

**Pázmány Péter Katolikus Egyetem  
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar  
Történettudományi Doktori Iskola**

**Antal Zsolt:  
Közszolgálati média Európában  
Az állami részvétel koncepciói a tájékoztatásban 2.0**

Habilitációs tézisek

Budapest, 2023 július

## I. A téma behatárolása

A „Közszolgálati média Európában – az állami részvétel koncepció a tájékoztatásban 2.0” című tézisgyűjteményben a nemzetállam tájékoztatási monopóliumának és feladatvállalásának visszaszorulása és térvesztése, a globális piaci hatások és technológiai változások felerősödése, az újmédia<sup>1</sup> megjelenése, valamint a közönséget befolyásoló hatásmechanizmusok tükrében vizsgáljuk a közszolgálati tájékoztatást és a mediatizált társadalmi nyilvánosságban való normatív jellegű szükségszerűségét. Alaptézisünk, hogy a digitális platformok sikere minden korábbinál koncentráltabb, homogén tartalomkínálattal, illetve a közszolgálati tartalomszolgáltatók fokozatos háttérbe szorulásával járt. A negatív hatások ellensúlyozására továbbra is szükség mutatkozik olyan – a közönség igényeinek eleget tenni kívánó, műsorstruktúráját tekintve sokszínű – állami/közszolgálati csatornákra és felületekre, amelyek a digitális korban is kapaszkodókat nyújtanak azáltal, hogy célként határozzák meg az értékmegőrzés, az értékteremtés és az értéktovábbadás hármását (lásd bővebben: Antal: 2022), és iránymutatást adnak közönségük számára.

Napjainkra ugyan az információforrások száma – a tartalom megbízhatóságának visszaszorulásával egyenesen arányosan – megsokszorozódott, mégis nehezebbé vált az állampolgárok számára a közös referenciapontok megteremtése, a duális médiarendszer által korábban kínált, a rádió és a televízió műsorszolgáltatásának állami szabályozással fenntartott tájékozódás lehetősége. Az információ gyors áramlását és általános hozzáférhetőségét biztosító médiaplatformokat és tudásbázisokat egyre inkább a magánkézben lévő multinacionális, kereskedelmi célok által vezérelt vállalatok tartják fenn. A mindennapok részévé váló közösségi hálózatok használatát a nemzetállam és intézményei sem tudják nélkülözni az állampolgárokkal folytatott kommunikációban. A nemzetállami és szupranacionális (politikai) szereplők egyaránt felhasználóivá és előfizetőivé váltak a piaci logikát követő vállalatok szolgáltatásainak.

Karol Jakubowicz (2007) definíciója szerint a közszolgálati médiaszolgáltatás „(...) egy olyan szolgáltatással azonosítható, melynek keretében médiaszolgáltatásokat – a profit motivációjától és a piaci kínálattól függetlenül – ingyenesen, „alapellátásként” (basic supply) nyújtanak egyének számára, akik egy meghatározott társadalom és kultúra, egyedi közösség és demokratikus rendszer tagjaiként igényelnek (szolgáltatásokat).” A meghatározás szerint az állam által üzemeltetett közszolgálati intézmények és a közszolgálati médiaszolgáltatás egy lényegi ponton összekapcsolódnak. A közszolgálati médiának – hasonlóan bármely más közintézményhez – egy

---

1 Az értekezés szerzője – Aczél Petra (2014) érvelését elfogadva – a jelző–jelzett szó szerkezet helyett az *újmédia* kifejezést egybeírva használja. Ez ugyanis összetettebben fejezi ki a jelölt jelenségek nem időben meghatározó mivoltát és értékelését, lehetővé téve, hogy jelenségaggregátként tekintsünk a digitális médiára mint kommunikatív és kommunikáló rendszerre (Aczél 2014: 16–17).

nemzet polgárainak kell alapellátást biztosítania. Az alapellátás tárgya, tartalma a médiatartalmak szolgáltatása, amely kielégíti az állampolgárok tájékozási, szórakozási (kulturális) és közművelődési (oktatással) igényeit (lásd bővebben: Antal 2017b). Az állampolgárok azonban napjainkban már nem a televízió vagy a rádió, hanem az interneten, pontosabban a közösségi hálózatokon keresztül fogyasztják a legtöbb médiatartalmat – szükségszerű tehát, hogy az állami szereplők is megjelenjenek az újmédiaterben.

Az újmédiater, illetve a közösségi hálózatok rendkívüli hatékonysággal tölthetnek be közszolgálati funkciókat – ellensúlyozva az álhírek és dezinformációk futótűszerű terjedését. Ezt bizonyítja, hogy kivételes jelentőségű közérdekű események (pl. háborúk és világjárványok) idején a közszolgálati tartalmak iránti állampolgári kereslet jelentősen megnövekszik. Ennek oka pedig a megbízhatóság iránti igény, amelyet az állampolgárok még ma is a közszolgálatissággal azonosítanak (Bayer 2008: 11). Az elmúlt évek tapasztalatai szintén azt mutatják, hogy a nemzetállami és a szupranacionális szervezetek, illetve azok képviselőinek – politikai kommunikációval keveredett, de – közszolgálati igényű aktivitása jelentősen megnőtt a közösségi hálózatok (pl. a Facebook és a Twitter) platformjain (2020-ban a globálissá vált koronavírus-járvány alatt az állami tisztviselők és az európai uniós intézmények képviselői a közösségi hálózatokon élőben közvetített sajtótájékoztatókon keresztül igyekeztek minél több állampolgárt tájékoztatni a közegészségügyi és biztonsági intézkedésekről).

Az elmúlt évtizedben az is nyilvánvalóvá vált, hogy nemzetállami és szupranacionális szinten is megjelent az igény a technológiai óriásvállalatok határokon átívelő tevékenységének ellenőrzésére. Az Európai Bizottság által 2020 decemberében bemutatott digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály (Digital Services Act, DSA) és digitális piacokról szóló jogszabály (Digital Markets Act, DMA) jelzik, hogy az európai nemzetállamok maguk is felismerték: a többségében az Egyesült Államokban székelő multinacionális vállalatok irányítás alatt tartott digitális piac szabályozása csak közösen, európai uniós szinten biztosítható. A bizottság említett, Európai Digitális Stratégia nevű átfogó jogalkotási csomagját az Európai Parlament és az Európai Tanács is jóváhagyta, így azok 2022. november 16-án hatályba léptek azzal a vállalt céllal, hogy egységesen szabályozzák a digitális környezetet az online piacokhoz való hozzáféréstől a fogyasztóvédelmen és a felhasználók jogainak gyors és hatékony orvoslásán át a biztonságos és szabad digitális internetes környezet biztosításáig. Ennek ellenére a jogszabályok figyelmen kívül hagyták a közösségi hálózatok közszolgálati funkcióit.

A jelenlegi értekezésünk célja a fentieknek megfelelően a közszolgálatosság, mint napjainkban is releváns értékhozó koordinátáinak felvázolása és az értékrend érvényesülését befolyásoló 21. századi koncepciók, tervek, értelmezések és problémák feltárása, illetve konkrét példák és modellek ismertetése, az összefüggéseket feltárni képes értekezés kialakítása volt. Így nem foglalkozunk a politikai pártosság kérdéseivel, amelyek az intézményi működést és

finanszírozását, a kormányzati befolyást, valamint a tartalom kvantitatív elemzéseit helyezik a középpontba.

Abból indultunk ki, hogy közszolgálati tájékoztatásra az információbőség és a közösségi hálózatok uralta újmédiatér korában nagyobb szükség van, mint valaha, érvelésünk szerint azonban ez nem működhet az állam szabályozó, szubvencionáló, intézményeket működtető részvétele nélkül, még akkor sem, ha a közösségi tájékoztatás megvalósításában az állam mellett az egyes állami fenntartásban működő intézmények (közigazgatási hivatalok, színházak, múzeumok stb.) és a piaci szereplők is egyre hatékonyabban képesek közreműködni. A duális médiarendszer felbomlásával egyre kevésbé biztosítható a demokrácia működése és működtetése szempontjából szükséges sokoldalú médiatartalom előállításának folyamatossága és az állampolgári tájékozódás lehetősége. Az újmédiatérben már nem különíthető el a közszolgálati és kereskedelmi (műsor)szolgáltatás. Egyfajta hibrid rendszer jött létre, ahol a nemzetállamok maguk is aktív használói váltak a multinacionális kereskedelmi vállalatok platformjainak és szolgáltatásainak.

Az értekezés szándékolt célja tehát, hogy a közszolgálati tájékoztatás társadalmi szerepét és hatását, illetve a szabályozás bizonyos kérdéseit a közösségi szolgálat és állami-közösségi kontroll kritériumainak és gyakorlati módozatainak előtérbe állításával közelítse meg. Az értekezés további célkitűzése, hogy számot vessen a közszolgálati szükségességét megkérdőjelező – általában véve a piaci szemléletből adódó – szakmai álláspontokkal. Külön igyekeztünk a közszolgálati gyakorlati érvényesülésére vonatkozó ellentmondásos Európai Uniói médiapolitikát és az Európa Tanács gyakran súlytalan és hatástalan javaslatát a nemzetállamok közszolgálati tájékoztatáshoz fűződő érdekeivel összefüggésben vizsgálni. A közszolgálati évtizedek óta meglévő identitáskeresését és függetlenségi törekvéseit többek között a kritikai autonómia, a nemzeti társadalmi integráció és identitás dimenzióin, illetve a kultúra és értékválasztás kérdéskörén belül vizsgáltuk. A feldolgozásokban mindvégig a közszolgálati makroszintű, teoretikus alapokra helyezett állapotfelmérésére törekedtünk, de az elméleti felépítményt az egyes részek esetében empirikus adatokkal is megtámogattuk.

Ezen célok meghatározottságában összeállított értekezés fontos kiindulópontokat kíván közvetíteni a közösségi tájékoztatás működése, társadalmi szerepe és szabályozása szempontjából, segítséget nyújtva a média különböző értékrendszerek által meghatározott működésének megértéséhez, illetve a hatékony közösségi tájékoztatás alakítására irányuló törekvések értelmezéséhez. Jelen tézisgyűjtemény mindezek értelmében az állami feladatvállalás elméleti és gyakorlati területeinek szakirodalmi forrásai, és a több mint két évtizedes saját kutatói megfigyelések és elemzések strukturált összegzése.

## II. Az értekezés struktúrája

Az értekezés négy nagyobb szakaszra tagolódik:

Az *I. szakaszban* a felvilágosodástól napjainkig terjedő időhorizonton a történeti áttekintés segítségével, elsősorban az állam és a média, a piac és a média, illetve a média és befogadók kapcsolatának összefüggései vonatkozásában igyekeztünk érinteni az egyes nagyobb narratívákat és modelleket. Ennek menetében azt láttuk, hogy az állami-közszolgálati tájékoztatási modellt a második világháború után hogyan szorította fokozatosan háttérbe a magántulajdonú-kereskedelmi média, valamint a nagy technológiai korszakváltások miatt befolyásolják azóta is negatívan a hagyományos állami/közszolgálati rádió és televízió intézményeit.

Részletesen elemeztük a technológiai-intézményi változásokat, ezen belül is elsősorban a televízió és az újmédia társadalmi, illetve a befogadókra gyakorolt hatásait, különös tekintettel az ipari innovációkra adott tudományos és társadalmi válaszok folyamatos lemaradására. Megvizsgáltuk, hogy a különböző médiaüzenetek hogyan járulnak hozzá az egyéni identitás alakításához, valamint a közösség tagjainak egymás iránti megértéséhez, illetve milyen szerepet kap a közösség a minták feldolgozásában és értelmezésében. A globalizálódó médiakultúra és az identitás viszonyának kérdését a releváns szakirodalom széles körének bevonásával vizsgáltuk.

A *II. szakaszban* célkitűzésünket a demokratikus médiarendszerek ismertetésével elsősorban külföldi tájékoztatási példák komparatív értékelésével és leírásával is igyekeztünk teljesíteni, abból kiindulva, hogy a demokratikus fejlődés és a piaci viszonyok töretlensége miatt leginkább a kontinens liberális demokráciái alkalmasak a klasszikus értelemben vett közszolgálati tájékoztatás helyzetének és perspektíváinak tanulmányozására és gyakorlatban történő alkalmazására.

A demokratikus tájékoztatáshoz szükséges szabályozási feltételek bemutatásával a dolgozat eredeti célkitűzéseinek megfelelően feltártuk, hogy az állam mellett a piaci önszabályozás és az együttes szabályozás hogyan járulhat hozzá a nagy demokratikus tájékoztatási modellek működtetéséhez. A bemutatás során egyúttal felszínre kívántuk hozni az állam monopóliumellenes és a piacokonform viselkedésének ellentmondásos párhuzamosságait.

A demokratikus médiarendszerek pozitív példáiként látjuk a sokszínűség és a tájékozódás demokratikus rendszere iránti állami elköteleződés európai koncepcióit az állami sajtótámogatási rendszerek feldolgozásában. Ennek alapjaként használt nemzetközi szakirodalom szintézise mellett került sor a sajtólapok hatásának általános és – a kiemelkedő hatékonyságú norvég modell – részletes bemutatására. A konkrét példa kiválasztása során azzal az előfeltevéssel éltünk, hogy a norvég sajtó társadalmi értékhierarchia csúcsán elfoglalt pozíciójának köszönhetően hívták életre az állami szubvenciók rendszerét, s a támogatások hatására volt képes a norvég sajtó a globális szinten általánossá vált lapbezárásokat évtizedeken át mérsékelni, illetve az új generációk számára az internetes tartalmat mint alternatív tájékozódási forrást biztosítani, az újmédiát, illetve a közösségi hálózatokat pedig a közszolgálati funkció kiterjesztésére alkalmazni.

A *III. szakaszban* a közjó értelmezését és védelmét ellátó állami feladatvállalás kapcsán megjelenő interpretációk, szakmai felfogások bemutatását tűztük célul, mindvégig törekedve a közszolgálatosság makroszintű, teoretikus alapokra helyezett állapotfelmérésére, az elméleti felépítményt az egyes esetekben empirikus adatokkal is megtámogatva.

Az anyagban áttekintettük a közszolgálatosság definiálására törekvő szakirodalmat, számot vetve a közszolgálatosság szükségességét megkérdőjelező álláspontokkal. Kitértünk a közszolgálati média feladatteljesítését érintő veszélyekre, kihívásokra, illetőleg törekedtünk rávilágítani e veszélyek és kihívások társadalmi hatásaira. A közszolgálatosság identitáskeresését és függetlenségi törekvéseit többek között a kritikai autonómia, a nemzeti társadalmi integráció és identitás dimenzióin, illetve a kultúra és értékválasztás kérdéskörén belül vizsgáltuk.

A *IV. szakaszban* áttekintettük és értékeltük az Európai Digitális Stratégia két pillérének számító digitális szolgáltatásokról szóló (Digital Services Act, DSA) és a digitális piacokról szóló (Digital Markets Act, DMA) jogszabályt, majd kitértünk a szupranacionális szervezeteknek az értékörző közszolgálati funkció fenntartásában játszott szerepére. Norvégia példáján láthatóvá vált az is, hogy az ország közszolgálati médiahálózata hogyan alkalmazott nemzeti szinten az európai uniós szabályozáshoz hasonló jogszabályokat. Áttekintettük továbbá, hogy a nemzetállamok, illetve a nemzetállamok képviselői hogyan alkalmazzák hatékonyan az interaktivitásra épülő újmédiatér, pontosabban a közösségi hálózatoknak a közszolgálati tájékoztatásban rejlő lehetőségeit.

A köztájékoztatás fogalmi színtereit a közszolgálati feladatvállalás teoretikai szemléletrendszerén keresztül mutattuk be, feltérképezve a közszolgálatosság értelmezésének, koncepcionalizálásának két mainstream, rivalizáló interpretációját, a szélsőséges paternalista, és libertárius, piaci felfogást. Bemutattuk, hogy ez a két szembenálló megközelítés miként értelmezi a közszolgálati tartalomszolgáltatás elithez való viszonyát, milyen közönség- és befogadás-tervezéssel dolgozik, milyen felügyeleti és finanszírozási rendszert tart optimálisnak. Azt is láttuk, hogy a két felfogás milyen tartalomszolgáltatási mechanizmusokat tart követendőnek. Továbbá feltártuk a közszolgálatosság kétféle értelmezésének gyengeségeit, ezzel mintegy behatárolva egy érték- és társadalomközpontú, normatív, éppen ezért mindeddig nem kanonizált szemlélet kidolgozásához lehetőséget biztosító teret, amelyben az érték- és társadalomközpontúság kiemelten fontos szerepet kap.

### III. Az értekezés módszertana

Az áttekintő értekezés egyes fejezetei eltérő módszertannal kerültek feldolgozásra. Kiindulópontunk az volt, hogy a közszolgálati tájékoztatást és intézményeit elsősorban a kritikai axiológia (értékelmélet) módszerének adaptációjára támaszkodva, mint értéket és értékhordozót mutassuk be. Az értékelmélet mind az etika, mind az esztétika elengedhetetlen eleme, s mint ilyen, alkalmas a (média)kultúrát művelő és népszerűsítő intézmények helyzetének és kihívásainak megértéséhez, lehetőségeik meghatározásához.

A közszolgálati tájékoztatás értéktartalmának változásait az egyes kiválasztott országok gyakorlati példái és az időhorizont menetében tanulmányoztuk, annak arányában, ahogy az egyes államok figyelmet fordítottak/fordítanak a területnek, vagy mellőzhetőnek, redukálhatónak tartják azt.

Az állam tájékoztatásban való részvétele, illetve a mindenki számára könnyen hozzáférhető közösségi hálózatokkal szembeni fokozatos szerepváltása és a rivális magántulajdonú/kereskedelmi médiacsoportok térnyerésének ábrázolására a tájékoztatás feletti ellenőrzésért vívott küzdelem történeti vázlata, valamint a technológiai-intézményi és nyilvánosságtörténeti narratívák bemutatása és összehasonlítása bizonyult a legmegfelelőbbnek.

Az európai és észak-amerikai tájékoztatási modell tájékoztatási példáinak áttekintésére a kompartisztika módszerét vettük igénybe annak bizonyítása érdekében, hogy a demokratikus fejlődés és a piaci viszonyok hosszabb ideig tartó stabilitása és a közszolgálati tájékoztatás megvalósítása és védelme között közvetlen összefüggés mutatható ki. A feldolgozás alapjaként használt nemzetközi szakirodalom szintézise mellett empirikus adatok kiértékelése és strukturált interjúk felhasználásával került sor az egyes példák hatásának bemutatására.

A médiakoncentrációra, tulajdonosi viszonyokra és a piaci versenyre vonatkozó törvények normatív bemutatása érdekében a szakirodalom és a vonatkozó jogszabályok segítségével elemeztük a tulajdonkoncentrációk európai modelljeit. A brit példa elemzése alapján kívántuk felszínre hozni az állam – szakirodalomban alig érintett – monopóliumellenes és piacconform viselkedésének párhuzamosságait, a globális, nemzetállami határokat átívelő kereskedelmi logikát és a nemzeti tájékoztatási autonómia egyes ellentmondásait.

A bulvárműfaj terjedését és a közszolgálati tájékoztatás rovására való térfoglalását a nemzetközi trendek, empirikus adatok és szakértői percepciók áttekintésével térképeztük fel, majd a vonatkozó szakirodalom alapján a közszolgálati feladattal és a közszolgálati médiával kapcsolatos értelmezéseket, koncepcionális megközelítéseket az értékelmélet alapján, komparatív módszerrel dolgoztuk fel. A közszolgálatosság-értelmezések feldolgozását és összegzését elengedhetetlennek tartjuk a fogalom – elsősorban piaci logikát követő újmédiatérben történő – újradefiniálásához. Tézisünket már működő példával (norvég modell) alátámasztva bizonyítottuk, hogy a közszolgálati funkcióknak az újmédiákra és a digitális térre vonatkozó szabályozásokban is meg kell jelennie.

Norvégia jó példát mutat az Európai Digitális Stratégia két pillérének számító digitális szolgáltatásokról (Digital Services Act, DSA) és a digitális piacokról szóló (Digital Markets Act, DMA) jogszabályhoz rendkívül hasonló nemzeti szintű alkalmazása, konkrétan az újmédiatér közszolgálati funkcióban rejlő lehetőségek kihasználása terén.

Végül pedig összegeztük, hogy az Európai Unió tagállamaira kötelező érvényű szabályozás hol szorul kiegészítésre – az újmédiatér és a digitális piac közszolgálati funkciójának figyelembevételével.

#### **IV. Kutatási kérdések, hipotézisek**

A szerző saját korábbi kutatásai alapján mai is arra a fő hipotézisre támaszkodott, hogy a közszolgálati tájékoztatás nem működhet az állam hatékonyan szabályozó, szubvencionáló, intézményeket működtető részvétele nélkül. Ennek feltételeit az újmédiatérre és a digitális piacra vonatkozóan is szükségesnek látjuk megteremteni a nemzeti és a szupranacionális szabályozásokban. A társadalomtudományi paradigmaháttérből táplálkozó diszciplínák axiómaként kezelik, hogy valahányszor megjelenik egy új médium, szükségszerűen megváltozik a társadalmi nyilvánosság is (vö. Habermas 1962, Castells 2005, lásd bővebben: Bajomi-Lázár 2009). A mediatisálttá vált társadalmi nyilvánosságból következő változások azonban nem feleltethetik a közszolgálati tájékoztatás társadalmi jelentőségét és a nemzeti kulturális identitás fenntartásában játszott szerepét. Az információforrások száma megsokszorozódott, de megbízhatóságuk vagy a tartalom minősége kérdéses maradt. Jelenleg nincs olyan általános szabályrendszer, amely segít az állampolgároknak különbséget tenni a különféle minőségű információk között.

A nemzeti kultúrának például a számítógép által közvetített kommunikációhoz, az újmédiához és a közösségi hálózatok uralta mediatisált társadalmi kommunikációhoz (Tóth 2022, 6) való hozzáillesztésére vonatkozóan pesszimista és optimista forgatókönyvek vannak. A jelen sorok írója azonban a nemzeti kultúrakommunikáció színtereként és közvetítő lehetőségként tekint az újmédiatérre. Annak ellenére, hogy világosan látjuk az infokommunikációs forradalom negatív hatásait és következményeit (lásd bővebben: Antal 2022). Az internetalapú média a tömegkultúrának olyan, a nemzeti kultúrán átívelő univerzumát hozta létre (Bayer 2002, 749–750), amely napjainkban messze túlmutat a duális médiarendszer érték- és érdekkülönbségein. Nem csak az üzleti logika kerekedett felül az értékmegőrzésen és -teremtésen, de egyúttal a történelmi állam, illetve a nemzeti kulturális örökség és tradíció hagyományos felfogása is megkérdőjeleződött, a közérdek, a közjó fogalma elhalványult” (Kucsera 2021, 90). A közönség többé már nem állampolgár, hanem fogyasztó, legjobb esetben fogyasztópolgár (Bayer 2002, 751). A transznacionális vállalatok által közvetített kulturális tartalmak – a lehető legszélesebb piaci terítés érdekében – standardizálva, kereskedelmi céllal kerülnek bemutatásra (Bayer 2002, 750). Lényegében ezt a folyamatot ragadja meg Joseph Alois Schumpeter (1980) osztrák közgazdász és

szociológusnak az 1940-es években teremtő (vagy kreatív) rombolásként leírt definíciója: az optimista koncepció szerint bár az innovációt szükségszerűen kíséri valamilyen mértékű felfordulás, azaz a folyamatnak mindig lesznek vesztesei, az új megjelenése közép- és hosszú távon képes biztosítani a – gazdasági – növekedést. Az alkotás és a pusztítás schumpeteri kettőssége (és a folyamat radikális piaci versenyhez való kapcsolása) jól jellemzi azt a helyzetet, ahogy az infokommunikációs forradalom maga alá gyűrte az értékmegőrzés, az értékteremtés és az értéktovábbadás hármasságát magukra vállaló, ennél fogva közszolgálati szerepet betöltő állami kulturális intézményeket, utóbbiakra osztva a vesztes szerepét. A negatív hatások ellensúlyozására továbbra is szükség olyan állami/közszolgálati csatornákra és felületekre, amelyek a digitális korban is kapaszkodókat nyújtanak azáltal, hogy célként határozzák meg az értékteremtést, és iránymutatást adnak közönségük számára. A médiában is megkerülhetetlen tehát az új alternatívák keresése egy kultúrája és identitása túlélését biztosítani kívánó, a globalizációs folyamatoknak kitett közösség számára (Antal 2011, 170). A schumpeteri értelemben vett teremtő rombolás ugyanis nem zárja ki azt, hogy a közszolgálati szerepet betöltő állami intézmények is nyereségként könyveljék el az innovációt (Antal: 2022).

A fentieket figyelembe véve amellet érvelünk, hogy amennyiben fenn akarjuk tartani a közszolgálati funkciót, akkor annak megvalósulási feltételeit az újmédiumokra is ki kell terjeszteni, biztosítva az állampolgárok számára a hiteles tájékoztatást és a sokszínű kikapcsolódást. A nemzeti tudás- és értékközösség megőrzése és fenntartását elsősorban nem jogi, sokkal inkább politikai-stratégiai döntés kérdésének tartjuk. Arra is kitértünk, hogyan változtatja meg a helyzetet, hogy a nemzetállami és szupranacionális szervezetek képviselőinek közösségimédia-használatával egy platformra került a politikai kommunikáció és a közszolgálati tájékoztatás és az értékőrzés, értékteremtés és értéktovábbadás megteremtésében közreműködő intézmények kommunikációja és közönséggel való kapcsolattartása.

Mindezekből következik, hogy a minőségi tájékoztatás megvalósításában az állam mellett a piaci szereplők is hatékonyan közreműködhetnek. Az állam és a piaci szereplők közötti egyensúly fenntartását ezért a közszolgálatosság érvényesüléséhez elengedhetetlennek tekintjük az újmédiatérben és a digitális piacon is. Azzal érvelünk, hogy a globalizáció és a technológiai fejlődés következtében megváltozott és decentralizálttá vált (médiá)környezet értelmetlenné tette a duális médiarendszerben való további gondolkodást, a nemzetállamok és szupranacionális szervezetek képviselői ugyanis maguk is a piaci alapon működő médiaplatformok kifizetőivé váltak, miközben megosztott tartalmaik elérését a közösségi hálózatok bármikor kontrollálhatják. Az európai modell alapvetően egy állami monopóliumon alapuló műsorszolgáltatási rendszerből indult az 1920-as években, majd a kereskedelmi szolgáltatások megjelenésével duálissá bővült az 1980-as évekre (Cuilenburg & McQuail, 2003). Olyannyira, hogy a duális modell kereskedelmi ága az 1990-es évek végétől kezdte kétségbe vonni a közszolgálat létjogosultságát az egyes uniós fórumokon (lásd bővebben: Nyakas, 2006b). Hasonló helyzet áll fenn a multinacionális vállalatok

által uralt közösségi hálózatok esetében is, ez azonban nem csak a közszolgálati tájékoztatást, de a hagyományos kereskedelmi médiumokat is átalakulásra kényszerítette. Az európai intézmények feltételeket szabtak a közszolgálati médiumok állami támogatásával szemben is; ennek korrigálása, illetve arányossá tétele szükséges a nagy technológiai vállalatokkal szemben is.

Azzal érvelünk ugyanakkor, hogy a hibrid modellben is szükség van – jogszabály által is biztosított – egyensúlyra az állampolgári tájékozódás és a nemzeti kulturális identitás zavartalan fenntartása és ápolása érdekében. A magán- és a közszféra közötti egyik legjelentősebb különbség éppen a jogi környezetben manifesztálódik. A közszférához tartozó szervezetek működését a jogalkotó szigorúbban szabályozza. A törvény a dolgozók jogállása mellett a szervezetek működését is eltérő módon rögzíti. Nemzetközi példák alapján látható, hogy egyes országokban nemcsak a köz- és a magánszférát különítik el, hanem a kommunikációs tevékenységükre is külön jogszabályok vonatkoznak (lásd bővebben: Antal 2018). A magánszférában ráadásul egy adott szervezet esetében a tulajdonosi hatalmat egy szűkebb kör, vagy akár egyetlen személy is gyakorolhatja. Mindezek hatására a tulajdonosok érdekei hatékonyabban érvényesíthetők a versenyszférában. A közszférában viszont – már csak az érintettek száma miatt is – mindez jóval nehezebb mechanizmusokon keresztül történik (Andersen – Jakobsen, 2017). Egy többmillióes közösséget például nem lehet a magáncégek példájára megrendezett közgyűlésekre „összehívni”. A közszférában a „menedzsment”, azaz a rendszert irányító kormány így jóval összetettebb feltételek mellett képviseli a közösség érdekeit (Antal 2018: 71).

Ennek menetében vizsgáltuk, hogy a véleménypluralizmus és a sokszínű tájékoztatás megvalósulását a hagyományos, redukcionista állami-közszolgálati-intézményi felfogással szemben lehetséges-e, és amennyiben igen hogyan, kiterjesztett értelemben, a teljes médiáspektrum és az új technológiák bevonásával demokratikus értékkategóriának tekinteni.

Az értekezés célkitűzéseit a demokratikus médiarendszerek ismertetésével elsősorban külföldi tájékoztatási példák komparatív értékelésével és leírásával is igyekezett teljesíteni, abból kiindulva, hogy a demokratikus fejlődés és a piaci viszonyok töretlensége miatt leginkább a kontinens fejlett demokráciái alkalmasak a klasszikus értelemben vett közszolgálati tájékoztatás helyzetének és perspektíváinak tanulmányozására. Ehhez ugyanis szükséges, hogy a közigazgatási szervekkel és közszolgálati intézményekkel szemben az állampolgárok bizalommal legyenek, értsék, hogy ezek az intézmények a társadalom érdekeit szolgálják. Bármilyen összetettnek és bonyolultnak is tűnik az állam közjó érdekében végzett tevékenységének kommunikációja, az állam nevében eljáró szervezetek megkerülhetetlen feladata és egyben alapvető érdeke, hogy tevékenységüket és az állampolgárok ehhez kapcsolódó feladatait, törekedjenek az emberek számára közérthetően elmagyarázni és megfogalmazni, majd az üzeneteket eljuttatni (lásd bővebben: Antal 2017a: 45–68).

Az állampolgári bizalom kialakulása a fogyasztói bizalomhoz hasonlóan összetett, ugyanakkor normatív, etikai elvárásokkal is kiegészül. Az állampolgár egyrészt elvárja, hogy az adójából fenntartott közintézmények hatékonyan és eredményesen működjenek, másrészt azok működésével szemben etikai feltételeket is megfogalmaz. Az elsőről közvetett módon elsősorban a médiából, míg a másodikról közvetlenül, különféle eljárási procedúrák során kapnak benyomást (Antal 2017a: 54).

A vonatkozó jogszabályok bemutatásával elemeztük a tulajdonkoncentrációk európai modelljeit azzal a céllal, hogy bizonyíthassuk az állami feladatvállalás jelentőségét a sokszínűség és a közszolgálati intézmények védelme érdekében és a piaci koncentrációk torzító hatásaival szemben. Az állami sajtóalapok koncepcióit elemző részben a norvég példa kiválasztása során azzal az előfeltevéssel éltünk hogy a norvég sajtó társadalmi értékhierarchia csúcsán elfoglalt pozíciójának köszönhetően hívták életre az állami szubvenciók rendszerét, s a támogatások hatására volt képes a norvég sajtó a globális szintéren általánossá vált lapbezárásokat elkerülni, illetve az új generációk számára az internetes tartalmat, mint alternatív tájékozási forrást biztosítani. A norvég példa alapján választ kaptunk arra, van-e a létjogosultsága a sajtóalapoknak egy alapvetően internetalapú digitális világban, és bemutattuk azt is, hogy az észak-európai ország közszolgálati médiahálózata hogyan alkalmazta sikeresen nemzeti szinten az európai uniós jogszabályokat akkor, amikor a hagyományos sajtótermékek elveszítették olvasóikat.

## V. Főbb megállapítások, eredmények

A több évtizedet felölelő áttekintés során eredeti célkitűzésünk a közszolgálati tájékoztatás európai koncepcióinak, azon belül is elsősorban a közszolgálat, mint értékrend érvényesülését befolyásoló problémák feltárása, példák és modellek ismertetése, az összefüggések feltárása volt. A közszolgálati tájékoztatásra, mint értékhordozóra nem erkölcsi kategóriaként, vagy a magaskultúra hordozójaként tekintettünk, hanem a közösség tájékoztatását befolyásoló két, egymástól eltérő jövőkép közül a közösség érdekét előtérbe helyező, működőképes koncepciókat dolgoztuk fel. Célkitűzésünknek megfelelően a véleménypluralizmus és a sokszínű tájékoztatás megvalósulását a közszolgálati értékrend alapjának, a demokrácia működése szempontjából pedig egyenesen elengedhetetlennek tekintettük. Megerősítést nyert a fő hipotézisünk, miszerint az információbőség és a közösségi hálózatok uralta újmédiatér korában a közszolgálati szerepre nagyobb szükség van, mint valaha, érvelésünk szerint azonban ez továbbra sem működhet az állam szabályozó, szubvencionáló, intézményeket működtető részvétele nélkül, még akkor sem, ha a közösségi tájékoztatás megvalósításában az állam mellett a piaci szereplők is hatékonyan közreműködnek. Az értekezés céljai elérésére elsősorban használt kritikai axiológia módszere általánosan használhatónak bizonyult. A közszolgálati tájékoztatás értéktartalmának változásait az egyes országok gyakorlata és az időhorizont menetében változónak láttuk, annak arányában, hogy az egyes államok hosszabb távon piacelvű, vagy nemezeti kulturális koncepciókat preferáltak.

Az értékelméltre alapozott kritikai módszer azt is bizonyította, hogy a közszolgálati média ethosza, eszményképe azokban az országokban került a társadalom számára kézzel fogható közelségbe, ahol a közjót szem előtt tartó állam szabályozással, szubvenciókkal törekszik a közszolgálati tájékoztatás fenntartására és védelmére, illetve ahol a piaci médiaszereplők is hozzájárulnak a minőségi információk előállításához. Kutatásunk azt igazolta, hogy ugyanezen országokban az újmédiatérben rejlő közszolgálati funkciók kihasználása is gördülékenyebben valósult meg (l. a norvég közszolgálati televíziót vagy a kanadai közszolgálati rádiót). Ezekben az országokban a közszolgálati szerep nem az idea, hanem a napi realitás részévé vált, létezését a társadalom normatívként fogadja el. Ugyanakkor, ahogyan az elsősorban a koncepcióhiánnyal rendelkező országokban tapasztalható, a közszolgálati értékrend, mint társadalmi norma – az állam meggyengülésével, a globális médiamonopóliumok kialakulásával és a felforgató erejű technológiai változások hatására elhalhat, háttérbe szorulhat. A nagy technológiai korszakváltások további negatív befolyást gyakoroltak a véleményszabadság és a sokszínű tájékoztatás érvényesülésére, kritikus helyzetbe kényszerítve a hagyományos média intézményeit, de kihívás elé állították a hagyományos kereskedelmi médiumokat is.

Tudományos álláspontunk szakirodalmi alátámasztása szempontjából továbbra is ellentmondásosnak tekinthető a 18. századtól napjainkig terjedő időszak médiatörténeti és nyilvánosságtörténeti ábrázolása azzal, hogy egyszerre képes ellentétes perspektívából egy időben

töréseket, valamint folyamatosságot és egységet láttatni. Hasonlóképpen felfedezhetők az anomáliák a média-befogadás kutatás uralkodó bináris diskurzust képviselő irányzatával egyező összefoglaló munkákban, ahol a szerzők nem tudták eldönteni, hogy jó, vagy rossz világot hozott a magántulajdonú/kereskedelmi média, majd az újmédia az egyénre és a társadalomra. A vonatkozó médiatörténeti szakirodalom vizsgálata során összességében arra a következtetésre jutottunk, hogy napjainkra a kontinuitásra és diszkontinuitásra utaló jelek közül az utóbbi került többségbe a másikkal szemben. Mindezek alapján megállapítható, hogy a technológiai forradalmakkal szemben a társadalmi hatásokat feltáró, azokat elemző tudományos kutatás, mind pedig a szabályozás folyamatos lemaradásban van. A közszolgálati tájékoztatás jelenkori működése pedig az exponenciális médiaipari-technológiai fejlődés és a dominanciára törekvő kereskedelmi és multinacionális médiát támogató elemzések fényében kifejezetten idejétmúlt, meghaladott rendszerként tűnik fel. Az ellentmondások hátterében két viszonyítási pont, a nemzetállam és a globális piac körvonalai rajzolódtak ki.

A bemutatott példák alapján láthatóvá vált, hogy a közszolgálati média Európa legtöbb országában ma is elsősorban a „rég” elektronikus médiát jelenti és kevésbé az újmédiát. Történeti perspektívában a nyomtatott sajtó, majd az internet felé történő állami elmozdulás azt is bizonyította, hogy Európában a közszolgálati tájékoztatást egyre inkább a hagyományos kiterjesztett megközelítéssel értelmezik. Részletesen kitértünk arra, hogyan jelentek meg új szereplőként a nemzetállamok felett átívelő szupranacionális szervezetek, amelyek saját értékrendszereik mentén kommunikálnak a nemzetállamok állampolgáraival a közösségi hálózatokon keresztül.

Tekintettel arra, hogy jelenleg nincs egy olyan általános szabályrendszer, amely segítene a közönségnek különbséget tenni a különféle minőségű információ típusok között, a nagy médiamodelleket bemutató tipológiák ismertetése alapján az állami szerepvállalás szükségszerűségét a médiazajban való tájékozódás, a tájékoztatás sokszínűségének biztosítása, a véleménypluralizmus érvényesülése és a közszolgálati tájékoztatás intézményrendszerének támogatása alapján bizonyítva látjuk.

A nemzetközi szabályozási környezet tanulmányozása során az is egyértelművé vált számunkra, hogy a digitális szolgáltatások társadalmi előrenyomulása következtében a nemzetállamokban nem alakultak ki általános érvényű technikák, módszerek a médiakonzentráció szabályozására, sokkal inkább az Európai Unió jog- és szabályozásalkotási folyamata vált irányadóvá – még e nem EU-tag Norvégia esetében is.

A 2022. november 16-án hatályba lépett a digitális szolgáltatásokról (Digital Services Act, DSA)

és digitális piacokról szóló jogszabályok (Digital Markets Act, DMA)<sup>2</sup> már új kötelezettségeket foglalnak magukban a jogellenes online tartalmak és termékek terjedésének korlátozása, a kiskorúak védelmének erősítése, valamint a felhasználók számára több választási lehetőség és alaposabb tájékoztatás biztosítása érdekében. A különböző online szereplők kötelezettségei a digitális ökoszisztémában betöltött szerepüknek, méretüknek és hatásuknak megfelelően kerültek kialakításra<sup>3</sup> Az új szabályok egyrészt uniós szintű előírásokat határoznak meg a jogellenes tartalmak felderítésére, bejelentésére és eltávolítására vonatkozóan, másrészt új kockázatértékelési keretrendszert hoznak létre az online óriásplatformok és nagyon népszerű keresőmotorok esetében annak felmérésére, hogy az általuk kínált szolgáltatásokon keresztül miképpen terjednek a jogellenes tartalmak<sup>4</sup>. A jogellenes tartalom fogalmát tehát más uniós vagy nemzeti szintű jogszabályok határozzák meg – de például a terrorizmussal összefüggő tartalmat, a gyermekek szexuális zaklatását ábrázoló anyagokat vagy a jogellenes gyűlöletbeszédet uniós szinten határozzák meg. Amennyiben egy bizonyos tartalom csak egy adott tagállamban minősül jogellenesnek, főszabály szerint azt csak azon a területen szabad eltávolítani, ahol jogellenes.

A napjainkra kialakult hibrid rendszer tehát együttműködésre készítette a nemzetállamokat és az Európai Uniót, a szabályozás azonban teljes mértékben figyelmen kívül hagyja a nemzetközi vállalatok által működtetett közösségi hálózatok közszolgálati funkcióját. Márpedig amíg a szabályozásban nem szentelnek figyelmet a közszolgálati és a piaci célú tartalom közötti különbségtételnek, s ami még fontosabb, a kettő közötti egyensúly fenntartásának, addig a közszolgálati (médiá)kultúra nem, vagy csak nagyon nehezen tud kikerülni a schumpeteri értelemben vett vesztes szerepből.

Vizsgálódásunk során a közszolgálat kiterjesztett értelmezése alapján azt is feltételeztük, hogy a tájékoztatás megvalósításában állami felügyelet mellett a piaci szereplők is hatékonyan közreműködhetnek. Az állam és a piaci szereplők együttműködése a duális tájékoztatási rendszer egyensúlyának fenntartása okán évtizedek óta foglalkoztatja a szakirodalmat, a demokrácia működése és működtetése szempontjából azonban erre az egyensúlyra az újmédiatérben is szükség van. Ezen állításunk alátámasztására az európai és az észak-amerikai médiamodelleknél bemutatott tipológiák szolgáltak. Megközelítésünket igazolta Posner (1975), Bagdikian (1997), Hallin és Papathanassopoulos (2000) és Kleinsteuber (2006), akik szerint a diverzifikált médiapiacra a sokrétű tájékoztatási kötelezettségek felügyeletét közvetlenül az állam, illetve egyetlen állami szerv egyedül nem képes jól ellátni. Altsull (1984), Curran és Seaton (1997) szerint mind a

---

<sup>2</sup> Forrás: <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20211209STO19124/az-eu-digitalis-piacokrol-es-a-digitalis-szolgaltatasokrol-szolo-torvenyei> (Utolsó letöltés ideje: 2023.03.11.)

<sup>3</sup> Forrás: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_hu](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_hu) (Utolsó letöltés ideje: 2023. 03.11.)

<sup>4</sup> Forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32022R2065> (Utolsó letöltés ideje: 2023. 03.11.)

befektetői, mind a politikai szempontok kizárólagossága torzítja a közszolgálati ágat. A közszolgálati felügyeletét – a közel sem tökéletes, de a jelenlegi rendszerek közül még mindig a legjobb – együttes szabályozáson és a társadalmi felügyelet komplex rendszerén keresztül gondolja megoldani. Az önszabályozás mellett együttes szabályozást, mint az állam és a piaci szereplők közötti, kölcsönös érdekek alapján történő együttműködést tartjuk valódi releváns példának, amikor egy nem állami irányítás alatt álló ellenőrzési szerv az állami kontrollt kiegészítve, az állam jóváhagyásával és asszisztálásával felügyeli a médiapiacot.

Külön soron foglalkoztunk a közszolgálati tartalomszolgáltatást alkalmazkodásra kényszerítő profitorientált médiaműködés sajátos formái és tartalmi megjelenésével, a bulvártematikával. A nemzetközi és hazai szakirodalom áttekintése során Washington (1999) és Alridge (2001) megerősítette azon kiindulópontunkat, hogy a bulvárosodás folyamata nem kizárólag a bulvár médiatermékek mennyiségének töretlen bővülését, hanem a bulvártematika és stílus más, minőségi-közszolgálati médiába történő transzmisszióját is jelenti. A kereskedelmi, illetve a közszolgálati tájékoztatást támogatók véleménye ez esetben is markáns különbségekre épül: A kereskedelmi filozófia szerint a bulvár és a közszolgálati ág egymást nem kizáró fogalmak. A bulvárosodás, a szórakoztató tartalom nem veszélyezteti a média közszolgálati feladatainak teljesítését. A helyes út a tömegigények erőteljesebb kiszolgálása, ezzel párhuzamosan a közszolgálati ág kizárólagos felelősségvállalásra és tájékoztatásra épülő „elitista” felfogásának mielőbbi felszámolása. A bulvár kritikusai szerint a szenzációk gyártása és a bulvárosodás együttes térnyerése az egyik legfőbb oka a hagyományos, minőségi médiatermékekkel és a műsorszolgáltatással szembeni bizalomvesztésnek. A szakirodalom feldolgozása és korábbi kutatásaink alapján azt tapasztaltuk, hogy a 21. században a bulvárműfaj gyors terjedése a közszolgálati tájékoztatás számára továbbra is nagy kihívást jelent. A társadalom egységét és a magaskultúrát (is) képviselő közszolgálati médiával szemben a bulvárszerkesztés gyakorlata szerint megfogalmazott üzenetek tartalmi és strukturális egyszerűsödés és az uniformizálás irányába mozdították el a médiát, közönségét pedig az individualizáció szélsőséges megnyilvánulásaira kényszerítették.

Végül, de nem utolsó sorban a közszolgálati feladattal és a közszolgálati médiával kapcsolatos értelmezéseket, koncepcionális megközelítéseket térképeztük fel. A vonatkozó elemzések alapján egyértelművé vált számunkra, hogy a közszolgálati filozófiája alapvetően szembehelyezkedik a piaci mechanizmusokra épülő kényszerek érvényesülésének modelljével. Mivel a közszolgálati ág alapállása szerint dinamikus, és nem passzív rendszer, ezért elveti a kereskedelmiség követő, alkalmazkodó és elfogadó attitűdjét. A kulturális értékek ápolásának feladatában a közszolgálati tájékoztatás a társadalom számára integratív erőt jelent, olyan nélkülözhetetlen iránymutatást adva, amely megjelenik a közösségi és az újmédia szolgáltatások más területein is. A külső kihívásokkal és tartalmi problémákkal szemben a közszolgálati ág létjogosultságát és filozófiáját továbbra is alátámasztottnak látjuk.

## **VI. További kutatási irányok**

Az elvégzett munka új szempontokat és kutatási irányokat is felvetett. Az értekezés fontos tapasztalata, hogy a közszolgálati média nemzeti versenyképességet befolyásoló szerepét vizsgáló kutatások teljesen hiányoznak a nemzetközi és hazai tudományos szakirodalomból. Szükségesnek tartjuk a hagyományos versenyképességi mutatók mellett a sokszínű tájékoztatás nemzeti versenyképességet befolyásoló elemeinek a meghatározását és azok nemzeti versenyképességi indexekbe való beilleszthetőségét megvizsgálni. Egyes elképzelések szerint ugyanis egy adott nemzeti közösségnek a kulturális háttere és a tudományos teljesítménye határozza meg azt, hogy mennyire lesz sikeres. A 21. században azonban a – tágan értelmezett – kultúra jellegét „már nem a hagyományos kulturális és értékkritériumokhoz való illeszkedés határozza meg”, a globalizáció következtében ugyanis a kultúra társadalmi szerepe csak akkor bontakozhat ki, ha a kultúra tartalma „a széles tömegek igényeinek megfelelően kerül kialakításra” (Antal 2011: 166). Továbbgondolásra érdemes tehát, hogy az egyrészt a közönség piaci értelemben vett homogenizálására és uniformizálására törekvő, másrészt a lokális sajtó újfajta verzióját megteremtő, nem földrajzi, hanem társadalmi értelemben vett kis csoportokat teremtő újmédiatérben milyen lehetőségek vannak az állampolgárok közösségtudatának alakítására.

További kutatási iránynak tekintjük a közszolgálati média jövőjét és a sokszínű tájékoztatást befolyásoló digitális technológiák és a digitális átállás lehetséges hatásainak feltárását, tekintettel arra, hogy a technológiai változások az elmúlt évtizedekben a magántulajdonban lévő multinacionális nagyvállalatok által működtetett platformok térnyerését és a közszolgálati tájékoztatás visszaszorulását eredményezték. Ennek menetében szükséges azon állami koncepciók tanulmányozása, amelyek a közszolgálati tájékoztatást már a digitális kor világában kívánják elhelyezni.

**Budapest, 2023. július 10.**

**Dr. Antal Zsolt**