A közösségi média szerepe az Európai Unióban

Rövid összefoglaló

I. Bevezetés

A közösségi média (KM) az Európai Unió médiapalettájának dinamikus és rendkívül változatos részét alkotja. Ennek ellenére kevés információ áll rendelkezésre az ágazat kiterjedéséről, a benne rejlő lehetőségekről és a közösségi médiaszervezetek helyzetéről a különböző tagállamokban. E jelentés célja a közösségi média Európai Unión belüli helyzetének vizsgálata, illetve a fejlődésére kiható tényezők elemzése. Különös figyelmet fordítottunk annak tanulmányozására, hogy a közösségi médiatevékenység hogyan teljesíti a közösségi politikai célkitűzéseket. Az ágazat uniós szintű jelenlétének elemzése emellett várhatóan megkönnyíti a közösségi médiára vonatkozó jövőbeni politika megalkotását.

II. A közösségi média szerepe az Európai Unióban

A megrendelői összefoglaló szerint a közösségi média „olyan non-profit média, amely tulajdonosa a kiszolgálni hivatott közösség, illetve amely e közösség felé tartozik elszámolással. A közösségi média a programkészítés és irányítás tekintetében nyitva áll a közösség tagjai előtt."

A tanulmány a közösségi média számos közérdekű hatásának vizsgálatával indul. Ennek illusztrálására több közösségi médiakezdeményezésről szóló esettanulmány szolgál. Az ágazat tevékenységei gyakran társadalmi, kulturális, politikai és gazdasági relevanciával bírnak. A közérdekűséghez való hozzájárulás a közösségi média politikai támogatottságának alapját képezi számos tagállamban. A közérdekűséghez való hozzájárulást az EU-n belül a KM-szervezetek és a kormányok különbözőképpen értelmezik és értékelik. Ennek következtében az ágazat nyilvános arculata országonként változó.

Tanácsadók az ágazat feltérképezése alapján mérték fel a közösségi médiatevékenységeket szerte Európában, és azt jelezték, hogy az észak-nyugati tagállamok ebben a tekintetben aktívabbak, a legtöbb új tagállamot pedig mérsékelt aktivitás jellemez. A valamennyi országban elvégzett felmérés és a mindösszesen 36 lefolytatott konzultáció azt mutatja, hogy az aktivitási szint szoros összefüggésben van a közvélemény ágazattal kapcsolatos ismereteivel és az ágazat jogi elismertségével, valamint az alapvető szabályozási eljárások meglétével. Az ágazat feltérképezése megerősíti a szektor rendkívüli sokféleségét is, illetve azt, hogy a közösségi média különböző szerepet játszik az egyes tagállamokban. A szekunder elemzés továbbá jelentős eltéréseket mutatott ki a közönség és a közösségi médiában résztvevők száma tekintetében. Míg egyes kezdeményezéseket több közösség is jól ismer, mások sokkal kisebb léptékűek és esetleg csak egy konkrét közösségre irányulnak. A kutatás azonban azt is megmutatja, hogy a közösségi médiumok gyakran nagy számú, de konkrétan meghatározott befogadói csoportot céloznak meg.

A fent említett sokféleség az ágazat nemzeti szintű megszervezésének módjában is megnyilvánul – ebben a tekintetben a közösségi média különféle egyéb szektorhoz kapcsolódik. Ahogyan az 1. részben kifejtésre kerül, a feltérképezés eredményét jelzésértékűnek kell tekintenünk a szektorra vonatkozó, rendelkezésre álló adatok hiány miatt.

A közösségi média jogi státusza fontos szerepet játszik a KM-szervezetek fejlődése szempontjából. A kutatás megmutatja, hogy az elismert jogi státusz lehetővé teszi a KM-szervezetek számára a szabályozó hatóságokkal, finanszírozó partnerekkel és hirdetőkkel való

együttműködést, ezáltal hozzájárulva fenntartható fejlődésükhöz. A szervezetek különféle jogi személyként vannak bejegyezve, néhány műsorszóró azonban még most is kalózadóként működik.

A szabályozási helyzet a legtöbb tagállamban azt mutatja, hogy a politikai döntéshozók kevéssé ismerik ezt a szektort és nincsenek tisztában potenciális társadalmi szerepének jelentőségével. Annak ellenére, hogy az EU-rendelet olyan előírásokat tartalmaz, amelyeknek köszönhetően a közösségi média nemzeti szinten elismertté válhatna, az ágazat szereplői nehézségekbe ütköznek, amikor a politikai döntéshozókban tudatosítani kívánják e követelményeket. Néhány országban a közösségi média fejlődését elősegítő politikákat vezettek be: a tanulmány példaként említi e tekintetben Magyarországot, az Egyesült Királyságot, Franciaországot és Írországot.

A digitális technológia egyszerre jelent lehetőséget és kihívást a közösségi médiának. Az internetalapú közösségi média lehetővé teszi az ágazat számára, hogy újabb közönségekhez jusson el, és hogy innovatív módon új szereplőket vonjon be tevékenységeibe. Hozzájárul ahhoz, hogy az ágazat új működési modelleket vezessen be, és képes legyen tartalomterjesztésre-, és cserére. A jövőbeni átállás a digitális műsorszórásra emellett rádiófrekvenciákat szabadíthat fel, amelyeket új KM-szolgáltatásokhoz lehet felhasználni. Az ágazatot azonban egyre nagyobb aggodalom tölti el amiatt, hogy a tagállamok átállási politikái nem veszik figyelembe a közösségi médiát. A digitális átállás – legyen szó internetről vagy digitális műsorszórásról – ezenkívül magas kezdeti költségekkel jár, amit sok KM-szervezet (és számos egyéb kisebb médiaszervezet) nem tud megfizetni. Végezetül a digitális műsorszórásra vonatkozó szabványok nem gondoskodnak a kis médiaszervezetek, mint például a közösségi média igényeiről, és kizárhatják az ágazatot a jövőbeni platformokról. A tanulmány megmutatja, hogy ennek megakadályozására csupán néhány ország alkalmaz kötelező terjesztésre vonatkozó szabályokat.

A KM-szervezetek különféle forrásokra támaszkodnak. Ezek kereskedelmi bevételeket és állami támogatást egyaránt tartalmaznak. Az ágazat erősen függ az önkéntesektől. Az eltérő gazdasági és társadalmi körülmények következtében nehéz megbecsülni a KM-szervezetek átlagos költségvetését. Emellett a közérdek is alakítja az ágazat működési paramétereit az egyes országokban. Bár néhány országban a szabályozás a KM-szervezetek nagyfokú rugalmasságát és vállalkozókedvét támogatja, máshol olyan politika mellett döntenek, amelynek következtében az ágazat stabilabb és intézményesítettebb keretek között működik.

A különbségek ellenére az ágazat közös vonásokkal is rendelkezik. A kutatás megmutatta, hogy a közösségi média fejlődése jelenleg nagy lendületet vett szerte az EU-ban. Az ágazat elfogadta a digitális technológiát és a KM-szervezetek együtt próbálnak cselekedni annak érdekében, hogy álláspontjukat tudassák a politikai döntéshozókkal. A jelenlegi körülmények között a közösségi média egyértelműen kihasználhatja továbbá a feltörekvő tudáslapú társadalmak koncepciójának egyre fokozódó megerősödését. Amennyiben ugyanis a társadalom jövője a tájékozott, a médiát ismerő-nyomon követő állampolgárok aktív részvételétől függ, a közösségi média meghatározó szerephez juthat e jövő elősegítésében. Az ágazat előtt álló egyik legjelentősebb kihívás éppen az, hogy ráébressze erre a politikai döntéshozókat és a közvéleményt.

III. EU-politikák és közösségi média

A tanulmány részeként megvizsgálták a KM és több közösségi politika közötti kapcsolatot, valamint az uniós politikaformálás ágazatra gyakorolt hatását. Az ágazat társadalmi hatása megfelel számos uniós politikának, melyek felsorolása megtalálható a jelentés főszövegében. A jelentés azonban azt is megmutatja, hogy számos olyan rendelkezést, amely az ágazat javát szolgálná, tagállami szinten kell megvalósítani:

- Az uniós hírközlési szabályozási csomagban szereplő rendeletek a megkülönböztetés-mentes frekvenciafelosztásra és a kötelező terjesztésre vonatkozó szabályok életbe léptetésével kapcsolatos közérdekű célkitűzésekre nézve is tartalmaznak rendelkezéseket. Azonban az, hogy az intézkedések vonatkozzanak-e a közösségi médiára, a tagállamok döntésétől függ.

- Az uniós audiovizuális rendelkezések tiszteletben tartják azt a tényt, hogy a média pluralizmusa és sokszínűsége a demokrácia előfeltétele az EU-ban. Az Európai Bizottság nemrégiben hívta fel a figyelmet arra, hogy a médiával kapcsolatos ismereteknek jelentős szerepük van az aktív polgárság fejlesztésében. Mindazonáltal rá kell mutatni, hogy a médiapolitika továbbra is a nemzeti hatóságok hatáskörébe tartozik, és az EU szerepe meglehetősen korlátozott e téren.

- Az Uniónak számos olyan, a szólásszabadsággal, a faji egyenlőséggel és a kisebbségek megkülönböztetésével kapcsolatos politikája van, amely vonatkozik a közösségi médiára. A tárgyalások során kiderült, hogy az Unió valószínűleg képes lesz ezt az ágazatot e területeken úgy támogatni, hogy közben ne sértse az egyes tagállamok jogait.

- A kultúráról szóló nemrégiben kiadott közlemény rámutat a helyi kreativitásnak, valamint a helyi kultúrának a társadalmi kohézióban és innovációban betöltött szerepére. A közlemény eredményeképpen változhatnak a politikák és pozitív módon befolyásolhatják a közösségi médiát.

- Az uniós intézmények egyre inkább készek a párbeszédre a helyi és regionális közösségekkel a fontos uniós kérdéseket illetően. Sok közösségi média helyi jellegéből következően az Uniónak lehetősége nyílik az európai kérdésekről szóló nyilvános párbeszédet ezeken a szolgáltatókon keresztül sugározni.

Bár nincs külön uniós program a közösségi média támogatására, a tanulmány szerint az ágazat többféle uniós támogatásból is részesül. A tanulmány szerint a közösségi médiaszervezetek részt vesznek olyan decentralizált és központi támogatási programokban, mint az Európai Szociális Alap és a Gruntvig-program. Bár a decentralizált finanszírozás nyújtja a legtöbb lehetőséget az ágazat számára, a tárgyalások során kiderült, hogy az ágazatnak csak elenyésző része él az EU-s támogatási lehetőségekkel, és a támogatást folyósító tisztviselők sincsenek tisztában a közösségi média potenciális társadalmi szerepének jelentőségével. Ezért tehát fontos, hogy a közösségi média koncepciója a jövőben megjelenjen az uniós támogatásokban.

Úgy tűnik egyébiránt, hogy lendületet vett az ágazat uniós szintű képviseltsége. Azonban mindezidáig nem alakult ki az ágazatról egyöntetű kép az uniós intézmények és politikai döntéshozók körében. Fokozottabb tudatosságra és az ágazat és az uniós intézmények közötti kiterjedtebb párbeszédre van szükség.

IV. Az ágazat bevonásának lehetőségei

A tanulmány bebizonyítja, hogy az ágazatban lehetőség rejlik az uniós politikai célkitűzések széles körének megvalósításához. Cserébe az uniós politikák fontos szerepet játszhatnak abban, hogy orvosolják a KM fejlődését hátráltató vagy akadályozó problémákat nemzeti és uniós szinten. Az ágazatnak következetesebb és egyöntetűbb módon kell felhívnia magára a figyelmet uniós szinten, ha elismerésre és támogatásra kíván szert tenni. A közösségi médiának nagyobb elismerésre van szüksége a nemzeti médiatörvényekben, a szabályozó hatóságoknak pedig jobban tisztában kellene lenniük a KM természetével és igényeivel, különösen ami a frekvenciaelosztást, a digitális átállást és a kötelező terjesztési szabályokat illeti. Az ágazat sokszínűségének köszönhetően a KM-szervezetek és társulások sokat tanulhatnak egymástól. Az ágazatban nagy az együttműködési készség. Az elkötelezett anyagi támogatás pedig az ágazat folyamatos és fenntartható módon való működéséhez szükséges kapacitásokat tudná biztosítani.

A KM ágazat feladata az, hogy a felsorolt lehetőségeket többségét kiharcolja magának. Mint már jeleztük ugyanakkor, számos, a KM-re váró kihívást tagállami szinten kell megoldani. Az Európai Parlament CULT Bizottsága azonban támogathatja a KM fejlesztését az EU-ban. Az alábbi lista a jelentésben bővebben kifejtett ajánlásokat tartalmazza:

- a Bizottságnak fel kell hívnia a figyelmet az ágazatnak az EU-s politikai célkitűzések elérésében betöltött szerepére; az ágazathoz kapcsolódó tervezett politikai kezdeményezésekről szóló parlamenti állásfoglalásokban szót kell ejteni a KM-ről (uniós hírközlési szabályozási csomag, a médiapluralizmusról és a médiaműveltségről, stb. szóló közlemények);

- támogató kapcsolatépítés és a KM ismertsége uniós szinten; az ágazatért vállalt elkötelezettség mellett a Bizottságnak saját kezdeményezésű jelentést kellene készítenie a KM-nek az uniós politikai célkitűzések elérésében vállalható potenciális szerepéről. Ezt a kezdeményezést a KM-ről szóló, az ágazat képviselői és szakértők bevonásával megrendezett parlamenti meghallgatás keretében is támogatni lehetne. A KM-et továbbá az audiovizuális munkacsoport napirendjére is ki kell tűzni;

- a Bizottságnak ösztönöznie kell az ágazatot egy, a KM-et az uniós intézmények és politikai döntéshozók előtt képviselő páneurópai médiaszövetség létrehozására; Tisztázni kell, hogy egy ilyen szervezetet lehetne-e támogatni az európai kulturális testületeket támogató uniós forrásokból. Az ágazatot illető ismeretek bővítése érdekében az ágazatról szóló kutatást is támogatni kellene a hetedik keretprogram részeként;

- a Bizottságnak támogatnia kellene az ágazatot abbeli törekvésében, hogy egy uniós, internetalapú KM-portált hozzon létre. Ez segítené az ágazatot a legjobb gyakorlatok kicserélésében, továbbá megerősítené és széleskörűvé tenné a KM ismertségét. Mindez az internetalapú szolgáltatások – például az ágazat számára szabadon letölthető programok online tárhelyei – használatában rejlő lehetőségek megértését is elősegíthetné;

- fel kell hívni a figyelmet az ágazatban rejlő azon lehetőségre, hogy az EU-t összekösse a helyi és regionális közösségekkel. A Bizottságnak fel kell hívnia az európai politikai döntéshozók figyelmét arra, hogy a KM-en keresztül az uniós kérdésekről folyó nyílt

vitákat is népszerűsíteni lehetne. Ebben a tekintetben ellenőrizni lehetne, hogy a Tájékoztatási Főigazgatóság mennyire tud az ágazatról;

- a KM-ágazatot felügyelő helyi, regionális és nemzeti hatóságok körében fokozni kell az ismeretek megosztását. A Bizottságnak tájékoztatnia kellene az ágazatot a támogatási lehetőségekről, amelyek segítségével a KM-szervezetek párbeszédet folytathatnának a köztestületekkel arról, hogy hogyan lehetne az ágazat igényeit jobban kielégítő politikákat kidolgozni (pl. a régiók a gazdasági változásért, stb).