzorálásról beszélünk, amikor egy szervezet hozzájárul egy televíziós műsor elkészítéséhez. Ez esetben fel kell tüntetni a szponzor nevét vagy lógóját, de a nézőt a filmen belül semmi nem ösztönözheti a szponzoráló cég termékeinek vagy szolgáltatásainak a megvételét.

Alapvető követelmény, hogy a reklámblokkokat jól láthatóan meg kell különböztetni az adásidőn belül. Emellett a reklámok nem alkalmazhatnak tudat alatt befolyásoló technikákat, nem sérthetik az emberi méltóságot, és nem ösztönözhet egészségre, biztonságra vagy környezetre káros viselkedésre. A burkolt reklámozás is tilos, amely azt jelenti, hogy egy műsorban egy terméket vagy márkanévet nem lehet szavakban vagy képekben megfogalmazni, bemutatni.

A rendelkezés fontos része a reklámidő-szabályozás. A reklám és távértékesítés együttvéve nem haladhatja meg a napi adásidő 20 százalékát, de a reklámok önálló részesedése is legfeljebb csak 15 százalék lehet. A hirdetéseket viszonylag egyenletesen kell elosztani a nap 24 órájában, ugyanis a hatvan percre eső reklámok is legfeljebb az adásidő 20 százalékát tehetik ki. A reklámblokkok csak a bizonyos esetekben szakíthatnak meg egy teljes műsort. A játékfilmekben belül csak minden eltelt 45 perc után lehet reklámozni. A bármilyen hosszúságú vallási műsorokat, illetve a harminc percnél rövidebb időtartamú hír és aktuális témájú műsorokat, a dokumentumfilmeket és gyermekprogramokat pedig egyáltalán nem lehet megszakítani hirdetéssel.

Cigaretta és más dohányárak reklámozása teljes mértékben tiltott. A gyógyászati termékek és alkoholtartalmú italok hirdetése is korlátozva van. Utóbbi reklámfilmek az alkoholfogyasztást nem kapcsolhatja össze a járművezetéssel, nem kelthetik azt a benyomást, hogy hozzájárul a társadalmi és szexuális sikerekhez, és nem ösztönözhetnek mértéktelen italfogyasztásra.

Kiskorúak és az emberi méltóság védelme, és a válaszadás joga

A tagállamoknak biztosítani kell, hogy a televíziós műsorok nem károsíthatják súlyosan a kiskorúak fizikai, értelmi vagy erkölcsi fejlődését. Ez a meghatározás viszont eléggé puha, emiatt az Európai Unió fontosnak tartja az önszabályozást, a családbarát műsornézési elveket és az olyan értékelési rendszer kialakítását, amely alapján minden műsornál feltűntetik az ajánlott korhatárt.

Ha egy műsor nem felel meg a kiskorúak védelmének, tehát brutalitást vagy pornográf elemeket tartalmaz, akkor azt olyan adásidőben kell sugározni, amikor a gyermekek normális körülmények között nem láthatják. Emellett az új televíziókészülékeket fel kell szerelni egy olyan technikai eszközzel, amellyel a szülők ki tudják szűrni ezeket a műsorokat.

Emellett az adások nem tartalmazhatnak semmiféle gyűlöletre uszítást faji, nemi, vallási vagy nemzetiségi alapon. Természetesen az önszabályozás kitérhet az emberi méltóság további védelmére.

Minden tagállamban jogot kell kapni a válaszadásra vagy egyenértékű jogorvoslatra, ha valakinek egy televíziós programban valótlán tények állításával megsértették a jogos érdekeit, különösen hírnevét és becsületét.

MÉDIA Program

A pénzügyi támogatás célja, hogy az európai audiovizuális ipar képes legyen érvényesülni az európai piacon. Az Európa Tanács meghirdette a MÉDIA I programot (1990-95). A pozitív eredményekre építve indították el a MÉDIA II programot (1996-2000) fókuszálva a képzésre, audiovizuális projektek fejlesztésére és terjesztésére. A MÉDIA Plusz (2001-2006) ennek támogatási mechanizmusnak a jelenlegi folytatása, amelynek a kerete 400 millió euró. A 2007-től induló időszak költségvetése már 1055 millió euró lesz. A támogatás alapelve, hogy a projekt költségvetésének legfeljebb felét finanszírozzák, eltekintve néhány kivételes esettől.

A MÉDIA program öt alprogramja:

1. Képzés, tréning
2. Gyártás-előkészítés
3. Forgalmazás
4. Promóció
5. Fesztiválok

Képzés

A Közösség a szakemberek képzés mindkét oldalát, tehát az egyént és az oktatási intézményt is támogatja. Az individuális támogatást lehet nyerni az új technikák és fejlesztések elsajátításához, a menedzsment-képzéshez, és forgatókönyvíráshoz. A támogatás intézményi oldala az iskolák és piaci szereplők partnerségének elősegítése, illetve ingyenes workshopok szervezése.

Gyártás-előkészítés

Az Unió támogatni kívánja az európai cégek egyszeri, illetve a rendszeres összeurópai projektjeit. Emellett támogatja a független, fiatal (35 év alatti) piaci szereplőket is. A támogatásnak feltétele a MÉDIA program más alprogramjában való korábbi részvétel.

Forgalmazás

Ebben a kategóriában nem-nemzeti európai témájú alkotások terjesztésére lehet támogatást nyerni. Egyaránt pályázhatnak mozik, mint vetítők, illetve azok a forgalmazó cégek, amelyek moziban, televízióban, DVD-n vagy videón (2006-ig) és online formában (2007-től) megtekinthetővé teszik a filmeket.

Promóció és fesztiválok

Ez eredetileg két különböző alprogram, de lényegileg azonosak. Például itt is követelmény a MÉDIA program más alprogramjában való korábbi részvétel. Az Unió szeretné elősegíteni az európai szakemberek kapcsolatát, tapasztalat cseréit, az európai munkák hirdetését, adatbázisok létrehozását, nagyközönséget célzó alkotások promócióját, illetve filmfesztiválok szervezését.