

Az over-the-top tartalomszolgáltatások hatása a médiarendszerre

Nyilvános konzultáció

Tartalomjegyzék

1.	A konzultáció célja	4
2.	Átalakuló médiarendszer	6
3.	Az over-the-top szolgáltatás definíciója, csoportosítása	11
4.	Kitekintés az OTT-tartalomszolgáltatás hazai piacára	13
4.1.	Az OTT-videohasználat.....	13
4.2.	Az OTT-tartalomfogyasztásra alkalmas eszközök elterjedtsége Magyarországon	18
4.3.	A nagyobb hazai elektronikus hírközlési szolgáltatók innovatív szolgáltatásai.....	19
4.3.1.	A Magyar Telekom.....	19
4.3.2.	A Telenor.....	20
4.3.3.	A UPC Magyarország Kft.	21
4.3.4.	Az Antenna Hungária	21
4.3.5.	A kisebb műsorterjesztők lehetőségei	22
5.	Potenciális szabályozási kihívások	24
5.1.	Egyes OTT-tartalomszolgáltatások besorolási nehézsége.....	24
5.2.	Hálózatsemlegesség.....	31
5.3.	Új szűk keresztmetszet a digitális tartalomterjesztési értékláncban	35
5.4.	Egyenlő játéktér.....	38
5.5.	A szabványosítás hiánya.....	39
5.6.	Tartalomintegritás	41
6.	Az Európai Unió szabályozási kezdeményezései	42
6.1.	Az Európai Bizottság Zöld Könyve	42
6.2.	Az Európai Parlament állásfoglalása.....	43
7.	Kérdéseink összegyűjtve	45
I.	Melléklet - A legnagyobb OTT-tartalomszolgáltatók rövid bemutatása	46

1. A konzultáció célja

Felgyorsult világunk motorja, az internet a személyek (és egyre gyakrabban gépek) közötti kommunikáció, valamint az információszerzés forradalmasítása után a média világát is átalakítja, amelyhez nem csak a piaci szereplőknek, de a jogszabályi környezetnek, a szabályozásnak is alkalmazkodnia kell. Az online tartalomszolgáltatás, az ún. over-the-top (OTT) tartalomszolgáltatók az Egyesült Államokban már egyértelműen rajta hagyták kézjegyüket a média- és elektronikus hírközlési piacokon. Ez a trend megfigyelhető már Nyugat-Európában is, sőt egyes hazai piaci szereplők és néhány pionír hazai OTT-szolgáltató már itthon is elindította új típusú, internetalapú szolgáltatását.

Az internetes tartalomfogyasztás hosszú távon alapjaiban alakíthatja át a médiarendszert, ezért a szabályozás, így a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (Hatóság, NMHH) is proaktívan kíván foglalkozni a jelenséggel. Az új rendszer kialakulása várhatóan egy hosszabb folyamat lesz, mely azonban már elkezdődött. Ezt jól jelzi, hogy a közelmúltban egyre több OTT-tartalomszolgáltatás jelent meg a hazai piacon is. Jelen elemzés célja, hogy átfogó körképet vázoljon az OTT-tartalomszolgáltatások piacáról, a technológiai háttérrel, a várható piaci trendekről, illetve a felmerülő szabályozási kérdésekről. A téma komplexitása miatt jelen elemzés nem terjed ki minden részletre, hanem egy olyan alapozó munka eredménye, amely alapján azonosíthatóak azok a területek, ahol a jogalkotónak, illetve a jogalkalmazó Hatóságnak is feladata lehet a közeljövőben.

Az új piaci szereplők, a bővülő médiapiaci értéklánc, valamint az átrendeződéssel borítékolható konfliktusok az utóbbi időben egyre inkább foglalkoztatják a szakmát, a tartalom-előállítóktól a médiaszolgáltatókon keresztül az elektronikus hírközlési szolgáltatókig bezárólag. Ezért a Hatóság – figyelemmel az OTT-tartalomszolgáltatások terjedésére, valamint a média- és műsorterjesztési piacra gyakorolt (várható) hatásaira – párbeszédet kezdeményez a piaci szereplőkkel, illetve a témában érdekelttekkel. A jelenben formálódó és a jövőben létrejövő jól működő médiarendszer minden médiapiaci szereplő érdeke, közös ügy. A hatóságnak kiemelt célja, hogy az esetleges szabályozói kérdésekre, kihívásokra adott válaszok megalapozottak, lehetőség szerint konszenzuson alapulóak legyenek. Egyértelmű kijelentések helyett kérdéseket fogalmazunk meg, amelyek egy többoldalú diskurzus kialakulását mozdítják elő ebben a fontos témában.¹

Jelen dokumentum alapvetően három részre tagolódik. Az első részben a médiarendszerre ható folyamatok látható trendjeit ismertetjük, a második részben átfogó képet adunk az online tartalomszolgáltatás piacáról, a piaci szereplőkről, trendekről és a szolgáltatói stratégiákról. A

¹ Az NMHH a vonatkozó alkotmányjogi elvek (az Alkotmánybíróság vonatkozó állandó gyakorlata), valamint a közigazgatásra vonatkozó általános eljárási szabályok alapján kizárólag az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi. C. törvény (Eht.), a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. (Mttv.), illetve a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket.) alapján indított egyedi hatósági ügyben, eljárásban, az ügy körülményeinek részletes vizsgálata során megállapított tényállás keretében alkalmazhatja, értelmezheti a vonatkozó jogszabályi rendelkezéseket, amelyet kizárólag hatósági döntésbe foglalhat. A közigazgatás törvény alá rendeltségének alkotmányos elve alapján az NMHH nem jogosult a hatósági hatáskörébe tartozó ügyekben hatósági eljárási jogviszonyon kívül felmerült jogi kérdések tekintetében jogértelmezési tartalmú vagy a jövőbeli hatósági eljárások tartalmát bármilyen módon érintő, meghatározó tartalmú állásfoglalást adni, mivel azzal megkerülné a Ket. rendelkezéseit, garanciáit, illetve jogorvoslati rendszerét. Az ügy részleteinek beható vizsgálata nélkül hatósági eljáráson kívül tehát az NMHH-nak hatásköre csak az adott kérdésekkel összefüggő jogszabályi rendelkezésekre vonatkozó általános tájékoztatásra terjed ki. Ebből következően a jelen dokumentumban megfogalmazottak nem tekinthetőek az NMHH hivatalos állásfoglalásának.

hangsúlyt azonban a harmadik, a szabályozói kihívásokról szóló részre helyezük. Ebben összegyűjtjük azokat a kérdéseket, amelyek a *(i)* fogyasztókat, nézőket, *(ii)* a médiatartalom-szolgáltatókat, *(iii)* az elektronikus hírközlési szolgáltatókat, valamint *(iv)* az OTT-szolgáltatókat érintik.

Várjuk válaszaikat a dokumentumban feltett kérdéseinkre (kék szövegdozban), illetve minden egyéb, a témához kötődő észrevételüket 2015. január 31-ig az ottkonzultacio@nmhh.hu e-mail címre. A beérkezett válaszokat, észrevételeket anonimizáltan dolgozzuk fel és ismertetjük.

2. Átalakuló médiarendszer

A tömegmédiá nagy hatással volt a 20. század társadalomfejlődésére. A média nem a személyek közötti interakciót (pont-pont kommunikáció) erősítette, hanem az egyes vélemények széles körű terjesztését (pont-multipont kommunikáció). Ez a fajta egyirányú kommunikáció már a nyomtatott sajtót is jellemezte, azonban a képi és hangis tartalmak megjelenése a médiatartalmak még nagyobb meggyőző erejét, nagyobb befolyásoló képességét eredményezte. A média véleménybefolyásoló képességét, ezáltal egy társadalom demokratikus működésében betöltött szerepét minden szereplője tapasztalja és ismeri. Ennek egyenes következménye volt a mai médiaszabályozási rendszer kialakítása, amely megfelelő biztosítékokat ír elő annak érdekében, hogy ezzel a befolyásoló hatalommal senki ne élhessen vissza (pl. médiakoncentráció-szabályozás), hogy bizonyos közérdekű tartalmak mindenképpen eljussanak a médiát befogadó közönséghez (pl. az ún. must-carry szabályozás), és hogy az állampolgárok kiegyensúlyozott, sokszínű tájékoztatásban részesüljenek. Ezek a klasszikus médiaszabályozási eszközök bizonyos mértékben korlátozzák a média véleménynyilvánítási szabadságához és a tulajdon fölötti szabad rendelkezéshez fűződő jogait. Ez a korlátozás azonban igazolást talál a média közvélemény-alakító hatalmának meghatározásában, melyet a közérdek védelmében indokolt garanciákkal körbepátyázni. A befolyásoló erő magától értetődően a nézettséggel, hallgatottsággal egyenes arányban növekszik.

A „kezdeti” időkben, amikor csak a közszolgálati televízió, majd egy-két kereskedelmi televízió volt elérhető a háztartások számára, a nézettség, a figyelem természetesen kevés szereplő között oszlott meg, növelve az egyes médiumok (a médiumokat irányító személyek, az állam) befolyásoló képességét. Akkoriban a médiaszolgáltatások előtt jelentős piacra lépési akadályként jelent meg az átviteli infrastruktúra szűkös kapacitása. Az analóg földfelszíni műsorterjesztési platformon megjelenni kívánó médiaszolgáltatásoknak pályázaton kellett elnyerniük a frekvenciahasználati jogot, a kiépülő analóg kábelhálózatok pedig szintén – a mai kínálatához képest – csak korlátos számban tudtak hozzáférést biztosítani a lineáris médiaszolgáltatásoknak.

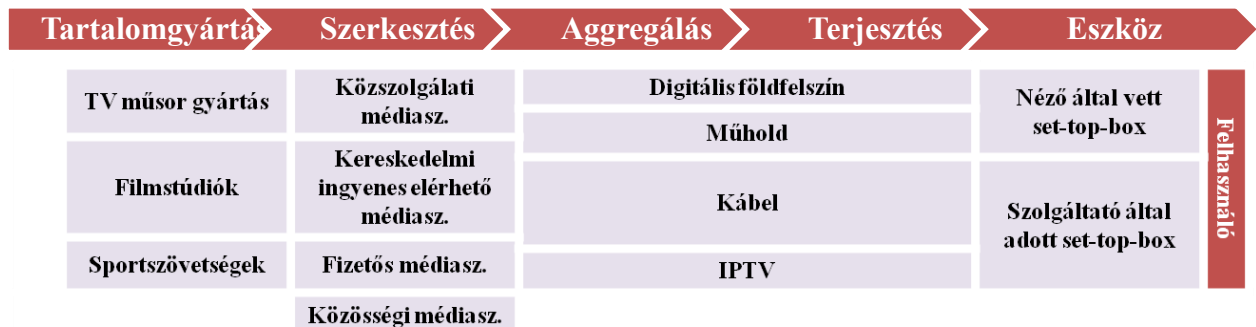


1. ábra: A múlt tartalomterjesztési értéklánca

A technológiai fejlődés következtében azonban az átviteli rendszerek szükségessége rohamos mértékben csökkent, elsősorban az egyes technológiák fejlődésének (digitalizálódás),² másrészt pedig az alternatív műsorterjesztési módok (pl. IPTV) megjelenésének köszönhetően. Mára a fogyasztók több száz médiaszolgáltatáshoz férhetnek hozzá, s ez nyilvánvalóan meghaladja már egy átlagos néző befogadóképességét. Az erőforrásoknak, az átviteli kapacitásoknak a szűköségéről tehát a hangsúly lassan áthelyeződött egy új szűk keresztmetszetre, nevezetesen a néző figyelmének szűköségére. Másképpen fogalmazva: amíg régen a médiaszolgáltatók az átviteli kapacitásért versenyeztek, addig

² A földfelszíni műsorszórás, valamint a kábeles és műholdas műsorterjesztés digitalizálása megnövelte a továbbítható tartalom mennyiségét.

ma már a néző figyelméért.³ Mindazonáltal azt is fontos megjegyezni, hogy a műsorterjesztői piacra való belépés előtt álló akadályok továbbra is léteznek, a magas belépési korlát megléte és az elsüllyedt költségek fellépése következtében.

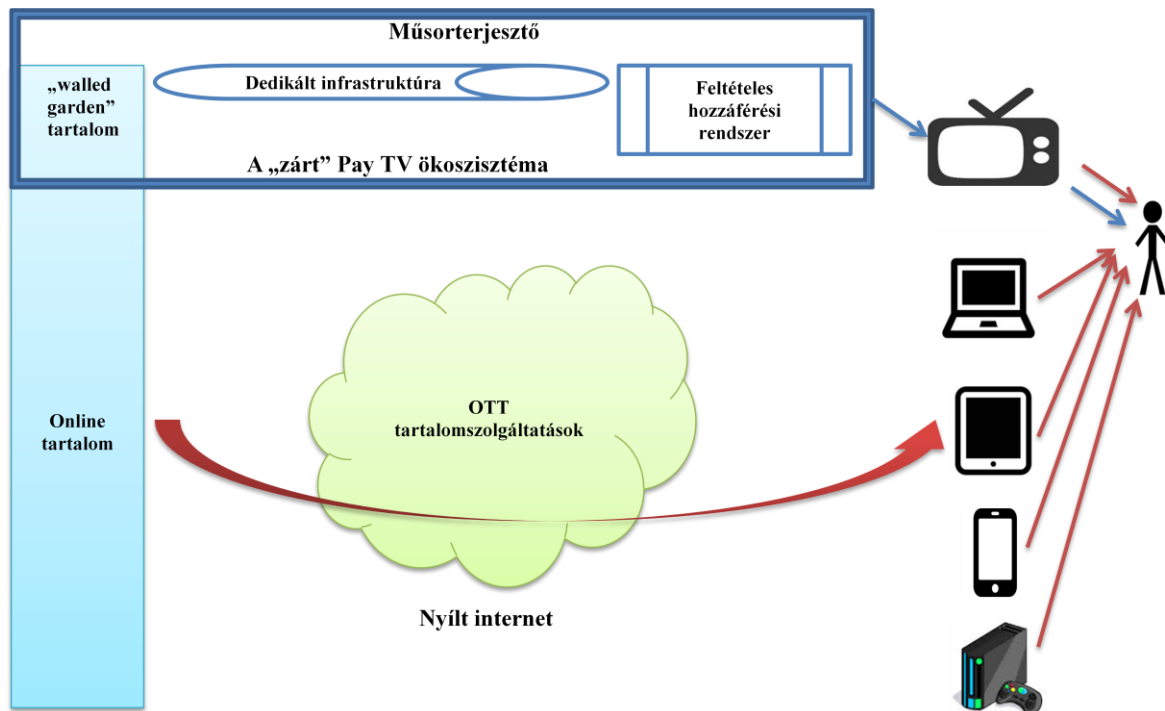


2. ábra: A jelen tartalomterjesztési értéklánca

A fenti megállapítások jellemzik a jelent. Mit tartogathat a jövő? Váteszi képességek nélkül is állíthatjuk, hogy a televíziózás, pontosabban fogalmazva a tartalomfogyasztás és a kommunikáció forradalma, a kínálat – és ennek megfelelően a kereslet – lényeges átalakulása előtt állunk, kezdetét pedig már ma is érezhetjük. Ennek generátora – sok más területhez hasonlóan – az internet. Meglátásunk szerint a legnagyobb változást nem az fogja előidézni, hogy az internetes tartalmakkal tovább növekszik a nézhető TV-csatornák és egyéb médiaszolgáltatások száma. Ha csupán ennyi lenne a változás, úgy csak a kilencvenes években elindult folyamat folytatódna. Az alábbi trendek teszik indokolttá a „forradalmi” jelző használatát: (i) megváltozó tartalomterjesztési ökoszisztéma, (ii) a „hagyományos média” szerepének átalakulása, esetleges csökkenése a demokratikus közéletben, (iii) a tartalomfogyasztás módjának drasztikus átalakulása. Természetesen ezek egymásra ható folyamatok, melyek lényegét az alábbiakban foglaljuk össze:

- i. A digitális tartalomterjesztés ökoszisztémájában a legfontosabb változás, hogy a korábban „zárt erődként”, vagy „fallal körbevett kertként” (*walled garden*) aposztrofált modell helyére egy nyitott modell lép, ahol a tartalom- és átvitel szolgáltatás élesen elkülöníthető, sőt elkülönítendő. Az eddigi rendszer jellemzője az volt, hogy a tartalomszolgáltató a fogyasztóhoz kizárólag azon a szolgáltatón keresztül, azzal megegyezve tudott eljutni, amely a jelet a hálózatán továbbította. A műsorterjesztő tehát kontrollt gyakorolt afelett, hogy mely médiaszolgáltatásnak enged hozzáférést a hálózatához, a jelet pedig egy zárt, menedzselt hálózaton továbbította a végfelhasználónak. Ez a korlátozás megszűnik azzal, hogy internet-hozzáféréseken keresztül az előfizető közvetlenül az interneten keresztül is elérheti a médiaszolgáltatókat, illetve a műsorterjesztőtől független tartalomaggregátorok szolgáltatását. Ezeket a – műsorterjesztő zárt rendszerén kívül, online elérhetővé tett – szolgáltatásokat nevezzük OTT-szolgáltatásoknak.

³ Természetesen korábban is a néző figyelméért versenyeztek a médiaszolgáltatók, azonban az a kevés médiaszolgáltató, amely hozzáférést kapott a szűk átviteli kapacitáshoz, már szinte biztosan megkapta a nézők figyelmét is, tekintettel a versenytársak alacsony számára.

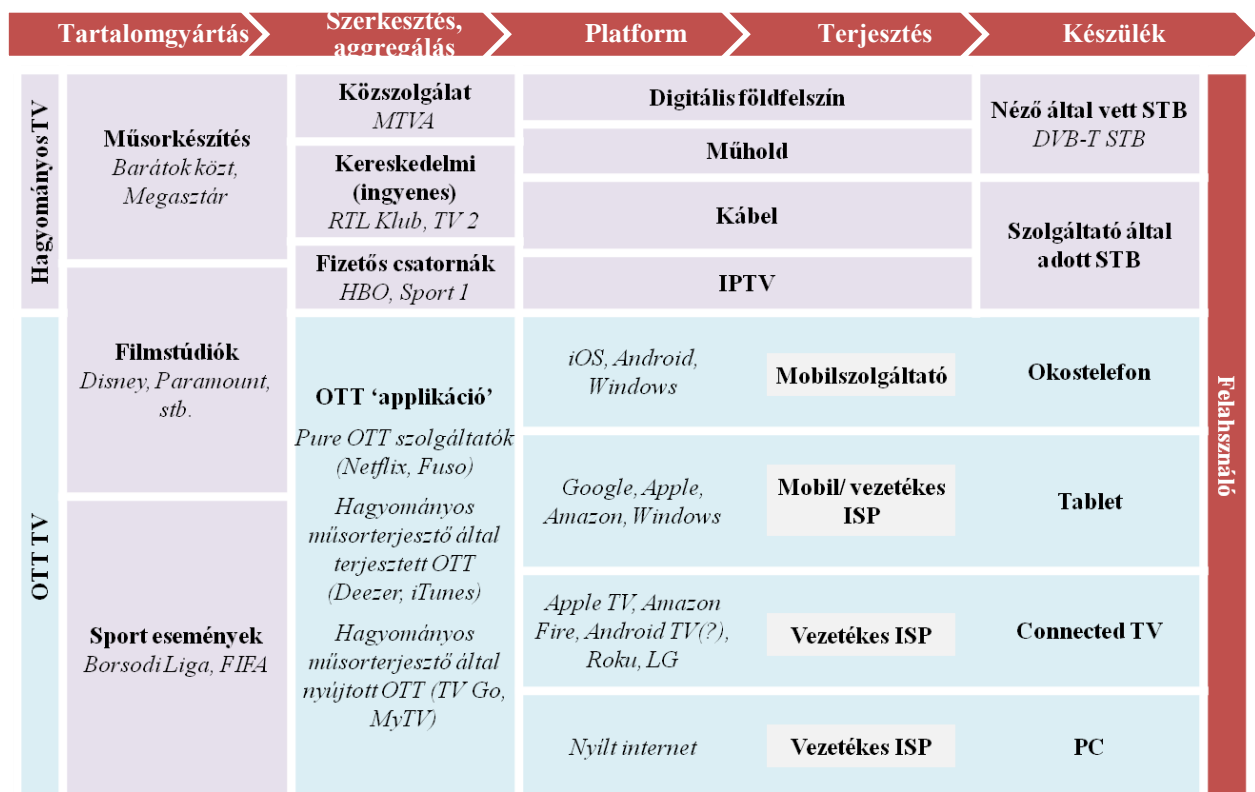


3. ábra: A tartalomterjesztés zárt rendszere és az OTT-tartalomtöbbités

- ii. A mobilitás, rugalmasság alapelvárás a legújabb infokommunikációs technológiákkal szemben, mely szempont egyre fontosabb szerepet játszik abban is, hogy miként fogyasztunk tartalmat. Míg korábban kizárólagosan lineáris (valós idejű) médiaszolgáltatást fogyasztottunk, ahol – leegyszerűsítve – a médiaszolgáltató döntötte el, hogy mikor mit nézünk, hallgatunk, addig egyre jobban terjednek a lekérhető médiaszolgáltatások. Itt a kontroll már alapvetően a néző kezében van: ő dönt arról, hogy a felkínált tartalmat mikor és hol tekinti meg. Ez a folyamat hosszú távon tovább csökkentheti az egyes médiaszolgáltatások szerepét a demokratikus diskurzusban, hiszen a fogyasztó nem találkozik általa nem kívánatos tartalommal. A tendencia már korábban is megfigyelhető volt, hiszen a kapacitásnövekedés lehetővé tette, hogy például az egyes (politikai) „véleményközösségeknek” külön-külön televíziója lehessen. A csatornakinálat bősége okán már ma is lehetővé válik, hogy a néző például csak filmeket nézzen, és elkerülje a reklámot. A trend azonban tovább erősödhet egy olyan lekérhető (*on demand*) médiakörnyezetben, ahol a néző még kevésbé kitett a médiaszolgáltatóknak: maga választja meg a tartalomfogyasztás helyét, idejét és magát az elérni kívánt tartalmat. A jelenség elvezethet ahhoz a kérdéshez, hogy azok a jelenleg hatályos mediaszabályozási eszközök, amelyek a média társadalmi vitában betöltött kiemelkedő szerepét hivatottak elérni, továbbra is legitimek-e, szükséges-e a felülvizsgálatuk annak érdekében, hogy a szabályozás mögött célként meglévő közérdek érvényesüljön.
- iii. Ami a tartalomfogyasztás eszközét illeti, a közelmúltig jellemzően kizárólag a televíziókészüléken fogyasztottunk audiovizuális, a rádiókészüléken pedig rádiós médiaszolgáltatást. Ezek a készülékfogalmak lassan elveszítik jelentőségüket. Prognosztizálható, hogy az internetre csatlakozó „okos” (*smart*) eszközök (okostelefon, tablet, phablet, PC, televízió) közötti egyetlen különbség a képernyő mérete lesz, mely a 80-as években elindult konvergencia egyik jelentős következményeként értékelhető. Ebből

kifolyólag a tartalomhoz már minden eszközön bárhol, bármikor hozzáférhetünk, feltéve, hogy megfelelő internetkapcsolattal rendelkezünk. Előreláthatólag mindegyik készüléken egy alkalmazásokkal ellátott operációs rendszer fog futni, melyeknek csak egy része lesz médiatartalomhoz köthető. Praktikusan az előfizetői csomag vagy a médiaszolgáltató tartalma is csak „egy applikáció” lesz a mobiltelefonon már jól megszokott widgetek mellett (közösségi oldalak, videómegosztók, időjárás-jelentés, stb.).

A tartalomterjesztés értékláncában tehát új szereplők jelennek meg, amelyek adott esetben szűk keresztmetszetnek is bizonyulhatnak a tartalomhoz való hozzáférésben. Az upstream piacoktól kiindulva a hagyományosan műsorterjesztők által nyújtott lekérhető médiaszolgáltatások (videotéka) konkurenciájaként egyre több online lekérhető médiaszolgáltatás érhető el. Közülük néhány (pl. a Netflix) olyan piaci erőre, és ezáltal gazdag tartalomkínálatra tett szert, amely jelentősen veszélyezteti a többi (offline) lekérhető médiaszolgáltató nézettségét és piaci részesedését, következésképpen pedig bevételét. Szintén új szereplőként jelennek meg a médiarendszerben a mobilpiacokról már ismert „alkalmazásfelületek”, „alkalmazás-piacterek”⁴ üzemeltetői, amelyek – többek között – a médiaszolgáltatók alkalmazásainak adnak helyet az általuk (akár többféle készüléken) üzemeltett menürendszerben. Végül mindeközben, mint azt fentebb említettük, a médiafogyasztásra alkalmas eszközök köre is egyre csak szélesedik.



4. ábra: A jövő tartalomterjesztési értéklánca (forrás: Analysys Mason, 2014.)

Az internetes tartalomfogyasztás, azon belül is az internetes tartalom televízióon keresztül történő fogyasztását a közelmúltban megjelenő és rohamosan terjedő ún. okostelevisziók teszik lehetővé. Az okostévé, Smart TV vagy Connected TV fogalma azt az új „folyamatot” jelöli, amelynek eredménye az internet és a modern televíziókészülékek, illetve digitális vevődekóderek (*set-top-box*) integrációja,

⁴ Apple Store, Google Play stb.

konvergenciája. A korábbi televíziókészülékekhez és digitális vevődekóderekhez képest az online interaktív média által kínált lehetőségek itt sokkal inkább előtérbe kerülhetnek, és már nem kizárólag a hagyományos, lineáris médiatartalomra összpontosítanak. Ez a jelenség hasonlít arra, ahogyan az internet a különböző szoftveres alkalmazások révén integrálódott a modern okostelefonokba.

Az internetre csatlakoztatott televíziókészüléknek (*Connected TV*) köszönhetően az internetes médiatartalmak megjelennek a családok nappalijában, közvetlenül versenyezve a „hagyományos” műsorterjesztési platformos médiaszolgáltatásokkal. A „passzív” televíziókészülék, mely korlátozott számú csatornához biztosított hozzáférést, az internet hatására interaktív kommunikációs eszközzé válik, melyen keresztül szinte végtelen mennyiségű tartalomhoz, alkalmazáshoz, közösségi oldalhoz férhetünk hozzá. A Smart TV-ket felfoghatjuk egyfajta számítástechnikai képességgel integrált televízióknak, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy egy adott platformhoz tartozó további alkalmazásokat telepítsenek és futtassanak.⁵

Csatlakoztatott TV alatt értünk minden olyan televíziókészüléket, amely vagy közvetlen internetelérést biztosít a beépített „Ethernet” hálózati csatlakozással, vagy külön beltéri egységen keresztül csatlakozik az internethez. A csatlakoztatott TV a „hagyományos” televízióhoz képest plusz információforrással rendelkezik, nevezetesen az internetes tartalmakkal.⁶ A platformüzemeltető tehát lehet maga a készülékgyártó (pl. Samsung, LG, Sony), független szolgáltató (pl. Apple, Google, Roku) vagy akár maga a műsorterjesztő (pl. a UPC horizon gateway szolgáltatása). Az internetre csatlakoztatott televíziók között tehát megkülönböztethetjük az „okos”, illetve az „okosított” televíziókat. Ebben az összehasonlításban az „okos” (*smart*) TV egy olyan televíziókészülék, amely közvetlenül csatlakoztatható az internetre, a platformüzemeltető maga a készülékgyártó. Az „okosított” (*internet enabled*) TV ezzel szemben sokkal tágabb kört fed le, hiszen idesorolható minden olyan televíziókészülék, amely egy köztes szereplő szolgáltatásával kapcsolódik az internetre: ez lehet egy vevődekóder (Google TV, Apple TV vagy a műsorterjesztő erre alkalmas digitális vevődekódere), HDMI-kábellel csatlakoztatott laptop, játékkonzol, blue-ray olvasó stb.⁷

A fogyasztók számára számottevő előnyt jelent, hogy azok a szolgáltatások, amelyek eddig csak számítógépen vagy esetleg mobiltelefonon voltak használhatóak (pl. YouTube), immár a televízió képernyőjén is láthatóak, továbbá szélesebbé válik a lekérhető médiaszolgáltatásokhoz való hozzáférés is. Azzal, hogy az internet meghódítja a televízió képernyőjét, az utolsó „zárt erődöt” is, erőteljesen csökkennek a közönség elérésének korlátai.

⁵ <http://hu.wikipedia.org/wiki/Okost%C3%A9v%C3%A9>, [2014.08.05.]

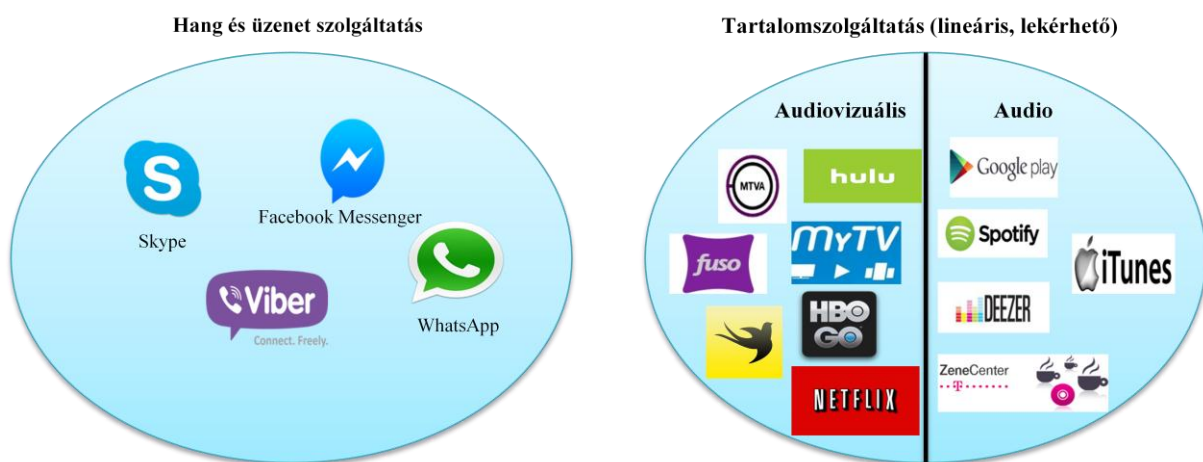
⁶ CSA Régulation: La télévision connectée à internet – des changements structurants pour l’audiovisuel, vol. 46, 2010. p 24.

⁷ BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: Connected TV – átalakuló piaci értéklánc és új szabályozásai kihívások a horizonton, *Infokommunikáció & Jog*, 2012/5-6., HVG-Orac, 184.

3. Az over-the-top szolgáltatás definíciója, csoportosítása

Az OTT definiálásakor először is azt kell leszögezzük, hogy a kifejezés a tartalom, a szolgáltatás eljuttatásának a módját, technológiáját jelöli. A legakkurátusabban úgy nevezhetnénk az ekként nyújtott szolgáltatásokat, mint „OTT-módon nyújtott szolgáltatások”. Az egyszerűség kedvéért azonban a továbbiakban egységesen „OTT-szolgáltatásként”, vagy „OTT-tartalomszolgáltatásként” fogunk rájuk hivatkozni. Általánosan fogalmazva elmondhatjuk, hogy azokat a szolgáltatásokat nevezzük OTT-szolgáltatásnak, amelyeknél az interneten keresztül szolgáltatást nyújtó szolgáltató nem felelős a végfelhasználóhoz, fogyasztóhoz történő jelátvitelért: a felhasználó a „nyílt interneten” keresztül éri el az OTT-szolgáltatást. Az OTT-szolgáltató ennél fogva az internetszolgáltatótól elkülönült, azzal szerződéses kapcsolatban nem álló szolgáltató.⁸

A „klasszikus” OTT-szolgáltató a tartalom eljuttatásáról nem gondoskodik, ezt teljes egészében a nyílt interneten valósítja meg. Újabban azonban – éppen a minőség biztosítása érdekében – a továbbítás egy részét szerződés keretében CDN-szolgáltatóra (*Content Delivery Network*) bízta, azonban a CDN-szolgáltató és az előfizető közötti szakaszt nem fedi le szerződéses kapcsolat. Ezt a szolgáltatási módot is OTT-szolgáltatásnak nevezzük. Az előfizető az internet-hozzáférésről maga gondoskodik a legtöbb esetben oly módon, hogy egy internetszolgáltatóval köt szerződést, ugyanakkor léteznek olyan esetek, amikor más módon is elérheti az internetet. Az OTT-szolgáltatás valódi kritériuma éppen ezért nem is a két előfizetői szerződés megléte, hanem a teljes tartalom (jel) továbbítás feletti részleges vagy teljes nagykereskedelmi szerződés, a jeltovábbításért való felelősség hiánya az előfizető (tartalomfogyasztó) felé.⁹ Az OTT-szolgáltatásoknak két nagy csoportra oszthatóak.



5. ábra: Az OTT-szolgáltatások csoportosítása

A hang- és szövegesüzenet-szolgáltatást nyújtó OTT-szolgáltatók megjelenése alapvetően a mobilhírközlési piacot érinti érzékenyen, mivel a mobilszolgáltatók – az internetszolgáltatás mellett –

⁸ Elvileg az OTT-szolgáltatásnak nem feltétlenül kell IP-alapú hálózaton megvalósulnia, de a gyakorlatban szinte mindig a nyílt interneten valósul meg a továbbítás részben vagy teljes egészében.

⁹ A szintén IP-alapon működő IPTV és az OTT-tartalomszolgáltatás között a különbség abban áll, hogy míg az IPTV jelfolyamát a szolgáltató saját hálózatán, menedzsmentrendszer felügyelete alatt továbbítja, addig az OTT-szolgáltató a szélessávúinternet-kapcsolaton keresztül, minőségi garancia nélkül juttatja el a tartalmat a végberendezéshez. Az IPTV esetében a szolgáltató teljes egészében gondoskodik a médiatartalom eljuttatásáról, beleértve a minőségi követelményeket is. Éppen emiatt az OTT-szolgáltató nagymértékben ki van szolgáltatva az internetszolgáltatónak, hiszen sem a minőségre, sem a rendelkezésre állásra nincs igazán ráhatása.

szintén nyújtanak hang- és üzenetszolgáltatást, melyből ráadásul a mai napig bevételeik jelentős része származik. A mobilszolgáltatók piaci pozícióit, bevételi forrásait veszélyeztetik az interneten megjelent új szolgáltatások, amelyek az ő hálózati kapacitásukat használva „amortizálják” a hang- és SMS-piacon szerzett bevételeiket. Továbbá tekintettel arra, hogy ezek az OTT-szolgáltatók nem valósítanak meg jelátvitelt, ezen szolgáltatások nem is minősülnek elektronikus hírközlési szolgáltatásnak. Következésképpen a mobilszolgáltatók hang- és SMS-szolgáltatásának szabályozási terhe jóval magasabb, mint a helyettesítő szolgáltatást nyújtó OTT-szolgáltatóé. Nem véletlen, hogy a mobilszolgáltatók uniós szinten szeretnék elérni, hogy az OTT-szolgáltatásokra is kiterjedjen a szabályozás.¹⁰

Jelen tanulmány azonban a (média)tartalomszolgáltatást nyújtó OTT-szolgáltatókat helyezi fókuszába, melyek alapvető fontossággal bírnak a médiarendszer jövőjére. Ezen szolgáltatások elterjedését, illetve a médiarendszerre gyakorolt hatását erősíti az olyan televíziókészülékek gyors terjedése, amelyekkel már az internetre lehet csatlakozni, és online tartalmakat fogyasztani. Az internet és a „hagyományos” televíziózás egyesülése a konvergencia megállíthatatlan folyamatának egy újabb állomása, mely magával hozza – mint a konvergencia korábbi fázisaiban is – az üzleti modellek újragondolását, az értéklánc átrendeződését, bővülését, és új szűk keresztmetszetek (pl. alkalmazásfelületek) megjelenését.

1. Kérdés

Ön egyetért-e a 3. pontban megfogalmazott OTT-szolgáltatás definícióval?

¹⁰ Lásd: Georg Serentschy: *The Virtuous Circle – New Regulations, Innovation and Investment, How to Bring Europe Back to the Top*, 2013, https://www.rtr.at/en/komp/SchriftenreiheNr12013/The_Virtuous_Circle.pdf, [2014.08.19.], illetve The Boston Consulting Group: *Reforming Europe’s Telecoms Regulation to Enable the Digital Single Market*, (n. 43.) and GSMA *Mobile Economy Europe 2013*, http://gsmamobileeconomyeurope.com/GSMA_Mobile%20Economy%20Europe_v9_WEB.pdf, [2014.08.19.]

4. Kitekintés az OTT-tartalomszolgáltatás hazai piacára

4.1. Az OTT-videohasználat

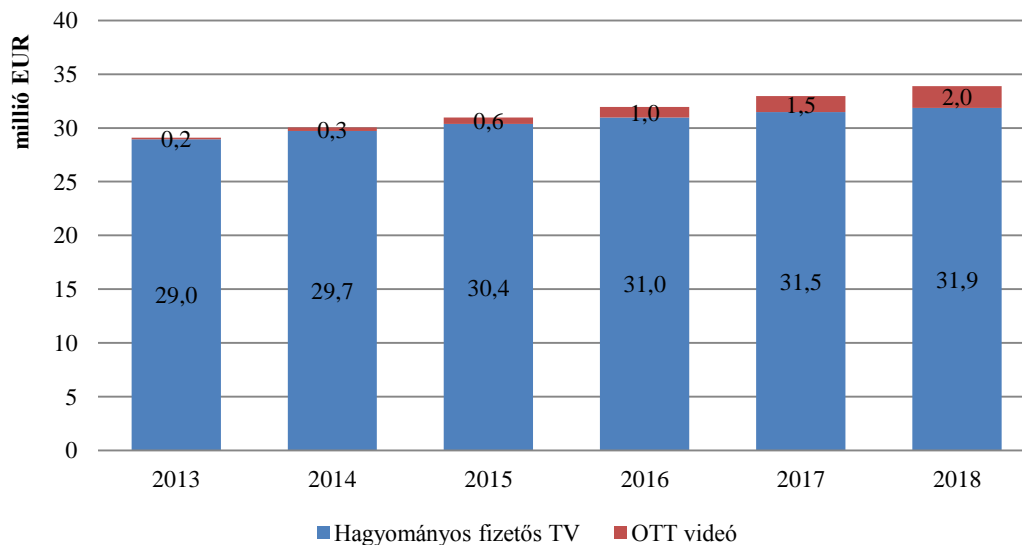
Ebben a fejezetben elsősorban a hazai OTT-tartalomszolgáltatók helyzetét fogjuk bemutatni. Ahhoz azonban, hogy kontextusba tudjuk helyezni ezen vállalkozások tevékenységét, egy rövid összefoglalóban illusztráljuk, hogy pontosan milyen főbb folyamatokat tapasztalunk a piacon. A műsorterjesztési piacon alapvetően az ingyenes (*free-to-air*), illetve a fizetős televíziós (*Pay TV*) piacot különböztethetjük meg. A fizetős televíziós piacon megfigyelhető igen élénk verseny hatására a „hagyományos” műsorterjesztők sorra elkezdték bővíteni lekérhető tartalmakat kínáló szolgáltatásaikat, jellemzően azonban ezt csak saját előfizetőik számára teszik elérhetővé általában igen alacsony előfizetési díj vagy eseti díj mellett. Ezen kívül, mivel a több képernyős televíziózás mára egyre elterjedtebb lett szerte a világon, a műsorterjesztők ezt az előfizetői szegmenst megcélozva indították el saját, a médiatartalmakat nemcsak a hagyományos televízió-képernyőn, hanem notebookon, tableten, okostelefonon is nézhető megoldásaikat.

Ezzel, a hagyományosan kábel-, műholdas vagy IP-alapú (IPTV) átviteli rendszert üzemeltető „hagyományos” műsorterjesztők által nyújtott, egyre sokszínűbbé váló fizetős tartalomszolgáltatással versenyeznek az olyan tisztán OTT-szolgáltatók,¹¹ mint a Netflix, az Amazon Prime Instant Video, a BSkyB Now TV vagy a magyar Fuso Premium. A szolgáltatás újdonságából is fakad, hogy valójában jelenleg nem teljesen egyértelmű, hogy a hagyományos fizetős televíziós szolgáltatási piaccal helyettesítő vagy inkább kiegészítő viszony alakul ki. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy a helyettesítő és kiegészítő viszony régióként (sőt fogyasztóként) is változhat, mert az egyes platformokon fogyasztható tartalmak és a regionálisan jelentkező különböző keresletigények más-más versenyhelyzetet eredményeznek. A helyettesíthetőségtől függ, hogy a fizetős televíziós piac inkább szenvedő alanya-e ennek a technológiai átalakulásnak, vagy a két szolgáltatás típus veszélyezteti-e a másik piaci részesedését. Fontos kiemelni, hogy a helyettesítési viszony végső soron – ha a technológiai korlátoktól eltekintünk – a szolgáltatás tartalmi oldalának kérdése. Ettől függ, hogy az OTT-szolgáltatók által előállított tartalom ki tudja-e szorítani a hagyományos fizetős televíziózást, vagy sokkal inkább csak egy „extra” termék lesz a hagyományos szolgáltatások mellett. A kérdésre adott válasz végső soron a hagyományos szolgáltatók és az OTT-szolgáltatók hosszú távú viszonyát is befolyásolja.

Bár pontos adatok nem állnak rendelkezésre, előljáróban szükséges leszögezni, hogy az OTT-médiaszolgáltatások árbevétel alapú részesedése – a 2012-re 171 milliárd dolláros méretűre becsült – fizetős televíziós piacból globálisan nagyságrendileg 2-3%, ami 2017-ig kb. 6%-ra emelkedhet.¹² Európára vonatkozólag az alábbi ábrán az Analysys Mason hagyományos fizetős TV, illetve OTT-videoszolgáltatásokra fordított kiadásának előrejelzése látható.

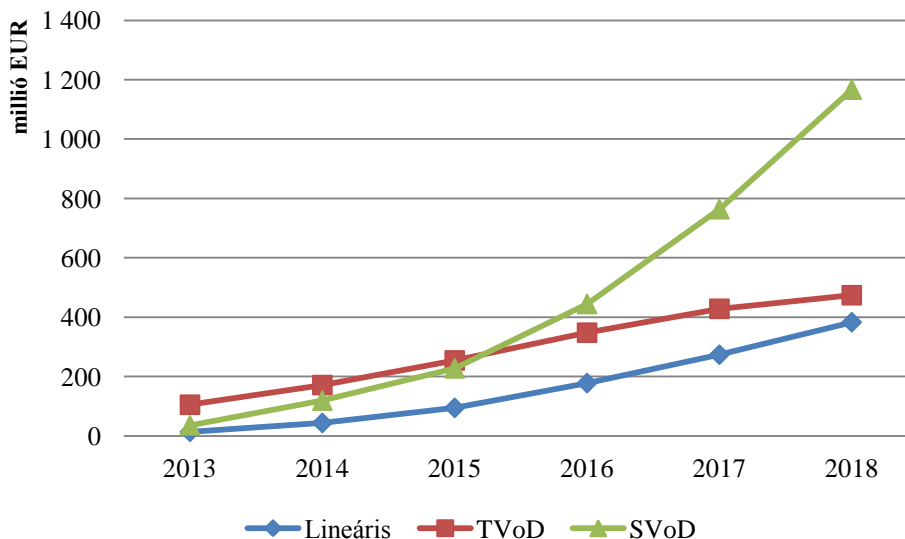
¹¹ „pure OTT players” alatt azon OTT-szolgáltatókat, akik teljesen függetlenek az átviteli hálózatüzemeltetőtől.

¹² statista.com, „Global pay TV revenue from 2012 to 2017”, illetve „OTT share of total pay TV revenue worldwide from 2012 to 2017”, <http://www.statista.com/statistics/251543/global-pay-tv-revenue/>, [2014.08.21.]



6. ábra: Hagyományos fizetős televízióra és OTT-videotartalomra fordított kiadás Nyugat-Európában (forrás: Analysys Mason)

Ez összhangban van más szakértői előrejelzésekkel is,¹³ amelyek az OTT online videokölcsönzés/videostreaming szolgáltatások szegmensére becsülik a leggyorsabb növekedési ütemet a fogyasztói távközlési szolgáltatások közül: növekedési üteme éves szinten (CAGR)¹⁴ akár a 28%-os ütemet is elérheti. Összességében látni kell, hogy a piaci átalakulásban érintett hagyományos fizetős televíziós piachoz képest az OTT-szolgáltatásokból származó árbevétel egyelőre marginális, növekedési ütemük viszont nagyon is szignifikánsnak tekinthető. Az alábbi ábrán továbbá az látható, hogy – legalábbis a nyugat-európai országokra vonatkozóan – a növekedés elsődlegesen az előfizetéses, lekérhető OTT-videotartalmak növekedéséből fakad.



7. ábra: Különböző OTT-szolgáltatástípusok szerinti kiadásszerkezet¹⁵

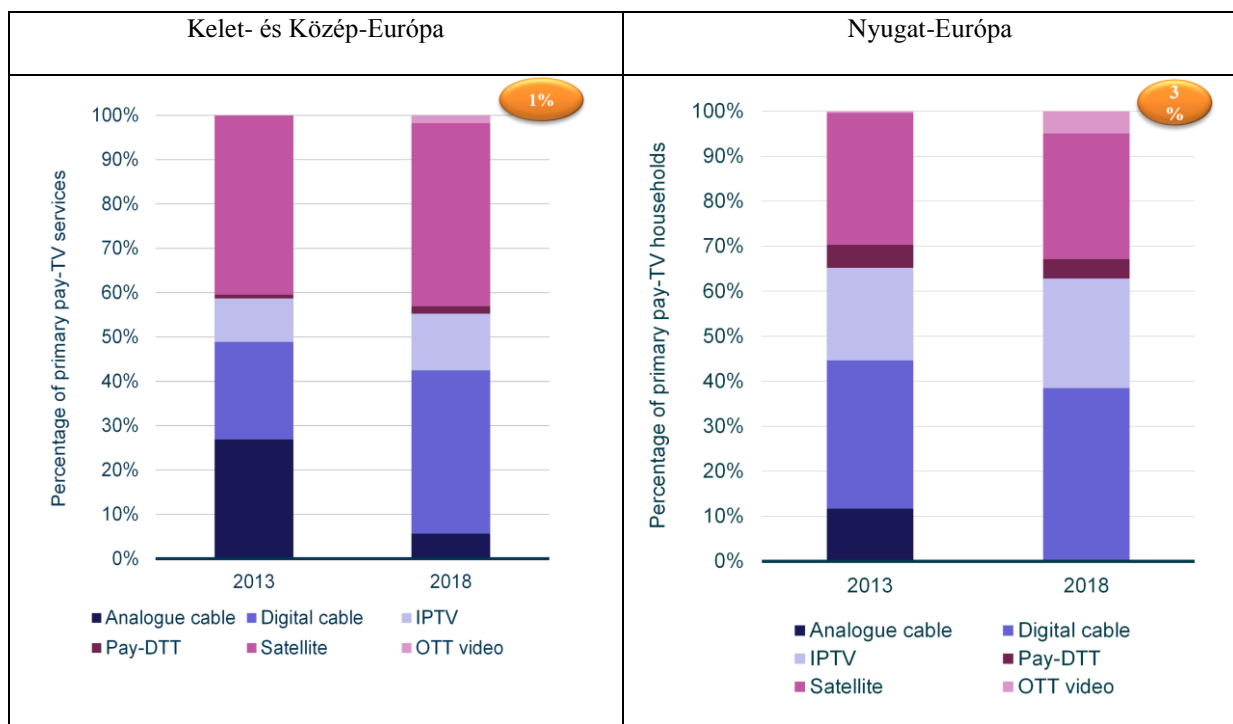
¹³ Outlook insights: An analysis of the global entertainment and media outlook 2014–2018

¹⁴ Compound Annual Growth Rate

¹⁵ A TVoD az eseti fizetéssel járó lekérhető médiaszolgáltatást, az SVoD az előfizetéses lekérhető médiaszolgáltatást takarja.

Az olyan OTT-szolgáltatások megjelenésével, mint például az amerikai Netflix, a hagyományos műsorterjesztők körében az egyik legnagyobb félelemmé vált, hogy az előfizetők egy része felmondja a szolgáltatást, és OTT-videoszolgáltatásra (*cord cutting*) vagy egy olcsóbb előfizetéses csomagra vált, mivel a párhuzamosan igénybe vett OTT-videoszolgáltatás kielégíti az igényeit (*cord shaving*).

A legfrissebb előrejelzések azonban korántsem látszanak alátámasztani ezt a félelmet. Az Analysys Mason prognózisa szerint Közép-Kelet-Európában 2018-ban az „elsődleges fizetős televíziós szolgáltatások” piacán¹⁶ a televíziózó háztartások mindösszesen 1 %-a fog kizárólag OTT-módon televíziózni, a nézők 99%-a továbbra is valamely klasszikus műsorterjesztő szolgáltatását veszi igénybe, esetleg kiegészítve valamilyen OTT-médiaszolgáltatással.¹⁷ Ez az arány várhatóan Nyugat-Európában sem lesz sokkal magasabb (3%) Európa más régióihoz képest.¹⁸



8. ábra: Az OTT-videoszolgáltatások piaci részesedése 2018-ban mint elsődleges fizetős TV-szolgáltatás (Analysys Mason, 2013)

A prognózist több tényező is alátámasztja. Először is Magyarországon erős az infrastruktúraalapú verseny a műsorterjesztési piacon, ami nagy választékot és versengő árakat eredményez. Az Egyesült Államokban például – ahol az OTT-szolgáltatások nagy népszerűségnek örvendenek – a piac

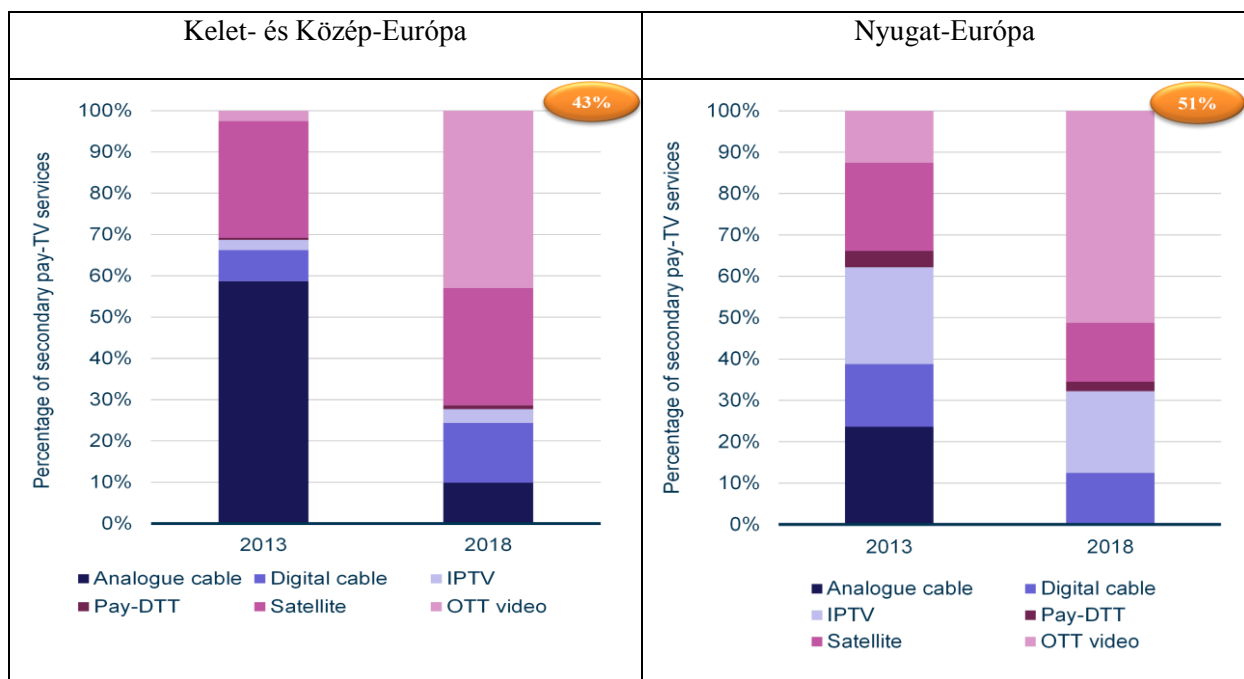
¹⁶ Az Analysys Mason megkülönbözteti az elsődleges és másodlagos televíziós szolgáltatásokat. Elsődleges televíziós szolgáltatásnak azon szolgáltatást nevezi, amelyet a „fő”, általában a család nappalijában elhelyezett televíziókészüléken keresztül vesz igénybe az előfizető. Másodlagos előfizetésnek azt a szolgáltatást nevezi, aminek köszönhetően a háztartás többi televíziókészülékén keresztül televíziózik a háztartás (pl. hálószoba, nyaraló stb.).

¹⁷ Analysys Mason: Pay-TV and OTT video services in Central and Eastern Europe: forecasts and analysis 2013–2018, September 2013.

¹⁸ U.o.

deregulációja miatt¹⁹ duopol piacszerkezet alakult ki, ahol az előfizetési díjak igen magasak. Másrészt a régiókban várhatóan lassabban terjednek el azok az okos, „okosított” televíziókészülékek, amelyeken keresztül hozzáférhetőek az interneten nyújtott OTT-tartalmak. Harmadrészt az OTT-szolgáltatók piacszerzését (az első televíziókészülékek vonatkozásában) nagyban megnehezíti az ún. *bundled* (csomagban értékesített) szolgáltatások elterjedtsége, hiszen egy előfizető kisebb eséllyel mondja fel a fizetős televízió szolgáltatását, ha a hagyományos műsorterjesztővel való szerződéses jogviszonya egyben telefon-, internetes (esetleg mobiltelefon-) szolgáltatásra is kiterjed. Végül az „átlagfogyasztó” hagyományosan nehezen vált új technológiára, illetve egy új piaci szereplő szolgáltatására, feladva a „megbízható” régi, ismert szolgáltatóját, technológiát.

Mindez azonban nem jelenti azt, hogy az OTT-videoszolgáltatások ne gyakorolnának a közeljövőben jelentős hatást a televíziós piacra. Az Analysys Mason hivatkozott elemzése szerint ugyanis a háztartások közel fele (Kelet- és Közép-Európa: 42%, Nyugat-Európa: 51%) OTT-videoszolgáltatást fog igénybe venni *másodlagos* előfizetési szolgáltatásként.²⁰ Ennek magyarázata részben az, hogy míg az analóg kábelszolgáltatás esetében egy előfizetéssel több televízió keresztül hozzáférhettünk a szolgáltatáshoz, addig a digitális műsorterjesztés piacán minden egyes plusz televíziókészülék esetén addicionális költséget kell fizetni a plusz set-top-boxért. Az analóg kábelszolgáltatások visszaszorulásával az előfizetők ezért nagy eséllyel inkább OTT-videoszolgáltatásra váltanak annál is inkább, mivel ebben az esetben nem kell „hűségdíjot” vállalniuk a szerződési feltételek kritériumai között.

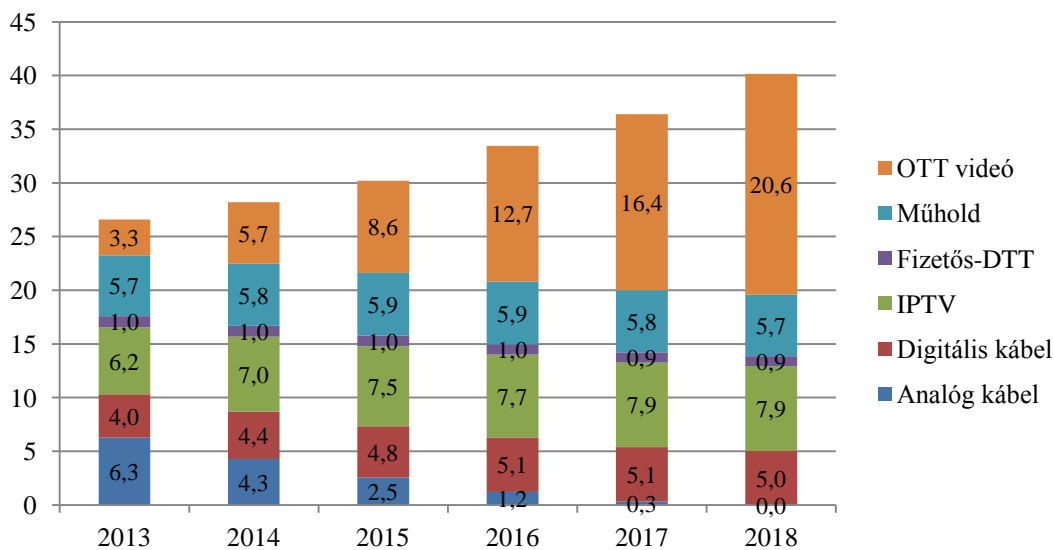


9. ábra: Az OTT-videoszolgáltatások piaci részesedése 2018-ban mint elsődleges fizetős TV szolgáltatás (Analysys Mason, 2013).

Az alábbi ábra éves bontásban mutatja meg, hogy a következő években az OTT-videoszolgáltatások mint másodlagos pay-TV szolgáltatások dominanciája várható

¹⁹ Bővebben lásd: BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: Attempts at the Regulation of Network Neutrality in the United States and in the European Union: The Route Towards the ‘Two-speed’ Internet. In: András KOLTAY (ed.): *Media Freedom and Regulation in the New Media World*. Budapest, Wolters Kluwer, 2014.

²⁰ A másodlagos előfizetési szolgáltatás definíciójáért ld. a 14. lábjegyzetet.



10. ábra: A másodlagos fizetős televíziós platformok alakulása Nyugat-Európában, millió előfizető (Analysys Mason, 2013)

Az OTT-tartalomszolgáltatás az életciklusának még viszonylag kezdeti szakaszában jár, így jelenleg mind a hírközlési szolgáltatók, mind a tisztán OTT-szolgáltatók még keresik az új versenyviszonyoknak megfelelő, a piacon leginkább működő üzleti modellt. A nemzetközi piaci tapasztalatok alapján a tisztán OTT-szolgáltatók tevékenysége a következő tényezők együttállása esetén lehet a legsikeresebb:

- a jó minőségű szélessávú hálózat elérhetősége, magas szélessávúinternet-penetráció az adott régióban;
- több eszközön hozzáférhetővé tett OTT-szolgáltatás (*multi screen*);
- hosszú távú, hűségidővel megkötött szerződések helyett alacsony, eseti díj (TVoD) vagy napi/havi előfizetés (SVoD);
- széleskörű hozzáférés, könnyű használhatóság;
- hatékony marketing annak érdekében, hogy a felhasználók hajlandóak legyenek fizetni is a szolgáltatásért;²¹
- saját tartalmak gyártása, prémium- vagy rétegtartalmak („niche”);
- a lokális tartalmak szolgáltatása a nyelvi problémák áthidalása miatt;²²
- a lakosság körében alacsony mértékű illegális tartalomletöltés.

2. Kérdés

Az Ön véleménye szerint Magyarországon a „hagyományos” műsorterjesztők és az OTT-tartalomszolgáltatók között helyettesítési vagy kiegészítő viszony fog létrejönni 5-10 éves időtávon?

²¹ Kelet- és Közép-Európában jelenleg jellemzően reklámbevételekből tudják magukat fenntartani a lekérhető médiaszolgáltatók; az ilyen típusú szolgáltatások esetén alacsony a fizetési hajlandóság.

²² A Netflix pl. eddig olyan országokban lett sikeres, ahol az angol az anyanyelv volt, vagy hagyományosan jól beszélnek az országban angolul, ld. Skandinávia, Hollandia.

4.2. Az OTT-tartalomfogyasztásra alkalmas eszközök elterjedtsége Magyarországon

Az OTT-szolgáltatások elterjedésének fontos feltétele a videoalkalmazások igénybe vételéhez szükséges sáv szélesség megléte mellett az, hogy széles körűen elterjedjenek a szolgáltatás igénybevételéhez alkalmas, internetre csatlakoztatott végberendezések. Ma már rendkívül szerteágazó azon eszközök köre (asztali, illetve hordozható PC, okostelefon, tablet, okosTV, asztali és hordozható videójáték, játékkonzol, hordozható videólejátszó stb.), amelyeken OTT-szolgáltatásokat lehet használni. Az átlagos magyar internetező ma már átlagosan 2,85 fajta internetezésre alkalmas eszközzel rendelkezik, melyhez érdemes hozzátenni azt is, hogy az internetet használó magyar lakosság mindössze 19 %-a rendelkezik csak internetre csatlakoztatott eszközzel. Az internetezés kapcsán a leggyakrabban használt eszközök az asztali PC-k (az internetezők 82 %-a használja), illetve a hordozható PC-k (53 % használja).²³

A felhasználók számos további eszközön is eljuthatnak az OTT-tartalmakhoz: például a smart TV-ken, illetve az internetre alaplól csatlakozni nem képes TV-eket „okosító” smartboxokon keresztül. Jelenleg a háztartások mintegy 10 %-ában érhetők el ilyen eszközök, azonban ebben a vonatkozásban is jelentős növekedés várható, mivel a mobiltelefonokhoz hasonlóan a TV-készülékeknél is az a tendencia figyelhető meg, hogy a boltok polcain, a középkategóriás készülékektől felfele már szinte csak „internetképes” készülékek vásárolhatók.

Az OTT-tartalmak igénybevételének egyre fontosabb eszközévé válnak az okostelefonok és táblagépek. Ezen eszközök elterjedéséhez nagyban hozzájárul, hogy egyre olcsóbbá válnak. A táblagépek ára az utóbbi években nagymértékben esett: míg 2010-ben még kb. százezer forint volt egy táblagép ára, addig jelenleg már akár húszezer forintért is kaphatók a legalább 7’’-os képátmérőjű, OTT-tartalmak fogyasztására kiválóan alkalmas eszközök. Jelenleg a táblagépek a hazai háztartások mintegy 5 %-ában²⁴ érhetők el, viszont ezen a területen is gyors növekedésre lehet számítani, amit az is alátámaszt, hogy az EU-s átlag²⁵ már elérte a 23 %-ot.

Az okostelefonok számában, valamint használatuk intenzitásában is erőteljes növekedés tapasztalható. Míg 2011-ben az okostelefonnal rendelkező internetezők körében még csak 54 %-os volt a mobiltelefonon való internetezés elterjedtsége, addig 2013 végén már az okostelefonnal rendelkező és az internetet valamilyen formában használó emberek 73 %-a használta mobiltelefonját internetezésre is.²⁶ Ebbe a használatba beleértendő a WiFi-s internethasználat is. Várhatóan az OTT-tartalmakat is főleg WiFi hálózaton, nem pedig mobilinternet-előfizetésen keresztül fogják az okostelefonokon használni, mivel a videotartalmak nagy mérete miatt az okoseszközökre előfizetett internetes adatforgalmi csomagok csak kevésbé teszik lehetővé az OTT-tartalmak korlátlan fogyasztását.²⁷ Az internetezésre, és így OTT-tartalomfogyasztásra alkalmas okostelefonok használatának terjedését az alábbi ábra mutatja be.

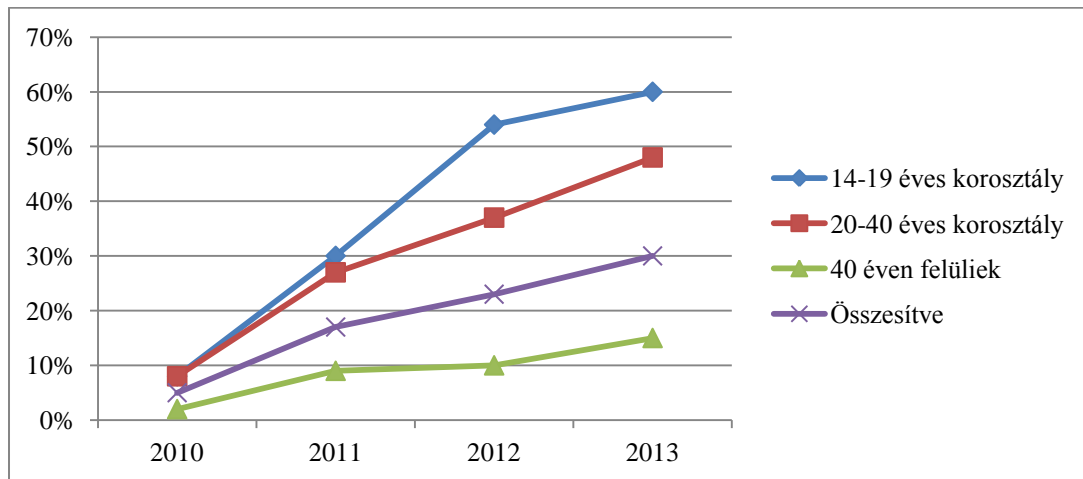
²³ Lakossági internethasználat 2013., piacutatás az NMHH számára

²⁴ Special Eurobarometer 414: E-Communications and Telecom Single Market Household Survey

²⁵ U.o.

²⁶ Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében, 2010., 2011., 2012., 2013., piacutatások az NMHH számára

²⁷ Ezzel kapcsolatban azonban érdemes megjegyezni, hogy a Magyar Telekom 2014 októberében indította el „korlátlan tematikus adatopciót” kínáló szolgáltatását, mellyel az erre előfizetők korlátlanul férhetnek hozzá – a „klasszikus” mobilinternet adatsomagjukon felül – az ajánlatban foglalt online szolgáltatásokhoz.



11. ábra: Az okostelefonok használata Magyarországon (forrás: Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében, 2010, 2011, 2012, piackutatások az NMHH számára)

Az NMHH 2013. év végi felmérése alapján a lakosság mintegy 30 %-a rendelkezik okostelefonnal, szemben a 2010 végén mért 5 %-kal. Az EU-s átlag jelenleg 42 %.²⁸ Még nagyobb növekedést láthatunk az OTT-szolgáltatások használatára fogékonyabb fiatalabb korosztályok körében. A 14-19 éves korosztályban az eszközök penetrációja a 2010-es 8%-ról 2013 végére 60%-ra növekedett. Az újdonságokra még szintén nyitott és jelentékenyebb vásárlóerőt képviselő 20-40 éves korosztályban is jelentősen növekszik az okostelefonok elterjedtsége: a 2010-es 8%-ról 2013 végére 48%-ra nőtt.²⁹

4.3. A nagyobb hazai elektronikus hírközlési szolgáltatók innovatív szolgáltatásai

A hagyományos műsorterjesztők, illetve az egyéb elektronikus hírközlési szolgáltatók hazánkban is felismerték a fejlesztés szükségességét. Ennek elsődleges mozgatórugója a fogyasztók változó igényeinek való megfelelés, az előfizetők fogyasztói szokásának változásai, valamint új előfizetők szerzése innovatív szolgáltatások bevezetése által. Jelen pillanatban három szolgáltató indította el új, innovatív szolgáltatását: a Magyar Telekom, a UPC Magyarország és a Telenor. Mindemellett megjelentek a piacon a „klasszikus”, ún. „pure” OTT-tartalomszolgáltatók is (pl. Fuso Premium, ITT/OTT TV).

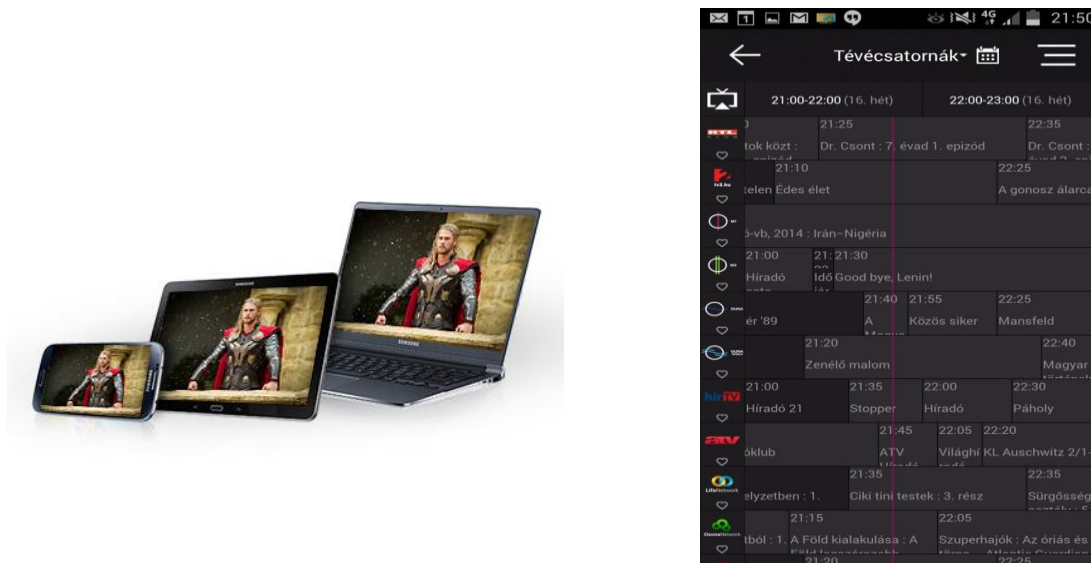
4.3.1. A Magyar Telekom

A Magyar Telekom 2014 tavaszán indította el a *TV Go* nevű új szolgáltatását, mely a már televíziós előfizetéssel rendelkező ügyfeleknek érhető el. Következésképpen nem tekinthető klasszikus OTT-szolgáltatásnak, hiszen a jelátvitelről a Magyar Telekom gondoskodik saját (mobil-, ill. vezetékes) hálózatán. Ez alól kivétel az online filmek megtekintése a TV GO szolgáltatás keretében, amely már más szolgáltatók előfizetői számára is elérhetőek (a streamelt TV-csatornákhoz való hozzáférés továbbra is csak az általa kínált internet-hozzáférés szolgáltatásukra előfizető ügyfelek számára lehetséges). A szolgáltatás a mobilitást helyezi a középpontba: a lényege, hogy az eddig csak televíziókészüléken fogyasztható előfizetéses csomag (lineáris csatornákínálat és videotéka) elérhetővé válik laptopon, okostelefonon, táblagépen (*multi screen* tartalomfogyasztás). A laptopos elérésre a tvgo.hu oldal, míg a mobilos hozzáférésre az iOS (Apple) és az Android specifikációknak

²⁸ Special Eurobarometer 414: E-Communications and Telecom Single Market Household Survey

²⁹ Az ismertetett értékek még nem tartalmazzák a 2013. év végi vásárlásokat.

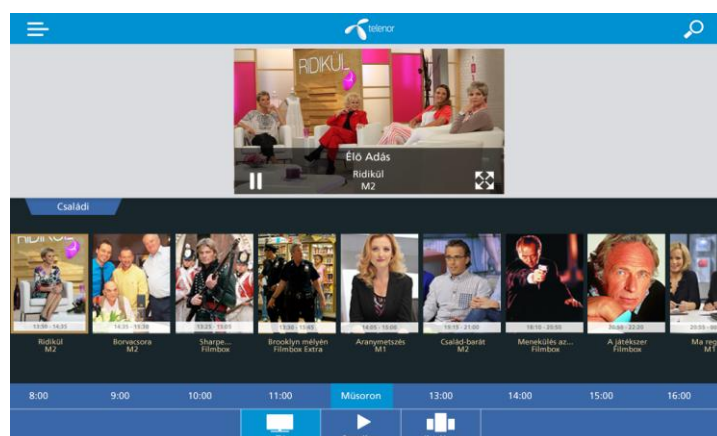
megfelelő, letölthető alkalmazás használható. A televízió keresztül eljuttatott tartalmak más eszközökön való megjelenítése egyéb pluszinformációkkal is kiegészül (pl. cikkek, hírek).



12. ábra: A TV Go szolgáltatás hangsúlya a mobilitáson van (forrás: Magyar Telekom)

4.3.2. A Telenor

A Telenor szintén 2014 első félévében indított *MyTV* szolgáltatása sokban hasonlít a Magyar Telekom TV Go szolgáltatására, hiszen szintén a multi screen tartalomfogyasztást, a mobilitást helyezi a középpontba. Azt azonban fontos megjegyezni, hogy a Telenor – legalábbis Magyarországon – eddig nem volt jelen a médiaszolgáltatás piacán. Az irányt jól mutatja, hogy a piaci szereplők igyekeznek tevékenységüket kiterjeszteni az értéklánc több szintjére is, kihasználva a vertikális integrációból fakadó sinergiákat. A Telenor lineáris és lekérhető médiaszolgáltatásokat is kínál, valamint ezekhez köthető egyéb kiegészítő szolgáltatásokat (úgy mint műsorajánló, elektronikus programkalauz stb.). A szolgáltatást kizárólag a Telenor mobilinternet-előfizetéssel rendelkezők vehetik igénybe, így a MyTV sem tekinthető OTT-szolgáltatásnak; a Telenor be is jelentette szolgáltatását az NMHH-nál egyéb műsorterjesztési előfizetői szolgáltatásként.



13. ábra: A Telenor My TV szolgáltatása (forrás: Telenor)

4.3.3. A UPC Magyarország Kft.

A UPC a „TV Apps”-re keresztelt, 2014 májusában indított szolgáltatásával más úton indult el, mint a Magyar Telekom és a Telenor. A UPC nem a mobilitást állította előtérbe, hanem azt, hogy a TV-készüléken keresztül történő tartalomfogyasztás élménye növekedjen azzal, hogy népszerű internetes alkalmazások (pl. YouTube) is használhatóak legyenek a HD digitális vevődekóderrel rendelkező ügyfeleknek. A szolgáltatás kizárólag televíziókészüléken érhető el. Ennek oka az, hogy a UPC nem nyújt mobilszolgáltatást, ha viszont a szolgáltató elindítja a korábban már bejelentett virtuális mobilszolgáltatását, ez megváltozik.



14. ábra: A UPC TV Apps szolgáltatása a televízióon való tartalomfogyasztást fejleszti internetes alkalmazásokkal (Forrás: UPC.hu)

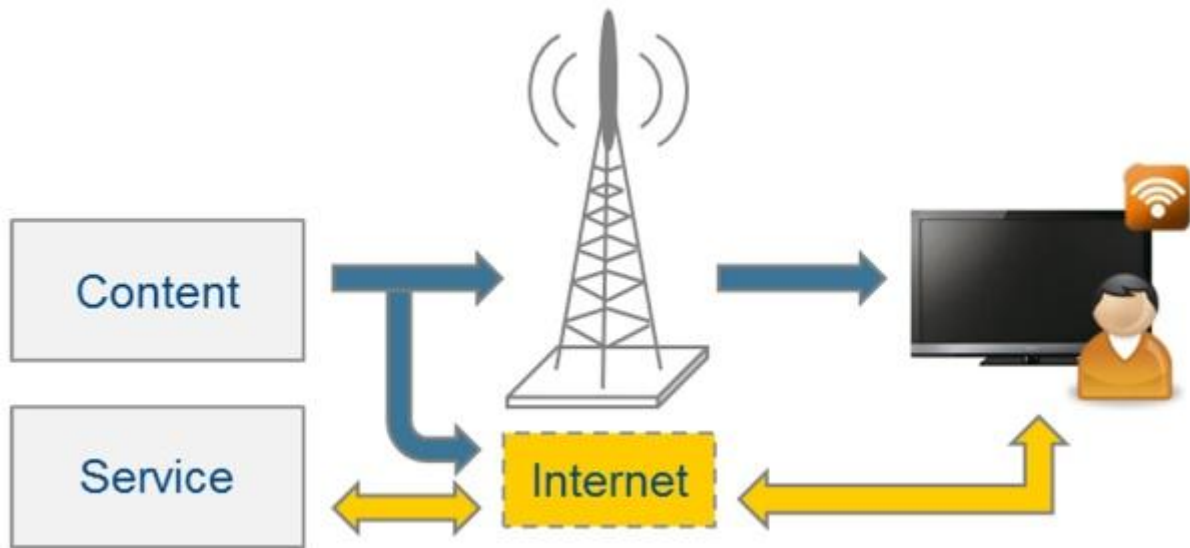
4.3.4. Az Antenna Hungária

Az Antenna Hungária innovatív megoldása a HbbTV szolgáltatás nyújtása a földfelszíni platformon keresztül. A szolgáltatás kibővített EPG-t³⁰, híreket, időjárást, lekérhető tartalmakat és az MTVA és a Fix TV extra csatornáit kínálja streamformátumban. Emellett nagyszámú rádióállomás műsorára lehet streamformában csatlakozni.

A HbbTV (*Hybrid broadcast broadband TV*) jelenleg az egyik legígéretesebb megoldás, amely a műsorszórás és a szélessávú interaktív kommunikációt ötvözi: a konvergencia eredményeként a műsorszóró jelek vételére képes televíziókészüléken a műsorterjesztő felkínált csatornáit mellett a szélessávú interaktív (interneten keresztül megvalósuló) kommunikáció is választható a képernyőn. A megjelenés lehet a műsorterjesztő csatornájának a kiegészítő információja, de lehet a műsorterjesztéstől teljesen független önálló információ, lekérhető vagy lineáris médiatartalom is. A HbbTV fogalma nem szűkíti le a szélessávú interaktív kommunikációt az internetkapcsolatra, más megoldásokat is felkínálhat, de ez ritka. A két hálózat TV-képernyőn történő egyesítésére már több megoldást is kidolgoztak, ilyen az Egyesült Királyságban használt YouView (korábban Canvas projekt) és az MHEG-5, valamint az MHP (*Multimedia Home Platform*). A HbbTV fejlesztése során ezen rendszerek sikeres elemei is beépültek a szabványba, ugyanakkor szakítottak azzal a felfogással, hogy az alapvetően műsorterjesztési alapokon működő rendszert bővítsék ki szélessávú interaktív

³⁰ Elektronikus Program Guide (elektronikus programkalauz)

kommunikációval. Ehelyett a HbbTV szabványa alapvetően webes megoldásokat használ, és a két eltérő technológia ötvözésére törekszik.



15. ábra: A HbbTV topológiája (forrás: hsw.hu)

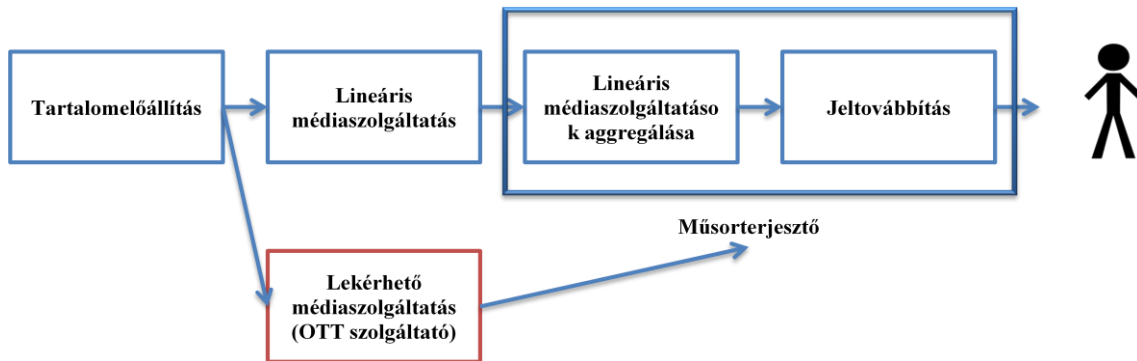
4.3.5. A kisebb műsorterjesztők lehetőségei

A kisebb műsorterjesztőknek nincs kapacitása saját, innovatív szolgáltatás elindítására. Feltételezhető, hogy ők inkább a már piacon lévő OTT-szolgáltatókkal kötnek megállapodást, vagy „kulcsrakész” technológiai megoldást vásárolnak szolgáltatásaik fejlesztése érdekében. Jellemzően a kis és közepes műsorterjesztők piacán van olyan üzleti modell, amelyben a műsorterjesztő és az OTT-szolgáltató nem egymás versenytársaként, hanem partnereként jelenik meg: az OTT-szolgáltató a tartalmát nem közvetlenül a fogyasztónak értékesíti, hanem a műsorterjesztőnek, amely az OTT-tartalmat a saját tartalomszolgáltatásával egységben értékesíti saját hálózati előfizetőinek. Az együttműködéssel mindkét fél előnyökhöz juthat. Jellemzően a kis és közepes méretű műsorterjesztő vállalkozások nem tudnak olyan minőségű tartalmat kínálni, mint piacvezető versenytársaik. Sőt az is előfordul, hogy egyáltalán nem tudnak például lekérhető médiaszolgáltatást (videotéka) kínálni, mivel méretük, előfizetőik kis száma miatt a tartalomgyártók nem állapodnak meg velük. Mindemellert a versenynyomás növekszik a nagyobb műsorterjesztők (Magyar Telekom, UPC, Telenor) saját OTT-jellegű szolgáltatásainak elindításával.

Éppen ezért ezen piaci szereplőknek kézenfekvő, hogy megállapodjanak egy OTT-videoszolgáltatóval az utóbbi szolgáltatásának viszontértékesítéséről, hiszen így megfelelő mennyiségű és minőségű tartalmat kínálhatnak előfizetőiknek. Végül, a műsorterjesztők gondolhatják úgy is, hogy jobb partnerségben lenni azzal, amely amúgy az ő kihagyásával is megjelenhet a hálózatán (tisztán OTT-szolgáltatóként). Természetesen a partnerség az OTT-szolgáltató oldaláról nézve is előnyös lehet, hiszen ebben a felállásban nem kell törődnie a számottevő költségeket felemészítő marketingkampánnyal, piacszerzéssel, a kiskereskedelmi kapcsolatok ápolásával.

Várható, hogy ez a modell hazánkban is elterjed. Erre utalhat az is, hogy a Magyar Kábelkommunikációs Szövetség 2014. június 4-i szakmai napján több hazai OTT-szolgáltató is ilyen irányú együttműködést ajánlott a jelenlévő kis és közepes kábelszolgáltatóknak. Megjelentek továbbá olyan vállalkozások is, amelyek „kulcsrakész”, ún. „white label – a műsorterjesztő profiljára szabott

(logó, tartalom stb.) – OTT-szolgáltatást kínálnak a műsorterjesztőknek. Mindezek alátámasztják, hogy az OTT-videoszolgáltatások nemcsak veszélyt, de lehetőséget is jelenthetnek a műsorterjesztőknek. Ilyen típusú megállapodásokat egyébként lekérhető audio médiaszolgáltatással kapcsolatban is láthatunk, ugyanis például a Magyar Telekom a Spotify³¹, a Telenor pedig a Deezer³² OTT-zenetárszolgáltatók kínálatát értékesíti előfizetőinek.



16. ábra: Partnerség az OTT-szolgáltató és a műsorterjesztő között

3. Kérdés

Milyen piacralépési korlátok léteznek ma Magyarországon az OTT-tartalomszolgáltatás nyújtása előtt?

³¹ A Spotify egy 2006-ban, Svédországban alapított, OTT alapon működő zenetár <https://www.spotify.com/hu/>, [2014.07.02.].

³² A Deezer egy francia OTT-alapon működő zenetár <http://www.deezer.com/hu/> [2014.07.02.].

5. Potenciális szabályozási kihívások

Az alábbiakban hat olyan témakört ismertettünk röviden, melyek potenciálisan szabályozási kérdéssé válhatnak a jövőben. A témakörök csak összefüggésükben vizsgálhatóak, ugyanis jellemzően egyszerre érintik (nem mindig ugyanazon „előjellel”) a fogyasztókat (nézőket), a tartalomszolgáltatókat (OTT és „hagyományos”), valamint az internethozzáférés-szolgáltatókat. A felsorolás nem kimerítő jellegű. Az itt felsoroltak közül kimaradt piaci kudarcok egy részéről tudomásunk van, azonban – mivel azok nem érintik az NMHH hatáskörét – nem szenteltünk neki külön fejezetet. Ilyenek a szerzői jogi kérdések, mint például a videótartalmak határokon átnyúló terjesztése előtt álló korlátok és a tartalomtulajdonosok végberendezéshez vagy átviteli technológiához kötött engedélyezési gyakorlata.³³ Ellenben már léteznek és lehetnek is olyan problémák, amelyekről jelenleg nincs tudomása a Hatóságnak. Mint azt a bevezetőben említettük, éppen jelen konzultáció célja, hogy az érintettek kifejtsék e témában véleményüket, hogy párbeszédet kezdhessünk az optimális piaci, szabályozási feltételek biztosítása érdekében.

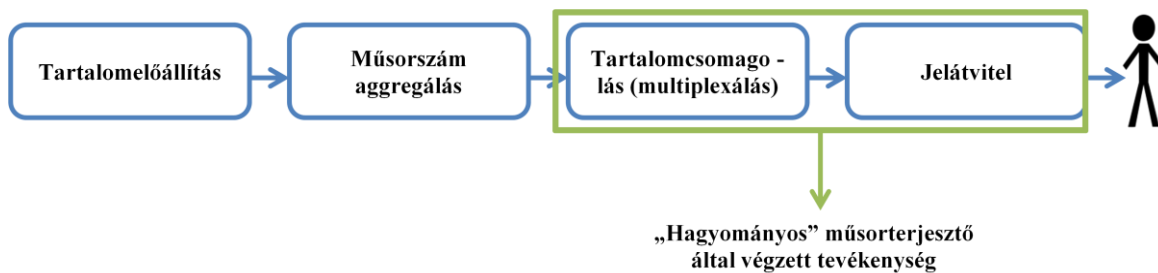
5.1. Egyes OTT-tartalomszolgáltatások besorolási nehézsége

Megjelent egy olyan új típusú OTT-szolgáltatás immár a hazai piacon is, amely nagyon hasonlít a műsorterjesztési tevékenységhez azzal a lényeges különbséggel, hogy az OTT-szolgáltató a szolgáltatást nem saját vagy bérelt hálózatán nyújtja, hanem a nyílt interneten teszi hozzáférhetővé, azaz nem felelős a jel végfelhasználóhoz való továbbításért. Az alábbiakban azt a kérdést járjuk körbe, hogy ezek a szolgáltatások miként illeszthetők be a jelenlegi jogszabályi környezetbe.

A tartalomterjesztés piacát eddig sokszor egy „fallal körbevett kerthez” hasonlították (*walled garden*), ahol az elektronikus hírközlő hálózatot üzemeltető műsorterjesztő határozta meg, hogy a nézőnek mely tartalmakhoz lesz hozzáférése a televízió keresztül. Ezek a szolgáltatók – a lineáris médiaszolgáltatókkal való megállapodást követően – maguk végzik a lineáris médiaszolgáltatásokból álló „csomagok” kialakítását, aggregálást, valamint egységes jelfolyamba szerkesztését, illetve ennek terjesztését (a jelek előfizetőhöz való eljuttatását). A médiaszolgáltatások kiválasztása, illetve a jeltovábbítás alapvetően eltérő tevékenységek, hiszen az első elsődleges jelentőséggel bír a plurális médiarendszer kialakításában, a második pedig egy klasszikus elektronikus hírközlési szolgáltatás. A magyar, sőt általában az európai szabályozás nem tükrözi ezt a kettősséget. Ennek oka abban is keresendő, hogy „klasszikus” műsorterjesztés esetében a két tevékenységet együtt (vertikálisan integráltan) végzik a műsorterjesztők. Ez a megközelítés képződik le a műsorterjesztési tevékenység Eht.-ban (illetve az Mttv.-ben és a műsorterjesztés és a digitális átállás szabályairól szóló 2007. évi LXXIV. törvényben, a továbbiakban: Dtv.) rögzített definíciója szerint:

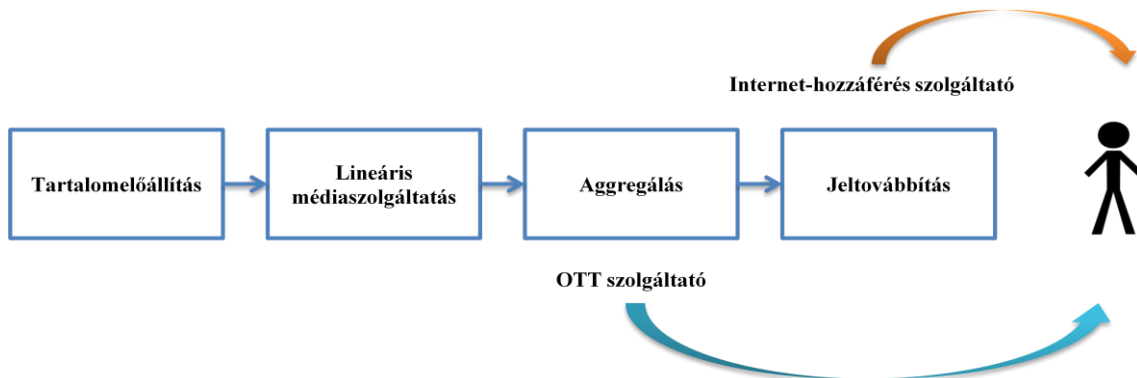
„(...) bármely átviteli rendszerrel megvalósuló elektronikus hírközlési szolgáltatás, amelynek során a médiaszolgáltató által előállított analóg vagy digitális műsorszolgáltatási jeleket a médiaszolgáltatótól az előfizető vagy felhasználó vevőkészülékéhez továbbítják, függetlenül az alkalmazott átviteli rendszertől és technológiától. (...)”

³³ A témáról bővebben lásd az Európai Bizottság 2014 júliusában publikált igen érdekes tanulmányát: Fragmentation of the Single Market for on-line video-on-demand services: point of view of content providers, <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/fragmentation-single-market-line-video-demand-services-point-view-content-providers>, [2014.09.12.]



17. ábra: A „hagyományos” műsorterjesztő tevékenysége

Az interneten megvalósuló tartalomszolgáltatás azonban lehetővé teszi olyan – OTT-módon működő – szolgáltatók megjelenését, akik úgy kínálnak fel lineáris médiaszolgáltatásokból álló csomagokat, hogy nincs saját elektronikus hírközlési hálózatuk, a jelátvitelt nem maguk végzik, azért ők semmilyen felelősséget nem vállalnak. A jel fogyasztóhoz való eljutása a nyílt interneten történik, azért a fogyasztó által előfizetett internetszolgáltató felel.

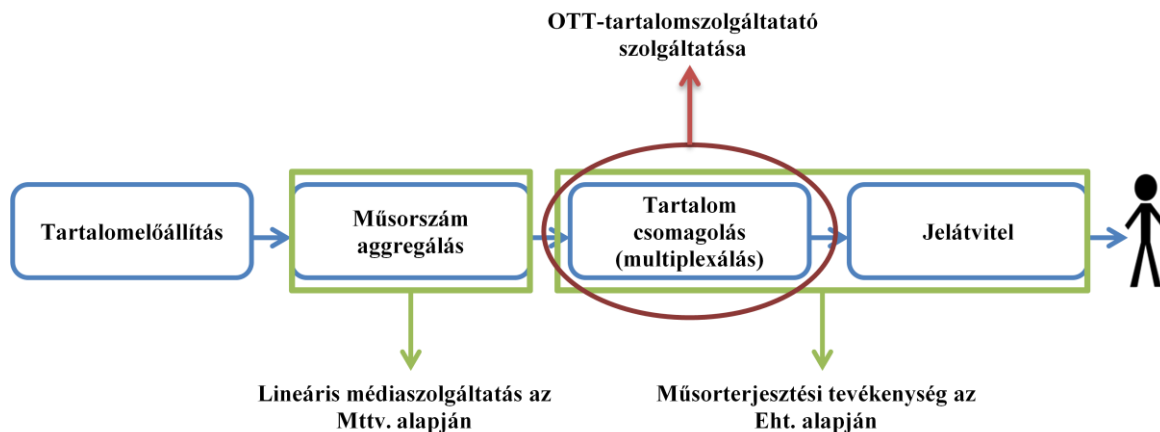


18. ábra: A médiatartalom-elosztás alternatív értéklánca

Ezek az OTT-tartalomszolgáltatók tehát – gyakran a lekérhető film- és sorozatkatalóguson túl – valós idejű (*live stream*) médiaszolgáltatásokat is nyújtanak. Ebben a szolgáltatásmodellben az OTT-szolgáltató – a hagyományos műsorterjesztőhöz hasonlóan – megállapodik a lineáris audiovizuális médiaszolgáltatókkal (TV-csatornákkal) a tekintetben, hogy az általa kialakított műsorcsomagban mely televíziós csatornák kapjanak helyet. Ezt a tevékenységet nevezzük tartalomaggregálásnak.

A hagyományos műsorterjesztő tevékenységétől alapvetően annyiban különbözik ez a szolgáltatás, hogy az OTT-tartalomszolgáltató nem felelős, nem biztosítja a jelek átvitelét, azoknak a néző digitális vevődekóderéhez való eljutását. A hagyományos üzleti modellben ugyanis a műsorterjesztő nemcsak a csatornák kiválasztását végzi (ezzel mintegy szűk keresztmetszetként befolyásolja a tartalomhoz való hozzáférést), hanem maga gondoskodik arról, hogy az egységes digitális jelfolyammá multiplexált jeleket saját vagy bérelt kapacitáson³⁴ eljuttassa a fogyasztóhoz.

³⁴ Itt a műholdas hírközlésre érdemes gondolni, ahol nem a fogyasztóval szerződéses jogviszonyban álló szolgáltató működteti a műholdat, hanem annak kapacitásait (transzpondereit) egy erre szakosodott vállalkozástól bérlő. Ezt a szolgáltatást alapvetően megkülönbözteti az OTT-jellegű szolgáltatástól az, hogy a műholdas műsorterjesztés esetében az előfizető kizárólag a műsorterjesztővel áll kapcsolatban, aki maga gondoskodik az átviteli kapacitás rendelkezésre állásáról, míg az OTT-jellegű tartalomelosztás esetében a „downlink”-ről a fogyasztónak kell gondoskodnia „átviteli” – elektronikus hírközlési szolgáltatásra vonatkozó előfizetői szerződés (internet-hozzáférést nyújtó) szolgáltatóval való megkötésével.

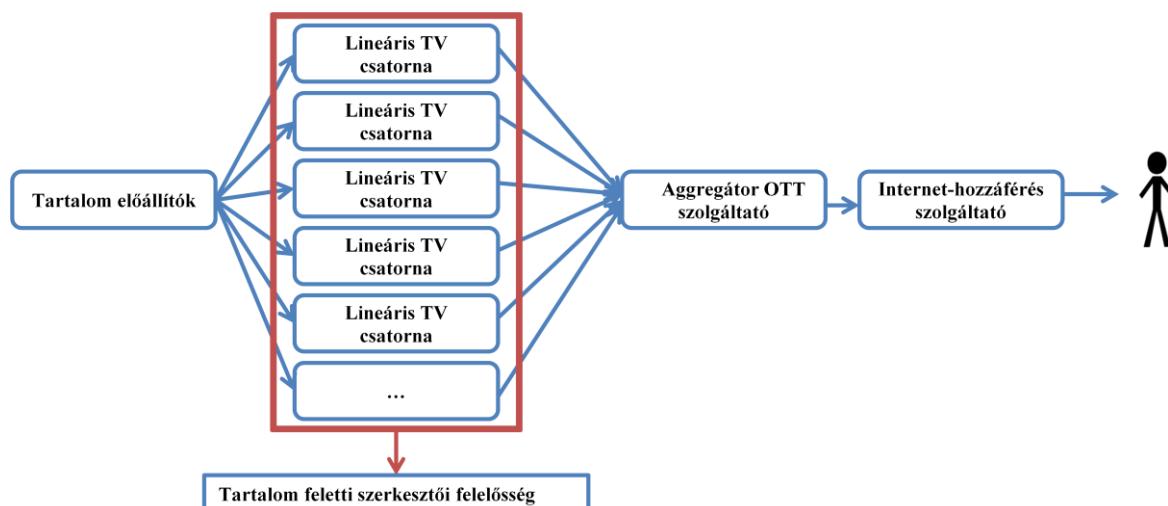


19. ábra: Lineáris médiaszolgáltatást csomagoló és értékesítő OTT-szolgáltató

A szolgáltatás fent bemutatott jellemzői okán felmerül a kérdés: az OTT-szolgáltatók által nyújtott ilyen jellegű szolgáltatás milyen jogszabályi kategóriának minősül?

Médiaszolgáltatás

Mint azt korábban is ismertettük, az Mttv. 203. § 41. pontja értelmében a médiaszolgáltató „az a természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság, aki vagy amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik a médiaszolgáltatás tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását. A szerkesztői felelősség a médiatartalom kiválasztása és összeállítása során megvalósuló tényleges ellenőrzéssel együttjáró felelőséget jelenti, és nem eredményez szükségszerűen jogi felelőséget a médiaszolgáltatás tekintetében.” Bár a fogalomnak több fontos eleme is van, vizsgálódásunk szempontjából a „médiaszolgáltatás tartalmának megválasztásáért, összeállításáért” való szerkesztői felelősség kérdése a kulcskérdés. A vizsgált OTT-szolgáltató esetében ugyanis kérdéses, hogy visel-e ilyen jellegű felelőséget az általa összeállított médiaszolgáltatások tartalma felett.



20. ábra: A szerkesztői felelősség kérdése

Műsorterjesztési tevékenység

Az Eht. 188.§ 77. pontja értelmében műsorterjesztési tevékenység az Eht. 188. § 5/a. pont szerinti „bármely átviteli rendszerrel megvalósuló *elektronikus hírközlési szolgáltatás*, amelynek során a médiaszolgáltató által előállított analóg vagy digitális műsorszolgáltatási jeleket a médiaszolgáltatótól az előfizető vagy *felhasználó vevőkészülékéhez továbbítják*, függetlenül az alkalmazott átviteli rendszertől és technológiától. Műsorterjesztésnek minősül különösen a műsorszórás, a műholddal végzett műsorterjesztés, a hibrid üvegszálas-koaxiális átviteli rendszeren végzett műsorterjesztés, emellett a műsor internetprotokoll segítségével történő továbbítása valamely átviteli rendszeren, ha a szolgáltatás jellege, illetve feltételei megegyeznek a műsorterjesztéssel, illetve ez helyettesíti a más módon megvalósított műsorterjesztést. Műsorterjesztésnek minősül az olyan műsorterjesztés is, amelyhez az előfizető külön díj ellenében vagy más elektronikus hírközlési szolgáltatás díjával csomagban értékesített díj ellenében férhet hozzá. A tíznél kevesebb vevőkészülék csatlakoztatására alkalmas átviteli rendszer segítségével történő jeltovábbítás nem minősül műsorterjesztésnek.” Ezzel egybeeső meghatározást tartalmaz az Mttv. és a Dtv. is.

Elektronikus hírközlési szolgáltatás pedig „olyan, más részére általában ellenszolgáltatásért végzett szolgáltatás, amely teljesen vagy nagyrészt jeleknek elektronikus hírközlő hálózatokon történő átviteléből, és ahol ez értelmezhető, irányításából áll, de nem foglalja magában az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások felhasználásával továbbított tartalmat szolgáltató vagy ilyen tartalom felett szerkesztői ellenőrzést gyakorló szolgáltatásokat, valamint nem foglalja magában az információs társadalommal összefüggő, más jogszabályokban meghatározott szolgáltatásokat, amelyek nem elsősorban az elektronikus hírközlő hálózatokon történő jeltovábbításból állnak.”³⁵

Ugyanakkor azt is meg kell jegyezni, hogy nem minden műsorterjesztő maga végzi a jeltovábbítást. A műholdas rendszeren végzett műsorterjesztés esetében a műsorterjesztők nem tulajdonolják, üzemeltetik a jeltovábbításra használt műholdas rendszert, azt egy harmadik szolgáltató működteti és végzi. Ezzel kapcsolatban azonban az Európai Unió Bírósága rámutatott a UPC Dth. kontra NMHH ügyben ³⁶ : „*a szolgáltatás jellegének minősítése szempontjából nincs jelentősége annak a körülménynek, hogy a jelátvitel nem a [szolgáltató] infrastruktúrája révén történik. Ezzel összefüggésben ugyanis kizárólag annak van jelentősége, hogy a végfelhasználók felé a [szolgáltató] tartozik felelősséggel a jelátvitelért, amely biztosítja azon szolgáltatás nyújtását, amelyre az utóbbiak előfizettek.*”³⁷ A bíróság indokként azt jelölte meg, hogy „*bármely eltérő értelmezés jelentősen szűkítené az új szabályozási keret hatályát, sértené a rendelkezéseinek hatékony érvényesülését, tehát veszélyeztetné e szabályozási keret céljainak megvalósulását. Mivel ugyanis az új szabályozási keretnek éppen az a 2009/140 irányelv (5) preambulumbekzdéséből következő célja, hogy létrehozza az elektronikus hírközlés valódi belső piacát, amelynek keretében az utóbbiakra végső soron kizárólag a versenyjog alkalmazandó; az olyan vállalkozások, mint a UPC tevékenységének a hatálya alól való kizárása azzal az indokkal, hogy nem az övé a jelátvitelt lehetővé tévő műholdas infrastruktúra, megfosztaná hatályának egy lényeges részétől.*”³⁸

³⁵ Eht. 188. § 13. pont

³⁶ Az Európai Unió Bíróságának ítélete az EUMSZ 267. cikk alapján benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem tárgyában, amelyet a Fővárosi Törvényszék (Magyarország) a Bírósághoz 2012. október 22-én érkezett 2012. szeptember 27-i határozatával terjesztett elő az előtt a UPC DTH Sàrl és a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság elnökhelyettese között folyamatban lévő eljárásban, C-475/12.

³⁷ U.o. 43. pont

³⁸ U.o. 44. pont

Következésképpen tehát egy szolgáltatás nem azért minősül elektronikus hírközlési szolgáltatásnak, mert a szolgáltató saját infrastruktúráján maga végzi *de facto* a jeltovábbítást, hanem mert a végfelhasználó felé ő tartozik (szerződés alapján) felelősséggel a jelátvitelért. Azonban egy klasszikus, ún. „pure” (tisztán) OTT-tartalomszolgáltató nem feltétlenül vállal felelősséget a fogyasztó internet-hozzáféréseire.

Feltételes hozzáférési rendszerek üzemeltetése

A Keretirányelv (2002/21/EK) nevesíti a feltételes hozzáférési rendszer üzemeltetést, melyet a legtöbb OTT-tartalomszolgáltató végez. A Keretirányelv 2. cikk f) pontja értelmében a feltételes hozzáférési rendszer „minden olyan műszaki intézkedés, illetve rendszer, amely által a valamely védett rádióműsor- vagy televízióműsor-terjesztő szolgáltatáshoz értelmezhető formában történő hozzáférés előfizetéshez vagy más formában megjelenő előzetes egyedi engedélyhez kötött.”

A Keretirányelv a feltételes hozzáférési rendszert a 2. cikk ea) pontjában „kapcsolódó szolgáltatásnak” minősíti: „az elektronikus hírközlő hálózathoz, illetve elektronikus hírközlési szolgáltatáshoz kapcsolódó szolgáltatások, amelyek lehetővé teszik és/vagy támogatják az adott hálózat és/vagy szolgáltatás útján történő szolgáltatásnyújtást vagy erre alkalmasak. [...]”

Az OTT-szolgáltatók többsége üzemeltet feltételes hozzáférési rendszert, hiszen csak az arra jogosult (előfizetési, tranzakciós díjat megfizető) felhasználók férhetnek hozzá a tartalomhoz. Felmerülhet a kérdés, hogy ez esetben vajon a szolgáltató elektronikus hírközlési szolgáltatónak minősül-e. A Keretirányelv ezen szolgáltatást „kapcsolódó szolgáltatásnak” minősíti, vagyis olyan szolgáltatásnak, amelyik az elektronikus hírközlési szolgáltatáshoz kapcsolódik. A fent hivatkozott UPC Dth.-ügyben a luxembourgi bíróság – bár foglalkozott a feltételes hozzáférési rendszer témájával – más szempöngből vizsgálta a problémát. A bíróság arra a kérdésre kereste ugyanis a választ, hogy – leegyszerűsítve – vajon az a tény, hogy egy szolgáltató feltételes hozzáférésű rendszert üzemeltet, kizárja-e azt, hogy egyben elektronikus hírközlési szolgáltatónak is minősöjjon.³⁹ A bíróság álláspontja szerint nem, ebbö az azonban nem következik az, hogy ha valaki feltételes hozzáférési rendszert üzemeltet, akkor automatikusan elektronikus hírközlési szolgáltatónak minösül.

Információs társadalommal összefüggö szolgáltatás

A legtágabb kört felölelö, törvényben meghatározott szolgáltatásfajta – az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggö szolgáltatások egyes kérdéseirö szölo 2001. évi CVIII. tv. (a továbbiakban: Eker. tv.) 2. § f) pontja szerint – az információs társadalommal összefüggö szolgáltatás, amelyet elektronikus úton, távollevök részére, rendszerint ellenszolgáltatás fejében nyújtanak, és amelyhez a szolgáltatás igénybe vevöje egyedileg fér hozzá.

A tartalom és az átvitel szabályozásának szétválasztása

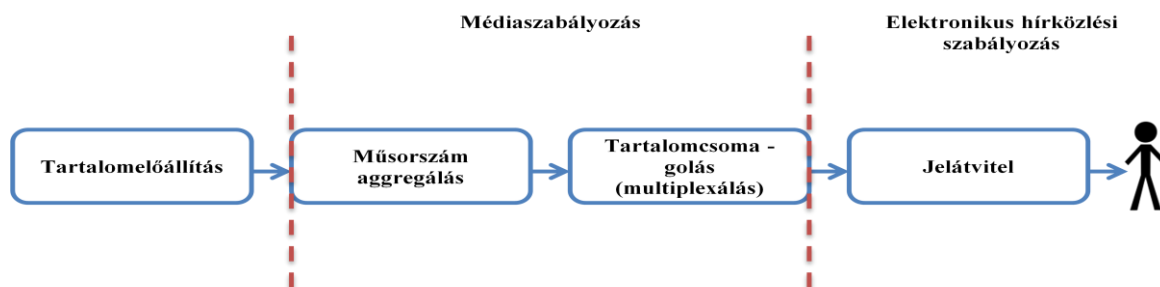
Ma a piacon jelen levö „hagyományos”, műsorterjesztök tevékenysége a lineáris tartalmak vonatkozásában két különálló, alapvetöen eltérö jellegü tevékenységbö áll:

- *tartalomcsomagolás*, azaz az általa értékesített műsorcsomagba bekerölö médiaszolgáltatások kiválasztása, aggregálása, a digitális (vagy analóg) jel multiplexálása, illetve

³⁹ C-475/12., 50-58. pontok

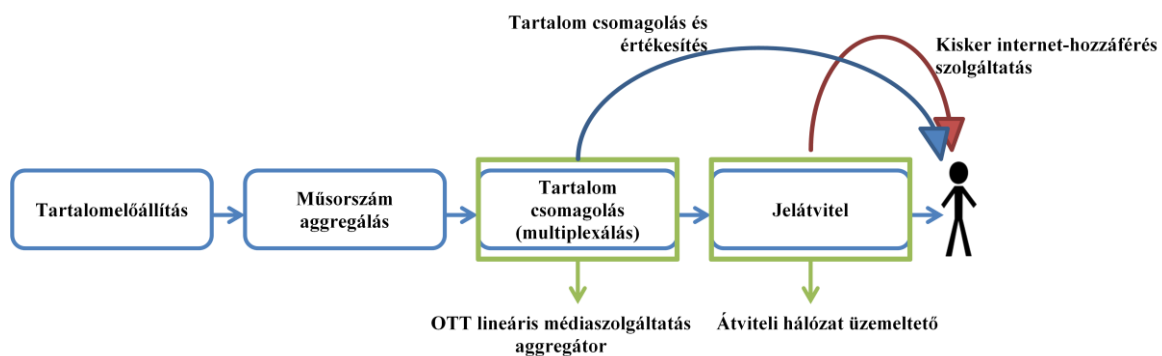
- *jeltovábbítás*, azaz egy klasszikus elektronikus hírközlési szolgáltatás, amely segítségével a műsorterjesztő eljuttatja az előfizetőhöz a műsorcsomagot.

A két tevékenység alapvetően különbözik egymástól. A tartalomcsomagolás alapvetően a médiaszabályozás körébe tartozik, ugyanis a szolgáltató azon döntése, hogy mely tartalmak kerülnek be a műsorcsomagba, meghatározza, hogy a néző (előfizető) milyen tartalmakhoz kap hozzáférést. A műsorterjesztők médiaszabályozási jelentőségét Wichmann is hangsúlyozza, aki szerint „*a műsorcsomagolás és – értékesítés nem merül ki a tartalom-semleges továbbító és közvetítő funkcióban. A műsorcsomagjaik összeállításánál a kábelüzemeltetők szerkesztői jellegű kiválasztási döntéseket hoznak, és ezzel tartalmi vonatkozású funkciót látnak el, ami a hálózat ellátási területén hat a véleményformálási folyamatra.*”⁴⁰



21. ábra: A tartalom és átvitel szabályozásának elválasztása

A műsorterjesztő vállalkozások eddig ezt a két tevékenységet (vertikálisan) integráltan látták el, amely leképződik a műsorterjesztés jelenlegi, Eht.-ban meghatározott definíciójában. A meghatározás nem különíti el az elektronikus hírközlési tevékenységet (jeltovábbítás a felhasználóhoz) a médiarendszer kialakítása szempontjából fontos tartalomkiválasztási és -aggregálási tevékenységtől. Ennek feltehetően az volt az oka, hogy 2003-ban (az Eht. elfogadásakor) még minden szolgáltató integráltan végezte ezt a két tevékenységet.



22. ábra: A műsorterjesztő és az átviteli hálózat-üzemeltető személyének elválása az OTT esetében

⁴⁰ Anja WICHMANN: *Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter*, Duncker und Humblot, Berlin, 2004., 55. Idézi: POLYÁK Gábor: *A médiarendszer kialakítása*, HVG-Orac, 2008., 353.

A tartalomcsomagolás, valamint a jelátvitel elkülönült szabályozása előírás az uniós jogban. A hírközlési Keretirányelv (2002/21/EK) (5) preambulumbekzdése az egész hírközlési szabályozás alapelveként deklarálja, hogy „(...) Az átvitel szabályozását el kell választani a tartalom szabályozásától. Ez a keretszabályozás ennél fogva nem terjed ki az elektronikus hírközlő hálózatokon elektronikus hírközlési szolgáltatások igénybevételével nyújtott szolgáltatások tartalmára, így a műsorszolgáltatási tartalomra, (...), ezért tehát nem sérti az ilyen szolgáltatások tekintetében – a közösségi jognak megfelelően – közösségi vagy nemzeti szinten a kulturális és nyelvi sokszínűség előmozdítása, valamint a médiapluralizmus védelme érdekében hozott intézkedéseket (...)”.

A Hozzáférési irányelv (2002/19/EK) (2) preambulumbekzdése ezzel kapcsolatban egyértelművé teszi, hogy „a tartalomszolgáltatásokra, pl. a rádióműsor- vagy televízióműsor-tartalomszolgáltatási csomag értékesítésére vonatkozó ajánlatra az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozása nem terjed ki.” Ezt erősíti meg a Bizottság 2007-es ún. „ajánlott” piacokra vonatkozó Ajánlásához fűzött kommentárja (*Explanatory Note*), mely szerint „Míg azok a továbbítási szolgáltatások, melyek a fizetős platform [üzemeltetője] vásárol, elektronikus hírközlési szolgáltatásnak minősülnek, és a szabályozási keret hatálya alatt állnak, addig az egyes műsorszolgáltatók és a fizetős platform [üzemeltetője] közötti kapcsolat tartalomcsomagolási szolgáltatást foglal magában, és nem esik a szabályozási keret hatálya alá.”⁴¹ Ezzel kapcsolatban egyébként a Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) is állást foglalt 2006-ban, a programcsomag-szerkesztést egyfajta „másodlagos tartalomösszeállító, aggregáló” szolgáltatásnak nevezve, aminek a keretében a szolgáltató a maga által kiválasztott, jellemzően csomagokba szerkesztett műsorokat és egyéb tartalmakat értékesít a fogyasztók részére.

Az elv azonban az uniós jogban sem jelenik meg következetesen, hiszen például az Egyetemes szolgáltatási irányelv 31. cikke alapján a must-carry kötelezettség alanyai a „nyilvánosság számára rádió- vagy televízióműsorok szétszórására szolgáló elektronikus hírközlő hálózatokat szolgáltató vállalkozások”, mely némileg ellentmondani látszik a tartalom- és átvitel szabályozás elválasztásának elvével.

4. Kérdéskör

Ön szerint milyen szolgáltatásnak minősül a lineáris médiaszolgáltatásokat aggregáló és az OTT- módon terjesztő szolgáltató szolgáltatása?

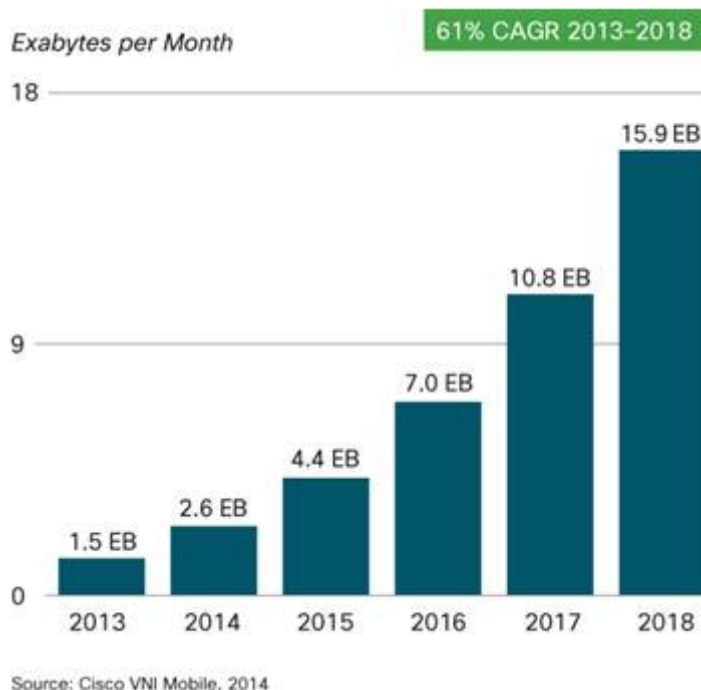
Ha nem sorolható be a jelenlegi jogszabályi keretek közé, akkor indokolt-e a szolgáltatásokat a szabályozás hatálya alá vonni és miként?

⁴¹ Commission Staff Working Document. Explanatory Note. Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services [SEC (2007) 1438], 48.

5.2. Hálózatsemlegesség

Az OTT-tartalomszolgáltatók szempontjából – a fentebb már említett szerzői jogi kérdéseken túl – a szolgáltatás minősége az egyik legfontosabb kérdés tekintettel arra, hogy a nyílt interneten történő tartalomtovábbítás esetében érvényesülő „best-effort” elv alapján nincsen garancia a jeltovábbítás minőségére. A másik oldalról nézve az internet- hozzáférés szolgáltatók körében egyre nagyobb aggodalmat vált ki a növekvő adatforgalom okán bekövetkező költségnövekedés, melynek fedezetét egyre nehezebben teremtik elő egy olyan változó piaci környezetben, ahol a klasszikus és nagy bevételt hozó (hang- és SMS-) szolgáltatások egyre inkább visszaszorulnak. Az internethozzáférés-szolgáltatók ráadásul gyakran műsorterjesztők is egyben, így kockázatként értékelhetik az OTT-tartalomszolgáltatások térnyerését. A fogyasztók számára pedig fontos érdek, hogy hozzáférjenek (ráadásul lehetőleg minél jobb minőségben) az internetes tartalmakhoz. Ezek az aggodalmak, problémák, piaci visszaélések mind a hálózatsemlegesség körül kialakult vitát erősítik, így jelen pontban arra a kérdésre helyezzük a hangsúlyt elsősorban, miszerint megengedhető-e és milyen potenciális kockázatokkal jár, ha egy internetszolgáltató külön megállapodás keretében garantált sávszélességet biztosít egy ezért fizetni hajlandó OTT-tartalomszolgáltatónak?

Az online streamszolgáltatás rendkívül sávszélesség-igényes, mely tetemes költségeket indukál az internethozzáférés-szolgáltatók számára, különösen ha figyelembe vesszük, hogy várhatóan egyre többen vesznek igénybe ilyen szolgáltatásokat. A Cisco 2014-es előrejelzése szerint a mobiladat-forgalom például mintegy meghatszorozódik 2018-ig.



23. ábra: Prognosztizált adatforgalom-növekedés a mobil hírközlési hálózatokon (Forrás: Cisco, 2014)

Ez hosszú ideje feszültséget teremt a nagy adatforgalmat bonyolító OTT szolgáltatók (pl. Netflix, Google) és az átviteli hálózatot üzemeltető internethozzáférés-szolgáltatók között.⁴² Utóbbiak

⁴² Bővebben lásd: BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: Attempts at the regulation of network neutrality in the United States and in the European Union – The route towards the “two-speed” Internet, *Media Freedom and Regulation in the New Media World*, (A. Koltay, ed., Budapest: Wolters Kluwer, 2014)

szeretnék elérni, hogy a hálózatukat használó, nagy adatforgalmat bonyolító OTT-szolgáltatók fizessenek a hálózat használatáért. Ez azonban elviekben szembemegy a hálózatsemlegesség elvével, mely alapján az internet infrastruktúráját biztosító internetszolgáltatónak egyenlő elbánásban kell részesíteni minden OTT-szolgáltatót, függetlenül a továbbított adattól, a küldő vagy fogadó személyétől.

Az internet azonban lényeges változásokon ment keresztül az elmúlt években. Terjedőben vannak az olyan online szolgáltatások, melyek esetében már nem engedhető meg a *best-effort* alapú működés, mely a mai internet fő tulajdonsága. Elegendő az olyan, még csak szárnyait bontogató, de a jövőnkét minden bizonnyal meghatározó szolgáltatásokra gondoljunk, mint az e-egészségügy, online tőzsde, üzleti felhőalapú szolgáltatások, amelyek már nem viselik el a spontán adatvesztést és általában garantált szolgáltatásminőség mellett képesek működni. Ugyanígy igaz ez az OTT-tartalomszolgáltatókra is, amelyek csak akkor tudnak majd a klasszikus műsorterjesztő szolgáltatók versenytársává válni, ha az óriási sávszélességet igénylő szolgáltatásaik⁴³ kitűnő minőségben érhetőek el. ⁴⁴ Utóbbi viszont azt feltételezi, hogy az infrastruktúrát és sávszélességet biztosító internethozzáférés-szolgáltatók külön megállapodnak majd a garantált sávszélességet igénylő online szolgáltatókkal, amelyek pénzt fizetnek a garantált sávszélességért. Az ilyen „menedzselt” szolgáltatások ráadásul választ adhatnak arra az internethozzáférés-szolgáltatók által régóta hangoztatott problémára, mely szerint az exponenciálisan növekvő adatforgalom miatti többletkiadásaik fedezésére új bevételi forrásra van szükségük, és ezt nem az előfizetőkre, hanem a nagy sávszélesség-igényű szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásokra szándékoznak terhelni.⁴⁵

A megállapodások megengedése elmozdulást jelentene az internet tisztán *best-effort* alapú működésétől. Az internet ezen alapelve értelmében nincs garancia a szolgáltatás minőségére, azaz, ha a hálózaton átvinni kívánt adatfolyam a hálózat átviteli kapacitásának maximumát eléri, akkor csökken a szolgáltatás minősége.⁴⁶ Az internethozzáférés-szolgáltatók célja annak elérése, hogy a szabályozók ismerjék el ahhoz való jogukat, hogy ellenérték fejében biztosítsanak szerződésben („menedzselt szolgáltatási szerződés”) meghatározott minőségű sávszélességet azoknak az online tartalomszolgáltatóknak, amelyek készek megfizetni annak az árát, hogy elsőbbséget élvezhessenek az adatforgalomban. Erre lehet kereslet az OTT-szolgáltatók oldalán is, ugyanis alapvető érdekük, hogy tartalmuk stabilan és jó minőségben legyen hozzáférhető a nézők számára.⁴⁷

A kérdés igen érzékeny – elég, ha csak az Egyesült Államokban kirobbant polémiára⁴⁸ gondolunk –, hiszen az ilyen üzleti modell bevezetése szembemenne a hálózatsemlegesség elvével. Röviden

⁴³ A Netflix az Egyesült Államokban az internet sávszélességének 30%-át foglalja el az esti órákban.

⁴⁴ Nem véletlen tehát az sem, hogy a Netflix 2014 márciusában megállapodott a legnagyobb amerikai internethozzáférés-szolgáltatóval a Comcast-tal, annak érdekében, hogy szolgáltatása – ellenérték fejében – garantált sávszélességet kapjon.

⁴⁵ BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: Attempts at the regulation of network neutrality in the United States and in the European Union – The route towards the “two-speed” Internet, in.: Koltay (ed.): *Media Freedom and Regulation in the New Media World*, Wolters Kluwer, Budapest, 2014.

⁴⁶ BEREC Response to the European Commission’s consultation on the open Internet and net neutrality in Europe, 30 September 2010., BoR (10) 42., p. 9.

⁴⁷ Érdemes megjegyezni, hogy az OTT-szolgáltatók a minőség javítása érdekében az ún. *Content Delivery Network (CDN)* szolgáltatók szolgáltatásait is igénybe veszik, ezzel biztosítva, hogy a tartalmat földrajzilag minél közelebről és jobb minőségben lehessen letölteni.

⁴⁸ <http://www.nationaljournal.com/tech/netflix-to-join-internet-slowdown-protest-over-net-neutrality-20140908>, [2014.09.12.]

összefoglalva, a vitában az online tartalom és szolgáltatás innovációhoz fűződő érdekei állnak szemben a hálózatfejlesztés érdekével. Mindazonáltal a témában eddig véleményt nyilvánító európai szabályozók nem zárkóznak el az internethozzáférés-szolgáltatók által favorizált új üzleti modell bevezetésétől, mely alapvetően hozzájárulhat a Bizottság szélessávú célkitűzéseinek eléréséhez is, ha a plusz bevételt a szolgáltatók infrastruktúra-fejlesztésre fordítják. Az Európai Unió Tanácsa fontosnak tartja az internet nyitottságának megőrzését, mindamellet – véleménye szerint – a véleménynyilvánítási szabadsága mellett a vállalkozás szabadságának előmozdítása is a szabályozó feladata.⁴⁹ A brit szabályozóhatóság, az Ofcom (*Office of Communications*) hálózatsemlegességgel kapcsolatos állásfoglalása úgy fogalmaz, hogy „bár a menedzselt szolgáltatások nyújtása elkerülhetetlenül bizonyos fokú diszkriminációt eredményez, mégis elfogadható mindaddig, amíg célja a hatékonyság elősegítése, nem pedig a verseny torzítása”⁵⁰. Az Ofcom tehát elismeri a menedzselt szolgáltatáshoz, valamint a klasszikus best-effort internethez kötődő előnyöket, célként pedig a két szolgáltatás kölcsönösen előnyös „együttélését” jelöli meg. A francia szabályozóhatóság, az ARCEP (*Autorité de régulation des communications électroniques et des postes*) állásfoglalása szerint a menedzselt szolgáltatások és a best-effort internet-hozzáférés kölcsönös előnyökkel járnak: a hálózatüzemeltetőnél megjelenő új pénzügyi források hatására növekednek a sávszélesség fejlesztésére fordított beruházások, és ez növeli a best-effort alapú internet-hozzáférés minőségét.⁵¹ A svéd szabályozóhatóság, a PTS (*Post- och telestyrelsen*) szerint⁵² a hálózatsemlegesség elvének egyensúlyban kell lennie olyan védelemre érdemes egyéb érdekekkel, mint például a beruházások ösztönzéséhez, valamint hálózatbiztonsághoz fűződő érdekek.⁵³

Maga az Európai Bizottság is felismerte az ilyen szolgáltatások iránti igényt és a 2013 szeptemberében nyilvánosságra hozott rendelet-tervezetében⁵⁴ egyértelműen megengedné, hogy az internethozzáférés-szolgáltatók plusz bevételi forrásra tegyenek szert azáltal, hogy pénzt kérjenek azon tartalom- és alkalmazásszolgáltatóktól, amelyek garantált minőségű hozzáférést szeretnének a felhasználókhöz.⁵⁵ A rendelettervezet elfogadásáról az Európai Parlament és a Tanács dönt majd, a szöveg jelenleg véleményezés alatt áll.

5. Kérdés

Mi a véleménye arról, hogy az Európai Bizottság jogalkotási javaslata a hálózatsemlegesség részletesebb szabályozását írja elő?

⁴⁹ Council of the European Union – Council conclusions on Net Neutrality, 15 July 2011., 12950/11.

⁵⁰ Ofcom: Ofcom’s approach to net neutrality, 24 November 2011, p. 10.

<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/net-neutrality/statement/statement.pdf>, [2014.08.05.]

⁵¹ ARCEP – Internet and network neutrality – Proposals and Recommendations, September 2010, p. 29.,

http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/net-neutralite-orientations-sept2010-eng.pdf, [2014.08.05.]

⁵² PTS: Open networks and services, PTS-ER-2009:32, 30 November 2009., p. 93.

⁵³ BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: Connected TV – új szabályozói kihívások a horizonton, *Infokommunikáció & Jog*, 2013/ 52-53. szám

⁵⁴ Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council laying down measures concerning the European single market for electronic communications and to achieve a Connected Continent and amending Directives 2002/20/EC, 2002/21/EC and 2002/22/EC and Regulations (EC) No 1211/2009 and (EU) No 531/2012, COM (2013) 627 final.

⁵⁵ A rendelettervezet emellett egyértelmű tiltást is megfogalmaz a „nyílt interneten” történő diszkriminatív forgalommenedzsment gyakorlással szemben.

6. Kérdés

Mi a véleménye arról, hogy az uniós javaslat alapján az egyes tartalomszolgáltatóknak lehetősége nyílna garantált sávszélességére vonatkozó megállapodást kötni az internethozzáférés-szolgáltatókkal?

7. Kérdés

Álláspontja szerint szükséges-e a hálózatszemlegesség magyarországi szabályozása?

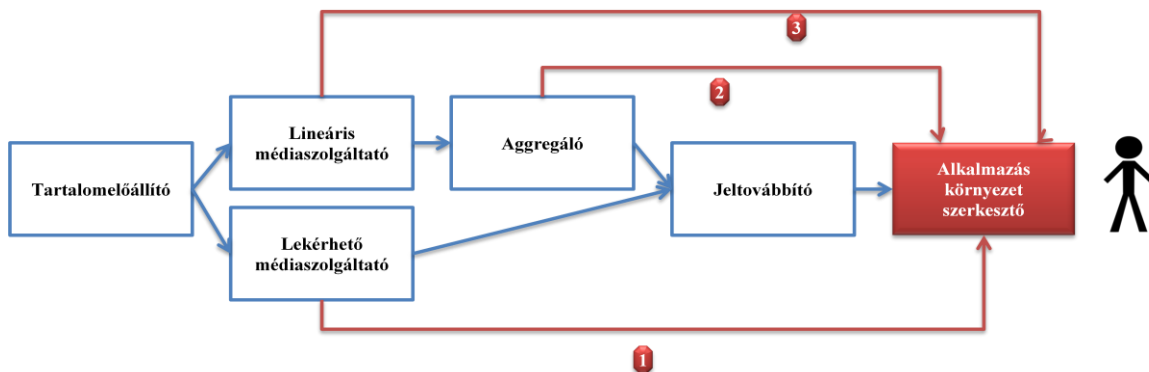
5.3. Új szűk keresztmetszet a digitális tartalomterjesztési értékláncban

Korunk médiapiacán a médiatartalom-fogyasztás elsődleges eszköze a televízió, mely – különösebb „intelligens” funkció nélkül – egyszerűen megjeleníti a hálózaton keresztül fogadott jelet. A tartalomfogyasztás azonban hatalmas átalakuláson megy keresztül. Ennek következtében nemcsak hogy több platformon (okostelefon, tablet, phablet, televízió) keresztül fogunk médiatartalmakat fogyasztani, de e platformok között a legnagyobb különbség a képernyő mérete lesz. Az eddig egyszerű jelátalakító eszközként funkcionáló televízió saját menürendszerrel rendelkező, okos berendezés lesz, melynek menüjében – a különböző médiatartalmak mellett – ugyanolyan alkalmazások jelennek meg, mint amelyeket az okostelefonokon már megszokhattunk.



24. ábra: Az okosteleviszió menüje (Forrás: www.futureplatforms.com)

A médiatartalom terjesztésének értékláncában ezen platform üzemeltetője (az operációs rendszer üzemeltetője) lesz az új „szűk keresztmetszet”, tekintettel arra, hogy ez az a piaci szereplő, amely megkerülhetetlenné válik a nézőhöz való eljutásban. Az alábbi ábrán azt szemléltetjük, miért is minősül szűk keresztmetszetnek az okosteleviszió „alkalmazáskörnyezet-szerkesztője”. Ez utóbbi megállapodást köthet a preferált elhelyezésre vonatkozóan a lekérhető médiaszolgáltatóval (1.), illetve a lineáris médiaszolgáltatásokat aggregáló szolgáltatóval (2.), valamint magával a lineáris médiaszolgáltatóval (3.), továbbá egyéb szolgáltatást nyújtókkal (pl. Facebook, YouTube stb.).



25. ábra: Az okosteleviszió platformüzemeltetője mint szűk keresztmetszet

Fontos azonban azt is megjegyezni, hogy az alkalmazáskörnyezet-szerkesztő befolyásolási képessége nem ugyanolyan, mint a műsorterjesztőké. A jelenlegi „klasszikus” műsorterjesztői piacon, ha a

műsorterjesztő nem vesz fel egy médiaszolgáltatást a programcsomagjába, akkor a néző számára nem lesz hozzáférhető az adott tartalom.⁵⁶ Ebben az esetben a szűk keresztmetszet tehát az átviteli hálózat, annak kapacitása, illetve üzletpolitikája. Ezzel szemben az internetes tartalmak esetében a hozzáférés elvi lehetősége adott a tartalmakhoz, hiszen az alapvetően a médiaszolgáltatótól függ, hogy közzéteszi-e online is a tartalmát.⁵⁷ Ebben az esetben sokkal inkább a „tengernyi” információ és a néző figyelmének szűkösége jelenti a veszélyt arra, hogy az emberekhez nem jutnak el a közérdekű tartalmak. A verseny tehát egyre kevésbé az átviteli kapacitásokért, mint egyre inkább a felhasználó figyelméért folyik, a médiaszolgáltatások sikerét pedig a jövőben leginkább az fogja eldönteni, hogy szolgáltatásuk mennyire lesz kereshető, milyen lesz a hivatkozása, ajánlása.⁵⁸

Tekintettel tehát a csatlakoztatott TV-n keresztül érkező tartalombőségre, a tartalomszolgáltatók számára fontos, hogy a néző könnyen hozzáférhessen a tartalmához. Erre pedig az alkalmazáskörnyezet felett szerkesztői felelősséggel rendelkező szolgáltatónak (platformüzemeltető) van befolyása: preferálhatnak bizonyos tartalmakat, míg – az egyébként elérhető közérdekű tartalmakat is – hátrébb sorolhatják, „elrejtetik” a nézők előtt, kvázi ugyanazt a hatást elérve, mint ha az adott tartalom nem is lenne hozzáférhető. Ahogy az Európai Bizottság is fogalmaz, a szűrési és személyes beállítási lehetőségek nemcsak azt határozhatják meg, hogy milyen tartalmak hozzáférhetőek, hanem a fogyasztók választásaira is kihatnak, például bizonyos tartalmak kiemelt felülethez juttatásával vagy annak megvonásával, a menük módosítási lehetőségeinek korlátozásával vagy bizonyos alkalmazások letiltásával. Mindez befolyásolhatja a fogyasztók számára ténylegesen megjelenő, a különböző véleményeknek teret adó médiakínálatot.⁵⁹

A tartalomszolgáltatók ezirányú aggodalmát alátámaszthatja, hogy a platformüzemeltetők külön megállapodásokat kötnek a nagyobb tartalomszolgáltatókkal azok tartalmának preferált elhelyezésére, illetve fennáll a veszélye annak, hogy saját – vertikálisan integrált – tartalmukat részesítik előnyben. A Smart TV-gyártók (pl. Samsung, LG, Sony) egyesével tárgyalnak és tesztelik a platformjukra bekerülni kívánó alkalmazásokat ellentételezés fejében. Sőt, megszokott, hogy a platformüzemeltető külön díjat (ún. „bounty fee”) kér, ha az okosTV-re előre telepített alkalmazáson keresztül az azt üzemeltető szolgáltatónak új ügyfele lesz.

Az okosplatformok szűk keresztmetszetként történő megjelenése tehát problémákhoz vezethet a tartalomhoz való hozzáférés, illetve a piaci verseny tekintetében. A probléma megoldására igyekezett javaslatot tenni az Európai Parlament is, amikor a 2013 júniusában megjelent Kammarevert-jelentésben felvetette, hogy a ma létező must-carry szabályokat érdemes kiegészíteni egy must-be-found szabállyal, mely előírná, hogy az okosplatformok biztosítsanak hozzáférést meghatározott

⁵⁶ Ezzel kapcsolatban azonban azt is fontos megjegyezni, hogy nem minden esetben a műsorterjesztőn múlik, hogy mely médiaszolgáltató szolgáltatása érhető el a műsorterjesztői kínálatban, tekintettel arra, hogy egyes médiaszolgáltatók – piaci erejüknél fogva – erősebb „tárgyalási pozícióban” vannak, mint a műsorterjesztő. Ennek kompenzálására vezették be például a hazai szabályozásba az ún. „must-offer” rezsimet, azaz a jelentős befolyásoló erővel rendelkező médiaszolgáltatók többletkötelezettségeit.

⁵⁷ BARTÓKI-GÖNCZY Balázs: A „must-carry” szabályok jelene és jövőképe az Európai Unióban, *Médiakutató*, 2013 ősz, 75-86.

⁵⁸ Az Európai Parlament 2013. július 4-i állásfoglalása a hibrid televíziózásról („Connected TV”), 2013.07.04., [2012/2300 (IND)], L.

⁵⁹ Európai Bizottság: Zöld Könyv – Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, érték, 2013.4.24., COM (2013) 231 final, 15-16.

közérdekű tartalmakhoz.⁶⁰ A Kammarevert-jelentés egyenesen felszólítja az Európai Bizottságot a „hibrid”⁶¹ televíziózás platformjainak szabályozására⁶²- Az Európai Parlament álláspontja szerint meg kell vizsgálni, hogy milyen formában lehetséges az ún. „first screen” eszközökön, például az internetkapcsolattal rendelkező televíziókészülékeken a kereshetőség tekintetében megfelelő elsőbbséget biztosítani azon tartalomszolgáltatóknak, „amelyeknek a tagállamok közszolgálati feladatot osztanak ki, vagy amelyek hozzájárulnak a közérdekű célok támogatásához, például a médiapluralizmus és a kulturális sokszínűség biztosításához, vagy amelyek kötelezettséget vállalnak arra, hogy a híradások minőségét és függetlenségét, valamint a vélemények sokszínűségének előmozdítását szolgáló feladatokat végezzék”.⁶³

Az EBU (*European Broadcasting Union*) 2011-es ajánlásában hat pontban fogalmazta meg a médiaszolgáltatók ezzel kapcsolatos elvárásait. Ezek szerint (i) a készülékgyártónak diszkriminációmentesen kell hozzáférést biztosítani a televízió menüjéhez minden médiaszolgáltató számára, (ii) a lekérhető médiaszolgáltatásokat a megfelelő kategóriájú menüben kell elhelyezni, (iii) a nézőnek biztosítani kell a lehetőséget, hogy önmaga összeállítsa kedvenc csatornáinak listáját, melyet bármikor elérhet, (iv) a nézőnek biztosítani kell a lehetőséget, hogy a médiaszolgáltató ikonjával azonosított menüponton keresztül elérhesse a médiaszolgáltató honlapját, alkalmazását, (v) ha keresőmotorral lehet médiaszolgáltatást keresni, akkor minden médiaszolgáltatót az általa megadott metaadat által kell referenciával ellátni, (vi) végül pedig biztosítani kell a nézőnek, hogy könnyen visszatérhessen az előtte nézett csatornára.⁶⁴

8. Kérdéskör

Véleménye szerint tapasztalható-e probléma ma a magyar piacon az okosplatformokhoz való hozzáférésben? Ön szerint a későbbiekben indokolható-e szabályozói beavatkozást ez a kérdés? Ha igen, akkor milyen eszközökkel?

⁶⁰ European Parliament Committee on Culture and Education, Draft Report on Connected TV, 2013.1.31., 2012/2300 (INI), Explanatory Statement, 2.

⁶¹ Hibrid, hiszen egyesíti a klasszikus műsorterjesztési csatornák kínálatát az online tartalomkínálattal.

⁶² Az Európai Parlament 2013. július 4-i állásfoglalása a hibrid televíziózásról („Connected TV”), 26. pont

⁶³ U.o. 20.

⁶⁴ European Broadcasting Union: Principles for Internet Connected and Hybrid Television in Europe, 2011.04.15.,6-11. pont

http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Media%20Law/EBU%20Positions/20110415_EBU%20Principles%20for%20Internet%20Connected%20and%20Hybrid%20TV.pdf [2014.10.01.]

5.4. Egyenlő játéktér

A televíziókészüléken eddig hozzáférhető, Európában letelepedett és így az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló 2010/13/EU irányelv (a továbbiakban: AMSZ-irányelv) hatálya alá tartozó médiaszolgáltatások szempontjából versenyhátrányt jelent, hogy amíg azok az AMSZ-irányelvből fakadó számos kötelezettségnek kell eleget tegernek, addig a közvetlen versenytársaikká váló OTT módon nyújtott tartalomszolgáltatásoknak még a jogi besorolása sem mindig egyértelmű (azaz hogy médiaszolgáltatásnak minősülnek-e). Ha pedig annak minősülnek, akkor is gyakran nem állnak európai joghatóság alatt, és így nem vonatkoznak rájuk a fent említett szabályok. Természetesen bizonyos fokú eltérés már az Európai Unióban letelepedett médiaszolgáltatókra vonatkozó szabályok között is van, hiszen az AMSZ-irányelv 4. cikke alapján a tagállamoknak jogukban áll előírni, hogy a joghatóságuk alá tartozó médiaszolgáltatók az ezen irányelv által összehangolt területeken részletesebb vagy szigorúbb szabályoknak feleljenek meg. Mindazonáltal ezek a szabályok egy olyan „közös nevezőn” nyugszanak, melyet az AMSZ-irányelv, valamint a további uniós jog jelöl ki. Ezzel szemben az Európán kívül – elsősorban az Egyesült Államokban – letelepedett médiaszolgáltatókra semmilyen módon nem vonatkozik az uniós jog, az AMSZ-irányelvben lefektetett alapelvek.

Ebből következően például egy európai szabályozás hatálya alá nem tartozó OTT-szolgáltató bármikor műsorra tűzhet egy olyan nagy népszerűségnek örvendő tartalmat, melyet korhatár-besorolás miatt például egy magyar médiaszolgáltató nem tehet meg. Ebből kifolyólag a reklámpiacon is fenyegetettséget jelenthetnek az európai szabályozás alatt nem álló OTT-szolgáltatók, hiszen a szabályok hiánya előnyös lehet bizonyos szolgáltatások, hirdetések számára. A ciprusi médiahatóság, valamint az Európai Unió Bizottsága (a továbbiakban: Bizottság) által a témában szervezett konferencián⁶⁵ részt vevő médiaszolgáltatók hangsúlyozták azon elvárásukat, mely szerint a szabályozásnak egyenlő játékfeltételeket kell teremtenie a hasonló körülmények között versenyző szolgáltatók között. Kiemelték, hogy ha a szabályozatlan OTT-szolgáltatások miatt csökken piaci bevételük, úgy az európai művek finanszírozásának rendszere is veszélybe kerülhet.

Az elektronikus hírközlésből ismert „*level playing field*” (egyenlő játéktér) mint szabályozói cél megfogalmazásánál az alapvető kérdés az, hogy vajon kell-e, és ha igen, akkor miként kényszeríthető ki, hogy a televízió képernyőjén hozzáférhető, az AMSZ-irányelv hatálya alatt nem álló OTT-szolgáltatók lineáris és lekérhető szolgáltatásai is megfeleljenek olyan alapvető elvárásoknak, mint például a kiskorúak védelme, reklámkorlátozások. Megjegyezzük egyébként, hogy több, nagy népszerűségnek örvendő, akár tengerentúli OTT-tartalomszolgáltatónak van európai uniós székhelye (bár abból volt vita, hogy pl. a Netflix mindenhol a luxemburgi székhellyel szolgáltat az Európai Unióban).

9. Kérdés

Ön szerint reális-e a veszélye annak, hogy az AMSZ-irányelv hatálya alá tartozó médiaszolgáltatók versenyhátrányba kerüljenek az AMSZ-irányelv hatálya alá nem tartozó médiaszolgáltatókkal szemben?

⁶⁵ Connected TV Conference – Looking beyond the AVMS Directive, Limassol, 2012. október 25-26.

5.5. A szabványosítás hiánya

A médiaszolgáltatók számára – ideértve a hagyományos módon terjesztett és az OTT-szolgáltatókat is – alapvető fontosságú, hogy tartalmaik megjelenjenek minden csatlakoztatott televíziókészüléken. Ennek azonban gátját szabja, hogy a különböző egymással versengő televíziókészülék-gyártók (Samsung, Sony, Panasonic, LG, Sharp stb.) eltérő technikai (házi) szabványokat használnak. Következésképpen a tartalom előállítójának annyi módon kell a tartalmát formáznia, ahány különböző szabvány létezik. Ez az ipari fragmentáció súlyos többletterhelés, sőt piacra lépési akadály a médiaszolgáltatók számára, és azzal a veszéllyel jár, hogy a jókora anyagi háttérrel rendelkező OTT-szolgáltatók minden platformon jelen lesznek⁶⁶, míg a piacra belépni akaró, kis szolgáltatók (akár a közérdek szempontjából fontos helyi tartalmak) kiszorulhatnak a piacról, hiszen szolgáltatásaik kevesebb készüléken érhetőek el, kisebb a nézettségük, tehát csökken a reklámbevételük. Ez egy olyan piaci kudarc, mely súlyosan veszélyezteti a plurális médiarendszer kialakításának célját.

2010-ben tizenhét francia médiaszolgáltató felhívást tett közzé, melyben kérték a készülékgyártókat, hogy platformjaikat közös technikai szabvány alapján alakítsák ki avégett, hogy elegendő legyen egy tartalmat egyféle módon előállítani.⁶⁷ Az Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége (EBU) szintén „közös megoldást” sürget a hibrid rendszerek vonatkozásában, mely „erősítene a készülékgyártók közötti versenyt, csökkentené a tartalom-előállítás költségeit, növelné a fogyasztók számára a tartalomválasztékot”.⁶⁸

A médiaszolgáltatók nyomására a készülékgyártók felismerték, hogy az innováció általi versenyelőnyön túl az is alapvető érdekük, hogy minél több tartalom legyen választható az általuk üzemeltetett platformon keresztül. A csatlakoztatott TV-k kétoldalú piacon működnek, ahol – az internethez hasonlóan – a piac két oldala között erősek a (főleg a pozitív) externáliák. Minél több a készüléken elérhető tartalom, annál több embernek éri meg az adott készüléket megvásárolnia. Ennek okán, valamint a médiaszolgáltatók nyomására – francia és német kezdeményezésre – megszületett az első ETSI (*European Telecommunications Standards Institute*), az Európai Telekommunikációs Szabványok Intézete által bejegyzett közös szabvány, a HbbTV (*Hybrid Broadcast and Broadband Television*),⁶⁹ melyet mára számos gyártó alkalmaz is.⁷⁰ Magyarországon az Antenna Hungária 2012 novemberének eleje óta teszteli a HbbTV-t, mellyel lehetősége nyílna a lineáris szolgáltatás mellett interaktív szolgáltatásokat is nyújtani.⁷¹ Mindazonáltal az átütő sikerre még várni kell, ugyanis több nagy szolgáltató (Samsung, Philips, Panasonic) elutasítja HbbTV-szabvány alkalmazását, és a sajátját

⁶⁶ Az amerikai OTT aggregátor óriás, a Netflix például már több, mint ötven készüléken keresztül szolgáltat, lásd: <https://signup.netflix.com/MediaCenter>, [2014.08.05.]

⁶⁷ Charte des éditeurs sur les modalités d’affichage des contenus et services en ligne, 2010.10.19., <http://www.infohightech.com/IMG/pdf/charte1.pdf>, [2014.08.05.]

⁶⁸ European Broadcasting Union: Principles for Internet Connected and Hybrid Television in Europe, 2011.04.15.

http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Media%20Law/EBU%20Positions/20110415_EBU%20Principles%20for%20Internet%20Connected%20and%20Hybrid%20TV.pdf, [2014.08.05.]

⁶⁹ ETSI TS 102 796 (2010), http://www.hbbtv.org/pages/about_hbbtv/introduction.php

⁷⁰ DE BUERGER, Geneviève: La standardisation – un enjeu pour la sauvegarde du pluralisme?, Colloque du CSA (belge) Nouveaux écrans, nouvelles régulations, Brüsszel, 2012. 07.5 – 6.

⁷¹ http://www.hsw.hu/hirek/49381/hbbtv-dvb-t-antenna-hungaria-mtva.html?utm_campaign=Feed:+HWSW&utm_medium=feed&utm_source=hsw_rss, [2014.08.05.]

részesíti előnyben, többek között arra hivatkozva, hogy a szabvány által kínált technikai lehetőségek nem érik el azt a szintet, melyet a saját fejlesztésük biztosít.⁷²

Az LG, a Toshiba, valamint a Philips által tulajdonolt TPV 2012 júniusában létrehozta a *Smart TV Alliance*-t, melynek elsődleges célja egységes szabványok létrehozása annak érdekében, hogy ugyanolyan mennyiségű alkalmazást (App) kínáljanak a televízió is, mint a mobiltelefonokon.⁷³

10. Kérdés

Magyarországon érzékelhető-e ma a szabványosítás hiánya a különböző „Okos TV” platformok között?

⁷² TAZZER, Bruno: TV Connectée – Un nouveau rôle pour le fabricant et un enjeu pour l’éditeur de contenu « local », CSA Régulation, vol 51., 2012, 20.

⁷³ Bővebben lásd: www.smarttv-alliance.org, [2014.08.05.]

5.6. Tartalomintegritás

A technológiai fejlődés lehetővé teszi, hogy a médiaszolgáltató tartalma mellé egy harmadik személy (pl. a Google) reklámot helyezzen el, vagy akár más csatornákat ajánljon fel például a reklámblokk ideje alatt. Ez a médiaszolgáltatókra valós kockázatot jelent, hiszen elveszíthetik szerkesztői befolyásukat a saját tartalmuk felett, mely – a nézettség csökkenésének és ebből adódó bevételkiesés kockázata mellett – felelősségi kérdéseket is felvet, hiszen a tartalomért elsősorban az a médiaszolgáltató felel, akinek tartalmát esetleg tudomása és beleegyezése nélkül módosították. Így érthető, hogy a tartalom integritása a médiaszolgáltatók egyik legfontosabb elvárása az internetes televíziózással kapcsolatban, melyet több fórumon is hangsúlyoztak.⁷⁴ Nem meglepő tehát az sem, hogy a francia médiaszolgáltatók 2010-es felhívása leszögezi, hogy csak azokon a platformokon kínálják tartalmaikat, amelyek biztosítják annak integritását.⁷⁵ Az EBU 2011-es ajánlása alapján a médiaszolgáltatók lineáris és lekérhető médiaszolgáltatásait minden változtatás nélkül és a nézői élmény megzavarása nélkül lehet csak elérhetővé tenni, továbbá nem szabad lehetővé tenni, hogy a médiaszolgáltató külön hozzájárulása vagy a néző aktív döntése nélkül reklámszpotok jelenjenek meg a képernyőn a médiaszolgáltató tartalma mellett.⁷⁶

Ezzel szemben áll a hibrid rendszerek fejlesztőinek azon – nézői élményt fokozó – elképzelése, amely szerint a néző előre meghatározhatná preferenciáit (pl. tenisz meccsek), azaz a televízió automatikusan felajánlja – függetlenül az éppen nézett műsortól – a kiválasztott műsorokat.⁷⁷

11. Kérdés

Ön szerint indokol-e szabályozói beavatkozást a tartalomintegritás kérdése?

⁷⁴ Például Hans-Martin Schmidt (EBU Chairman) előadása, Connected TV Conference – Looking beyond the AVMS Directive, Limassol, 2012. október 25-26., http://www.connectedtveuconference.com/session_2/Hans-Martin%20Schmidt.pdf, [2014.08.05.]

⁷⁵ Charte des éditeurs sur les modalités d’affichage des contenus et services en ligne, i.m. 2. pont

⁷⁶ European Broadcasting Union (2011), i.m. (70. lj.) 3 – 5. pont

⁷⁷ Conseil supérieur de l’audiovisuel belge (CSA): Régulation, vol 51, 2012, p. 19.

6. Az Európai Unió szabályozási kezdeményezései

6.1. Az Európai Bizottság Zöld Könyve

A Bizottság 2012 eleje óta fokozott figyelmet fordít a csatlakoztatott televíziók várható piaci hatásaira. 2012 októberében a soros elnökséget betöltő Ciprus médiahatóságával társszervezésében megrendezték a *Connected TV – Beyond the AVMS Directive* konferenciát,⁷⁸ ahol Neelie KROES, a (többek között) a médiaügyekért akkor felelős biztos felvázolta a Bizottság vizsgálódásának irányait. Beszédében feltette a kérdést, hogy a 2010-es AMSZ-irányelv alkalmas-e még a célja elérésére, vagy egy új szabályozási keretet kell kialakítani, amely ugyanúgy biztosítja a megszokott védelmet, de kevésbé korlátozza a piaci szereplőket. A végül 2013. április végén megjelent Zöld Könyv⁷⁹ egy igen óvatos, mondhatni a témában puhatolózó anyagnak tekinthető. A Bizottság nem határozott meg egyértelmű irányvonalat, csupán a konvergáló médiavilág kihívásait szedte sorba, és az általa ennek kapcsán megfogalmazott kérdéseket bocsájtotta nyilvános konzultációra. Mindazonáltal a Zöld Könyv több olyan állítást is tartalmaz, amely jól mutatta a Bizottság gondolkozásának „irányát”. Ezek közül érdemes néhányat kiemelni.

Először is a Bizottság szerint az Európában letelepedett lineáris médiaszolgáltatók nemcsak a tengerentúli versenytársaik által kerülnek versenyhátrányba (hiszen ez utóbbiak is hozzáférhetőek az interneten, és nem állnak az AMSZ-irányelv hatálya alatt), hanem a lekérhető médiaszolgáltatókkal szemben is, amelyek a Bizottság szerint egyre gyakrabban ugyanazon a képernyőn érhetőek el, ugyanazt a tartalmat kínálják, mint a lineáris médiaszolgáltatások. A lekérhető tartalmak új formái tehát több szempontból hasonlítanak a hagyományosan, passzívan befogadott lineáris tartalmakra. Fogyasztói szempontból ez azzal a következménnyel jár, hogy a lineáris és a lekérhető médiaszolgáltatások közötti különbségek elmosódnak. A Bizottság szerint ezért a jövőben a lineáris és lekérhető tartalmakat versenyző szolgáltatásoknak kell tekinteni, az eltérő szabályozási terhek pedig egyértelműen piactorzító hatásúak lehetnek.⁸⁰ A Zöld Könyv emellett felveti azt a problémát is, hogy az internetes tengerentúli médiaszolgáltatók (OTT-szolgáltatók) szintén versenyelőnybe kerülnek az európai joghatóság alá tartozó médiaszolgáltatókkal, így „szóba jön” a szabályozás kiterjesztésének lehetősége ezen szolgáltatókra is. Ezzel kapcsolatban azonban megjegyzi a Bizottság, hogy ez kiterjedt hatásköri átfedéseket jelenthet.⁸¹

Szintén nagyon fontos kérdést érint a Zöld Könyv, amikor az internetes keresőmotorok potenciális korlátozó szerepét veti fel. Ugyan a szűrési lehetőségeknek, többek között a személyre szabott keresési eredményeknek köszönhetően a felhasználók könnyebben juthatnak hozzá az érdeklődési körüknek és a szemléletüknek megfelelő hírekhez és információkhoz, a médiapiaci értékláncban az új piaci szereplők azonban bizonyos tartalmak kiemelt felülethez juttatásával vagy annak megvonásával, a menük módosítási lehetőségeinek korlátozásával vagy bizonyos alkalmazások letiltásával befolyásolhatják azt is, hogy a felhasználók mely tartalmakhoz férnek hozzá. Mindez természetesen hatást gyakorol a fogyasztók számára ténylegesen megjelenő, a különböző véleményeknek teret adó médiakínálatra, és olyan helyzetet idézhet elő, amelyben a fogyasztók tudtuk nélkül kiszolgáltatottá válnak.⁸² A kérdés – természetét tekintve – a hálózatsemlegesség témájához kapcsolódik, nevezhetjük

⁷⁸ <http://www.connectedtveuconference.com/index.htm>, [2014.08.05.]

⁷⁹ Az Európai Bizottság Zöld Könyve, Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, értékek, 2013.4.24., COM (2013) 231 final

⁸⁰ U.o. 13.

⁸¹ U.o.

⁸² U.o. 15.

„search neutrality”-nek is. A Zöld Könyv felveti a szabályozás kérdését, amit már egyes tagállamok (pl. Franciaország), illetve az unió szintjén is felmerült (Freiberger-jelentés).⁸³

A Zöld Könyvre több mint 200 észrevétel érkezett, melynek rezüméjét az Európai Bizottság egy 2014 szeptemberében kiadott jelentésben foglalta össze.⁸⁴ A konzultáció alapjául szolgálhat az AMSZ-irányelv 2015-re ütemezett felülvizsgálatának.

6.2. Az Európai Parlament állásfoglalása

A Bizottság mellett az EP is aktívan foglalkozik a témával. A 2013. januári Kammerevert-jelentés⁸⁵ alapján 2013 júliusában elfogadott európai parlamenti állásfoglalás egyértelműen felszólítja a Bizottságot a „hibrid”⁸⁶ televíziózás platformjainak szabályozására.⁸⁷ Az állásfoglalás talán egyik legfontosabb megállapítása az, hogy a média konvergencia világában a versenyt kevésbé az átviteli kapacitásokért, mint egyre inkább a felhasználó figyelméért folytatják. Következésképpen a médiaszolgáltatók sikerét minden valószínűség szerint a szolgáltatásokhoz való hozzáférés, a szolgáltatások kereshetősége, hivatkozása és ajánlása fogja eldönteni.⁸⁸ Ennek érdekében szükség van a médiaszolgáltatók diszkriminációmentes hozzáféréseinek a biztosítására minden platformon.

Hasonlóan fontos kérdésként értékeli az EP, hogy a Bizottság – az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv esetleges felülvizsgálatakor – biztosítson egyenlő versenyfeltételeket valamennyi tartalomszolgáltató között, hiszen fennáll egy új, kiegyensúlyozatlan versenyhelyzet létrejöttének veszélye, amelyben a hagyományos európai szereplők hátrányos helyzetbe kerülnek az új szereplőkkel szemben, tekintettel utóbbiak gazdasági súlyára és nemzetközi fejlődésére.

Az EP megfontolandónak tartja azt a felvetést is, hogy a reklámok és a műsortartalom elkülönítésének elvét valamennyi típusú médium esetében fenn kell-e tartani, vagy pedig az elv a reklám és a műsortartalom egyértelmű felismerhetősége és megkülönböztethetősége segítségével fejti-e ki jobban védelmi célját valamennyi típusú médium esetében.

Az állásfoglalás továbbá kiáll a hálózatsemlegesség uniós szintű, direkt szabályozása mellett akként érvelve, hogy „az átláthatóság és a verseny elégtelennek bizonyult a hálózatsemlegesség megóvásában”.⁸⁹ Ennek okán felhívja a Bizottságot, hogy jogilag kötelező érvénnyel biztosítsa, hogy az adótól a fogadóig történő továbbítás során a hálózatüzemeltetők alapvetően azonos módon kezeljék az adatcsomagokat, a hálózatüzemeltető tehát ne rangsoroljon például származás, tartalom, a

⁸³ High Level Group on Media Freedom and Pluralism – A Free and Pluralistic Media to Sustain European Democracy, 2013. január, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>, [2014.08.05.]

⁸⁴ http://www.epra.org/news_items/green-paper-on-convergence-commission-publishes-long-awaited-summary-of-replies, [2014.09.24.]

⁸⁵ European Parliament Committee on Culture and Education, Draft Report on Connected TV, 2013.1.31., 2012/2300 (INI), Explanatory Statement, 2.

⁸⁶ Hibrid, hiszen egyesíti a klasszikus műsorterjesztési csatornák kínálatát az online tartalomkínálattal.

⁸⁷ Az Európai Parlament 2013. július 4-i állásfoglalása a hibrid televíziózásról („Connected TV”), A7-0212/2013, 26. pont

⁸⁸ U.o. L. pont

⁸⁹ U.o. V. pont

felhasználás jellege vagy a felhasználó által fizetett díj szerint.⁹⁰ Ennek a szándéknak egyébként megfelel a Bizottság július végén kiszivárgott rendelettervezete,⁹¹ mely egyértelműen tiltaná a diszkriminatív forgalommenedzsment gyakorlatát. Bár itt fontosnak tartjuk azt is megjegyezni, hogy a rendelettervezet egyelőre igen sok belső ellentmondást tartalmaz és egy igen kezdeteges munkaanyag került nyilvánosságra, mely nyilvánvalóan több módosításon is átesik majd.

12. Kérdés

Ön szerint mely területeken szükséges az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvet módosítani?

⁹⁰ U.o. 31. pont

⁹¹ <https://netzpolitik.org/wp-upload/CONSOLIDATED-DRAFT-for-ISC-070713.pdf>, [2014.09.25.]

7. Kérdéseink összegyűjtve

1. Ön egyetért-e a 3. pontban megfogalmazott OTT-szolgáltatás definícióval?
2. Az Ön véleménye szerint Magyarországon a „hagyományos” műsorterjesztők és az OTT-tartalomszolgáltatók között helyettesítési vagy kiegészítő viszony fog létrejönni 5-10 éves időtávon?
3. Milyen piacralépési korlátok léteznek ma Magyarországon az OTT-tartalomszolgáltatás nyújtása előtt?
4. Ön szerint milyen szolgáltatásnak minősül a lineáris médiaszolgáltatásokat aggregáló és az OTT-módon terjesztő szolgáltató szolgáltatása? Ha nem sorolható be a jelenlegi jogszabályi keretek közé, akkor indokolt-e e szolgáltatásokat a szabályozás hatálya alá vonni és miként?
5. Mi a véleménye arról, hogy az Európai Bizottság jogalkotási javaslata a hálózatsemlegesség részletesebb szabályozását írja elő?
6. Mi a véleménye arról, hogy az uniós javaslat alapján az egyes tartalomszolgáltatóknak lehetősége nyílna garantált sávszélességére vonatkozó megállapodást kötni az internethozzáférés-szolgáltatókkal?
7. Álláspontja szerint szükséges-e a hálózatsemlegesség magyarországi szabályozása?
8. Van-e ma a magyar piacon probléma az okosplatformokhoz való hozzáférésben? Ön szerint a későbbiekben indokolhat-e szabályozói beavatkozást ez a kérdés? Ha igen, akkor milyen eszközökkel?
9. Ön szerint reális-e a veszély, hogy az AMSZ-irányelv hatálya alá tartozó médiaszolgáltatók versenyhátrányba kerüljenek az AMSZ-irányelv hatálya alá nem tartozó médiaszolgáltatókkal szemben?
10. Magyarországon érzékelhető-e ma a szabványosítás hiánya a különböző „Okos TV” platformok között?
11. Ön szerint indokol-e szabályozói beavatkozást a tartalomintegritás kérdése?
12. Ön szerint mely területeken szükséges az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvet módosítani?

I. Melléklet - A legnagyobb OTT-tartalomszolgáltatók rövid bemutatása

Netflix

Az 1997-ben DVD-küldő szolgáltatással induló vállalat mára az USA egyik vezető, filmeket streamelő szolgáltatójává vált, amely 2007-ben kezdte bevezetni a VoD (*video on demand*) szolgáltatását, és mára csak az USA-ban 33,4 millió, azon kívül pedig csaknem 11 millió előfizetője van. A Netflix 2010 óta van jelen Kanadában, 2011 szeptembere óta pedig Latin-Amerikában. Európában 2012-ben jelent meg először az Egyesült Királyságban és Írországban, majd még ebben az évben piacra lépett Finnországban, Dániában, Svédországban és Norvégiában, illetve 2013-ban Hollandiában. A streamingszolgáltató 2014 tavaszán jelentette be a további európai terjeszkedésére vonatkozó terveit. Ezek szerint Németország és Franciaország a biztos célpontok között van, Franciaországban már be is jelentették, hogy 2014 őszén indul a szolgáltatás. Ezen kívül várhatóan hamarosan piacra lép a Netflix streamingszolgáltatása Luxemburgban, Ausztriában, Svájcban és Belgiumban.



Source: Informa Telecoms & Media

26. ábra: A Netflix jelenléte és várható piacra lépésének ideje Európában⁹²

A Netflix bevétele a streamingszegmensben az előfizetői tagdíjakból származik: az Egyesült Államokban a szolgáltatás havidíja 8 USD volt, 2014 májusában pedig 9 USD-ra emelkedett azzal, hogy a már meglévő előfizetők 2016 májusáig még a korábbi, 8 dolláros díjat fizethetik. 2013-ban a cég bevezette a 12 dolláros havi tagdíjat is, amelyért az előfizetők egyidejűleg 4 eszközön vehetik igénybe a szolgáltatást. Az amerikai piacon a cég 2013-as bevételei az előző évhez képest 566,5 millió dollárral 2,7 milliárd dollárra nőttek az előfizetői szám közel 26%-os növekedésének köszönhetően.

⁹² Informa telecoms & media: Converging Media, Vol.13., Issue 12., 1.

Az amerikai piacon azonban erős a verseny, ráadásul a Netflix saját gyártású tartalmai miatt a cég költségei is emelkedtek, ezért további európai terjeszkedés várható.

Az USA-n kívüli streamingszegmensben a Netflix bevételei szintén a 7-14 dolláros havi előfizetői díjakból származnak. Az USA-n kívüli piacokon az előfizetők száma 2013-ban – az előző évhez képest – 134%-kal nőtt, amelynek eredményeként a bevételek 424,8 millió dollárral 712 millió dollárra nőttek.⁹³ Az Informa előrejelzése szerint a jelenlegi előfizetői tábort szinte megkészszeretheti Európában, mely növekedést azonban várhatóan (arányában) nem követik az ezen piacokon realizált bevételek.

A Netflix architektúrája igen összetett, eleinte teljes rendszerére vonatkozóan saját adatközpontot használt, de a növekedés során ezt fokozatosan átalakította. Jelenleg már felhőszolgáltatást (*cloud service*) vesz igénybe, a videostreamek eljuttatására három tartalomelosztó hálózatot, vagyis CDN-t használ: az Akamai, a Limelight és a Level3 szolgálja ki az igényeket, melyek a Netflixről rendelt tartalmakat az Amazon-felhőből a felhasználóhoz legközelebbi internethozzáférés-szolgáltatóhoz juttatják el. A Netflix asztali gépeket használó előfizetői Microsoft Silverlight segítségével jutnak hozzá a jelfolyamhoz. A jelfolyamok továbbításához az adaptív DASH (Dynamic Streaming over HTTP) protokollt használja, mely rugalmasan alkalmazkodik a forgalmi lehetőségekhez a médialejátszás során. A rendszer kódolt és DRM-védett (*Digital Right Management*) tartalmakat juttat el a felhasználókhoz. A Netflix *geoblocking*⁹⁴ rendszert használ annak érdekében, hogy csak azokról a földrajzi területekről lehessen a szolgáltatását elérni, ahol a szolgáltatását bejelentette.⁹⁵

Hulu és Hulu Plus

Az amerikai videostreaming-piacon a Netflix egyik legkomolyabb versenytársa a Walt Disney, a 21st Century Fox és a Comcast tulajdonában lévő Hulu. A Hulu 2008-ban indította a videostreaming-szolgáltatás béta verzióját, és 2013-ban már közel egymilliárd dolláros bevételt ért el. A szolgáltatásnak ingyenes és 2010 óta fizetős (Hulu Plus, havi 8 dollárért) verziója is létezik, utóbbinak 2013-ban már 5 millió előfizetője volt. Az ingyenes verzió „ad-supported”, vagyis reklám-megjelenítésért cserében érhető el, míg a Plus verzióban kevesebb a reklám és több a tartalom. A Hulu Plus előfizetőinek száma nagy ütemben növekszik, a cég bevételeinek nagyobb része azonban még a hirdetőktől származik. A Hulu streamingszolgáltatása az USA-n kívül csak Japánban érhető el, három éves piaci jelenlét után azonban 2014 februárjában bejelentették, hogy eladják a Hulu Japant a Nippon

⁹³ Netflix Annual Report 2013, <http://ir.netflix.com/secfiling.cfm?filingID=1065280-14-6&CIK=1065280>

⁹⁴ A geoblockingrendszer célja, hogy csak azokról a földrajzi területekről lehessen a szolgáltatását elérni, ahol a szolgáltatását bejelentette. A geoblockingrendszer a felhasználó IP-címe alapján hozza meg a hozzáférés engedélyezését.

⁹⁵ A videostreamek átvitele néhány másodperces darabokban, ún. „*chunk*”-okban történik. A chunkok különböző minőségben állnak a Netflix rendelkezésére, ezzel tudja a DASH-protokoll segítségével a megfelelő minőséget hozzáilleszteni a hálózat aktuális forgalmi lehetőségeihez. A chunkon belül nincs lehetőség minőségváltásra, ez csak a chunkváltáskor lehetséges. A Netflix az infrastruktúrája döntő részét kiszervezte, mind a felhasználók igénylési folyamatának, mind a tartalomkezelésnek a szervereit az Amazon felhőszolgáltatására bízta. Csak a Netflix-adatközpont maradt a saját kezelésében. A Netflix-adatközpont szerepe kettős: egyrészt az újonnan jelentkező felhasználók regisztrációs igényét és a beérkező befizetéseket dolgozza fel, másrészt a felhasználók státuszának megfelelően engedélyezi vagy tiltja a szolgáltatásokat. A Netflix adatközpont a videofolyamok továbbításában nem játszik szerepet, ezt a feladatot teljes egészében az Amazon felhőszolgáltatásába integrálták. Itt történik meg a felhasználó beazonosítása, a kért tartalomhoz kapcsolódó ún. „*manifest file*” letöltése és egy másik szerverparkból a kért videojelfolyam továbbítása.

TV-nek.⁹⁶ A kivonulásra egyelőre nem adott magyarázatot a Hulu, azonban jól mutatja, hogy az OTT-videoszolgáltatás egy olyan, még kialakulófélben lévő piac, amely számos kockázatot tartogat az OTT-piaci szereplőknek is.

A Hulu és a Hulu Plus egyaránt geoblockingot használ, így szolgáltatása – jogszerűen – csak az Egyesült Államokban és Japánban férhető hozzá, pontosabban azok rendelkeznek hozzáféréssel, akik az USA-ban, illetve Japánban regisztrált IP-címmel rendelkeznek. A Hulu némileg egyszerűbb rendszertechnikai megoldást használ, mint a Netflix, ugyanakkor nagyon sokféle végberendezésre adaptálták az OTT-szolgáltatásaik elérését. A Hulu nézhető iPhone, iPod eszközökről, Android operációs rendszerrel ellátott tabletekről és mobiltelefonokról is a hagyományos desktop és laptop alkalmazások mellett. A Hulu szintén három CDN-t használ a desktopról indított igények kiszolgálásához: az Akamai-t, a Limelight-ot és a Level 3-at. A mobilkliensekről indított igényeket azonban csak az Akamai és a Level3 segítségével szolgálja ki. Érdekeség ugyanakkor, hogy az ingyenes használat előtti reklámfilmeket minden esetben az Akamai és a Limelighton keresztül továbbítja, ebben a folyamatban a Level3 nem vesz részt.⁹⁷

HBO GO

Az HBO GO az HBO streamingszolgáltatása, amit a cég az USA-n kívül 22 ország, köztük Magyarország HBO előfizetői számára is kínál online regisztráció után. Ebben az üzleti modellben tehát a streamingszolgáltatás ingyenes ugyan, de csak kábelszolgáltatók, pontosabban az HBO előfizetői számára elérhetők. 2012-ben a skandináv régióban (Dánia, Svédország, Norvégia, Finnország) az HBO piacra lépett az HBO GO szolgáltatással (HBO Nordic néven) a kábeltvé előfizetéssel nem rendelkező felhasználók számára is, megközelítőleg havi 10 eurós előfizetői díjért. Svédországban mindössze 68 ezer előfizetője van az HBO Nordic szolgáltatásnak, míg a Netflixnek több mint 860 ezer. Ennek egyik lehetséges oka, hogy a csak HBO-tartalmat kínáló HBO Nordicra kezdetben minimum 6 hónapos időtartamra kellett előfizetni ingyenes próbalehetőség nélkül, míg a

⁹⁶ Walt Disney Annual Report 2013, <http://thewaltdisneycompany.com/sites/default/files/reports/10k-wrap-2013.pdf>, valamint lásd: <http://blog.hulu.com/2013/12/18/a-strong-2013/>, [2014.06.18.]

⁹⁷ Érdekes különbség a Netflixhez képest, hogy a Hulu nem tért át a DASH-protokollra, hanem továbbra is a kissé nehezebben kezelhető RTMP (*Real Time Messaging Protocol*) mellett maradt. Ezt vagy tényleges RTMP-vel az 1935-ös porton továbbítja, vagy pedig RTMP *tunneled over http* (RTMPT) módon, kikerülve a céges tűzfalak 1935-ös portra vonatkozó blokkolását. Ez azonban csak a desktopról indított kérelmekre igaz, mert a mobilalkalmazások esetén már adaptív streamingtechnikát használ, így pl. az iPhone és az iPad esetében *http Livestream* technológiával dolgozik. Hogy a helyzet még összetettebb legyen, a hirdetések minden esetben egyszerű .flv kiterjesztésű fájlként érkeznek meg. A videojelfolyamokhoz egyszerű Flash Video formátumot használ, azonban az RTMP-protokoll titkosított átvitelrel valósítja meg a kapcsolatot. Mivel az RTMP esetében elég nehézkes az eltérő minőségű tartalom tárolása, így a Hulu lehetőségei a 480 kbit/s-os, a 700 kbit/s-os és néhány film esetében az 1000 kbit/s-os átviteli sebességre terjednek ki. Érdekes a CDN-hálózatok kiválasztása a Hulu esetében. Itt is igaz, hogy egy videojelfolyamon belül csak végső esetben vált CDN-t a forrásszerver, viszont a következő kérésnél hajlamos másik CDN-en továbbítani a tartalmat. Egyáltalán nem jellemző tehát a Netflixnél működő, szinte statikus CDN-hozzárendelés. A manifest fájlokat az s.hulu.com szerver állítja elő, lényegében ez a szerver vezérli a hálózat forgalmi elosztását, a CDN-ek kiválasztása is itt történik meg. A videojelfolyamot a www.hulu.com szerverről – vagy az annak megfelelő tükörszerverről – kapja meg a kliens gép, a protokollt a végberendezés típusa szerint beállítva. A kliens a reportokat a t.hulu.com szervernek küldi, és ez fogadja a fizetési információkat is. Míg a másik két szerver – vagy inkább szerveregyüttes – az Akamai felügyelete alatt fut, addig a t.hulu.com-ot a Hulu saját fenntartása alatt tartja.

Netflix szolgáltatása havi előfizetéssel és egy hónap ingyenes próba-előfizetéssel vehető igénybe.⁹⁸ Más piacokon egyelőre nem kínálják az HBO GO *standalone* szolgáltatást.

Roku

A ROKU Inc. egy kaliforniai magántulajdonban lévő vállalat, amely egy sor digitális média- (multimédiás) lejátszó gyártásával és tartalommal való megtöltésével foglalkozik. A Roku-eszközök segítségével a felhasználó az otthoni TV-készülékén több száz különböző internetes streamelt médiatartalomhoz férhet hozzá, köztük mozicsatornákhöz, videotékákhoz és különböző játékokhoz, illetve a helyi hálózatra kapcsolódó eszközein tárolt tartalmakat is meg tudja a TV-készülékén jeleníteni. A Roku-partnerek által biztosított OTT lineáris médiaszolgáltatások (TV-csatornák) formájában jelenik meg. Ezek egy része előfizetési díjért vehető igénybe, de sok ingyenesen nézhető csatornát is fel tud venni a felhasználó a saját listájára. A Roku 2008-ban jelent meg az eszköz első generációjával, amely három minőségi változatban volt választható. Az első csak SD-tartalom megjelenítésére volt képes, a második már HD-tartalom megjelenítését is támogatta, a harmadik eszköz pedig egy extra USB-porttal volt felszerelve. A harmadik generációs eszközök 2013-ban jelentek meg, gyorsabb processzorral, a távirányító pedig már Wi-Fi Direct technológiát használt a korábbi Bluetooth helyett. A Roku 3 további újdonsága volt a távirányítóban helyet kapott fejhallgató-kimenet. A Roku 2014-ben egy újabb eszközzel, a *Roku streaming stick*kel lépett piacra, mely hasonlít a Google Chromecastjához azzal a különbséggel, hogy a magasabb árért a sokkal szélesebb csatornaválaszték mellé külön távirányító is tartozik.

Voyo

Érdemes végül megemlíteni a Central Media Europe (a továbbiakban: CME) OTT-szolgáltatását, a Voyót is két okból: egyrészt a közép-kelet-európai régió egyik legnagyobb médiavállalatának OTT-szolgáltatásáról van szó, másrészt a Voyo kudarca jó példa arra, hogy az OTT-videoszolgáltatás nem egyértelműen sikeres mindenhol. A CME hat országban (Bulgária, Horvátország, Csehország, Románia, Szlovákia, Szlovénia) van jelen, 35 lineáris médiaszolgáltatása, közel 50 milliós aggregált nézettsége, több mint 72 hírportálja, honlapja van.⁹⁹ 2009-ben indította el saját OTT-videoszolgáltatását, a Voyót, amelybe két év alatt 40 millió US dollárt fektetett. Az eredmény azonban lehangoló lett, ugyanis a szolgáltatásra 2013 végéig mindösszesen 128 ezren fizettek elő, ami természetesen óriási veszteséget okozott a CME-nek.¹⁰⁰ A CME kudarcának okozati – hasonlóan a Hulu japán piacról való kivonulása indokának – elemzésére jelen anyag keretében nincsen lehetőség, ezek a példák azonban mindenképpen jelzik, hogy az OTT-videoszolgáltatást nem szabad túlzó általánosítással mindenképpen sikerre ítélt vállalkozásnak nevezni; a gyorsan fejlődő piac számos kockázatot hordoz magában.

IT-óriások a műsorterjesztés piacán

⁹⁸ Time Warner Annual Report 2013, <http://ir.timewarner.com/phoenix.zhtml?c=70972&p=irol-reportsannual> [2014.06.18.]

⁹⁹ <http://www.cetv-net.com/en/operations/index.shtml>, [2014.07.01.]

¹⁰⁰ Litvay István előadása az MKSZ szakmai napján 2014. június 4-én

A televíziózásban bekövetkező forradalmi változásokat nevezhetjük akár a televíziózás ipari forradalmának. Nem véletlen, hogy számos olyan piaci szereplő fantáziát lát a tartalomszolgáltatásban, amely eddig az értéklánc más területén működött. Ide sorolhatóak a nagy információtechnológiai vállalatok is (Apple, Intel, Google, Microsoft, stb.), amelyek a folyamatosan és egyre gyorsuló ütemben változó technológiai és piaci környezetben is próbálják hosszú távon is megőrizni piacvezető szerepüket. Ennek szemléletes példája, hogy a legkülönbözőbb területekről kiindult nagy cégek közül sokan próbálják megvetni a lábukat az éppen átalakulás alatt álló, de igen jókora potenciállal rendelkező műsorterjesztés piacán. Ezt a konvergenciát elsősorban a technológia gyors fejlődése és a változó tévészési szokások támogatják. Az alábbiakban a legnagyobb IT-cégek e területen kifejtett tevékenységét mutatjuk be röviden, kitérve arra is, hogy mi az oka annak, hogy számos próbálkozást kudarc kísér.

Apple

Az egyik legnagyobb IT-cég, az Apple Inc.¹⁰¹ 2007-ben jelent meg első – Apple TV-nek keresztelt – digitális médialejátszójaival. Az eszköz feladata, hogy a TV-készülékhez csatlakoztatva a számítógépről vagy az internetről érkező digitális tartalmakat megjelenítse a TV képernyőjén. Az Apple TV lelke a módosított iOS operációs rendszer, központja pedig az Apple saját fejlesztésű A4-es chipje, ami a negyedik generációs iPod Touch, iPad, illetve iPhone 4 készülékekben is megtalálható. A médialejátszó nemcsak a helyi hálózatra csatlakozó Apple eszközökön tárolt digitális tartalmak vezetékes nélküli lejátszására, de az iTunes Store-on keresztül filmek kölcsönzésére is használható.

Google

A Google¹⁰² a multimédia iparágban 2010-ben jelent meg a *Google TV*-vel, amely az Intel, Sony és a Logitech cégekkel közösen fejlesztett okosTV platformként működött. A Google TV integrálta az Android operációs rendszert a Google Chrome böngészővel. Az eredetileg multimédiás tartalmak elérésére kifejlesztett eszköz 2010 októberében jelent meg, ekkor mutatták be az első olyan TV-készülékét, amelybe gyakorlatilag egy webböngészésre és online multimédia fogadására alkalmas számítási képesség lett beépítve, amelyet speciális (egéreként és billentyűzetként is működő) távirányító segítségével lehet a számítógépekhez hasonlóan irányítani. Hamarosan a Logitech is megjelentetett egy olyan set-top-box-ot, amely segítségével bármelyik tévét át lehetett alakítani Google TV-vé. Annak érdekében, hogy a platformot tartalommal is meg tudja tölteni, a Google megpróbált megállapodni különböző tévés társaságokkal, a nagy amerikai tévés társaságok azonban letiltották a streamelhető videókat a Google TV eszközökön, így a rendszer értékelhető tartalom nélkül maradt. Ennek oka, hogy a tévés társaságok – a YouTube által szerzett tapasztalatok alapján – attól tartottak, hogy a Google TV segítségével a keresőóriás el fogja „szipkázni” a hirdetési bevételeiket.

¹⁰¹ Az Apple Inc. méretét illetően elegendő megemlíteni, hogy 2013-ban az alkalmazottainak száma meghaladta a 80 ezret, profitja pedig a 37 milliárd dollárt. Alapítása óta egy sor piacvezető terméket fejlesztett ki, kezdve a Macintosh személyi számítógépektől egészen a legújabb iPhone, iPad eszközökig. Az Apple saját operációs rendszert is kifejlesztett OS X (korábban Mac OS X) néven, amelynek egy mobilkészülékekre optimalizált változata az iOS.

¹⁰² A Google Inc. az amerikai tőzsdén bejegyzett részvénytársaság, amit eredetileg zártkörűen működő társaságként alapítottak 1998-ban. Nevéhez fűződik a Google keresőmotor kifejlesztése és üzemeltetése. A nagy IT-óriások közül talán a Google az, amelyik a legkülönbözőbb területeken próbálja megvetni a lábát. 2013-ban az alkalmazottainak száma megközelítette az 50 ezret, profitja pedig a 13 milliárd dollárt.

A Google következő lépése 2013 júliusában a *Chromecast* nevű eszköz megjelentetése volt, ami alacsony ára miatt lett sikeres annak ellenére, hogy egyelőre kevés, erre a készülékre is szánt tartalom lelhető fel.¹⁰³ A Google jelenleg a Google TV-t felváltó új platformon, az *Android TV*-n dolgozik, ami elsősorban nem a tartalmat, hanem az alkalmazásokat helyezi a középpontba. A Google 2014. június 25-én bemutatott *Android TV* szoftvere jelentős újításokat ígér: nemcsak gyorsan reagáló felületet, de a telefonon vagy tableten megkedvelt alkalmazások futtatásának lehetőségét is biztosítja. Az új szolgáltatás – reagálva arra a kritikára, hogy nehézkes a szövegbevitel – beszédfelismerő szoftverrel könnyítené a televízióval való kommunikációt.¹⁰⁴

Intel

2013 első felében még arról szóltak a hírek, hogy az Intel¹⁰⁵ is belép az internetes tévzés piacára. A tervek – amelyeken egy 350 fős szakértői csapat dolgozott – arról szóltak, hogy az Intel egy olyan fizetős streaming TV-szolgáltatást indít *OnCue* néven, amely magát a versenytársaktól újszerű felülettel, valamint speciális szolgáltatással különböztetné meg, ami egyfajta keresztezése a TV-nek és a DVR-nek. A tévénézőknek lehetőségük lett volna bármelyik elmulasztott műsort néhány napig visszanézni anélkül, hogy bármilyen felvétellel kellene foglalkozni. A szolgáltatást az Intel által gyártott set-top-boxszal, illetőleg mobilalkalmazással lehetett volna igénybe venni. 2014 januárjában azonban az Intel eladta médiaüzletágát a Verizonnak, ami azt is jelentette, hogy az Intel egyelőre nem lép be a piacra önálló szolgáltatóként a műsorterjesztési piacra.

¹⁰³ <http://www.hwsz.hu/hirek/51474/google-chromecast-chrome-tv-stream-megosztas-kiprobaltuk-teszt.html>, [2014.08.05.]. A Chromecast egy pendrive méretű médiaeszköz, amely a TV HDMI-csatlakozójába illetve a WiFi-hálózaton keresztül tud tartalmat megjeleníteni a TV képernyőjén. Kezelőfelület nincs rajta, azonban bármilyen Chrome böngészőt futtató és a WiFi-hálózatra csatlakozó eszközzel (okostelefon, tablet, laptop) egy telepíthető applikáció segítségével lehet vezérelni. Miután a Chromecast eszköz felcsatlakozik az otthoni WiFi-hálózatra, bármelyik ugyanezen hálózatra csatlakozott mobil eszközről tartalmat lehet küldeni a TV-képernyőre. Ehhez a Chromecast a DIAL (*Discovery And Launch*) protokollt használja, amelyet a Netflix és a YouTube közösen fejlesztett ki. A protokoll lehetővé teszi, hogy egy DIAL kliens kapcsolódjon egy ugyanazon hálózaton tartózkodó DIAL szerverhez. A Chromecast ebben az esetben a szerver, míg a hozzá csatlakozó irányító mobil eszközök a kliens szerepét töltik be. A tartalomátküldés úgy működik, hogy a Chromecast támogatással rendelkező alkalmazás (Chrome böngésző) a hálózaton keresztül átadja a Chromecastban futó alkalmazásnak a tartalommal kapcsolatos adatokat, elsősorban az URL-címet, de ezen keresztül lehet a lejátszáson belül navigálni vagy a hangerőt változtatni. A Chromecast a médiatartalmak közül az internetes Netflix, YouTube, Hulu Plus, Google Play Mozi és Zene csatornákat támogatja. Ezek mellett a laptopon futó Chrome böngésző bármelyik tabját meg lehet jeleníteni a TV-képernyőn. Ez a funkció lehetővé teszi helyi tartalom – számítógépen tárolt filmek, zenék, képek – televízióon történő lejátszását, megjelenítését is.

¹⁰⁴ http://www.origo.hu/techbazis/20140626-mar-a-tevenken-sem-tevet-fogunk-nezni.html?utm_source=origo-nyito&utm_medium=sec-top&utm_campaign=sec, [2014.06.29.]. Az *Android TV*, a *Google TV*-hez hasonlóan, harmadik felek által gyártott hardvereken válhat elérhetővé. A platform hasonlóan működne, mint az *Android* az okostelefonok esetében. A kulcsrakész rendszert a gyártók beépítik az eszközeikbe, amit egy távirányítóval egyszerűen lehet kezelni. A közös platform előnye, hogy sokkal könnyebben lehet rá alkalmazásokat fejleszteni. Ha az *Android* meg tudja vetni a lábát a tévék piacán is, akkor ez a tévék szerepét is nagymértékben átalakíthatja, hiszen a háttérben futó *Android* rendszer egy sor, az okostelefonokban használt funkciót is átvehet. A piacra lépést azonban nehezíti, hogy számos nagy okosTV-gyártó (Samsung, LG) már most bejelentette, hogy nem fogják alkalmazni az új platformot, mert a vezető televíziókészülék-gyártók maguk is kifejlesztettek egy saját operációs rendszert, amelyet nem kívánnak a Google javára háttérbe szorítani.

¹⁰⁵ Az Intel elsősorban mikroprocesszorairól ismert, de ezenkívül gyárt hálózati kártyákat, alaplapi chipkészleteket, videokártyákat és egyéb számítástechnikai eszközöket is. 2013-ban az alkalmazottainak száma meghaladta a 100 ezret, profitja pedig a 9 milliárd dollárt.

Microsoft

A Microsoft¹⁰⁶ 2001-ben az *Xbox*szal lépett be a játékkonzolok piacára. Ez volt a Microsoft első próbálkozása hardverfejlesztőként a játékkonzolpiacon, amit akkor a Nintendo és a Sony dominált. Az Xbox egyedi operációs rendszert futtat (Xbox OS), amely nem a Windows operációs rendszer módosított változata. Ennek oka, hogy a konzolt úgy fejlesztették, hogy az ne függjön a PC-s világban elterjedt operációs rendszertől, azaz a játékkonzol operációs rendszerét bármikor módosítani lehessen.¹⁰⁷ Az Xbox utódját, az *Xbox 360* alapgépet 2005-ben mutatták be. Az azóta eltelt időben sok különböző verzióban volt kapható, amelyek a felhasználók igényeihez és lehetőségeihez igazítva rendelkeznek különböző háttértárolási és csatlakozási képességekkel. Az Xbox kábeltvévé vagy a műholdas vevő csatlakoztatásával, illetve szélessávú internetkapcsolattal TV-műsorok és a különböző OTT-tartalmak megjelenítésére is alkalmas. Az eddig eladott Xbox 360 eszközök száma világviszonylatban meghaladja a 80 milliót, ezért az egyik legelterjedtebb OTT-megoldásnak is számít.

A konzolcsalád harmadik tagját, az *Xbox One-t* 2013-ban mutatták be. Ez az eszköz 500 GB-os beépített merevlemezzel, Blu-ray/DVD kombinált meghajtóval, a 802.11 a/b/g/n WiFi csatlakozás képességgel és WiFi Direct támogatással, valamint három USB 3.0 és HDMI-csatlakozással rendelkezik a tökéletes multimédiás élmény biztosítása érdekében. Az Xbox One két párhuzamosan futó operációs rendszert alkalmaz: az egyik egy Windows 8-alapú, amelyik a telepíthető alkalmazások, a másik pedig egy Xbox OS nevű operációs rendszer, ami a játékok futtatására szolgál. Az Xbox One-ból 2013 decemberéig 3 millió darabot adtak el, és 2014. április 1-ig további 5 millió darabot szállítottak ki a kereskedésekbe.

Amazon

Az Amazon¹⁰⁸ vezető terméke a multimédia-piacon az *Amazon Kindle* termékcsalád, amely eredetileg az e-könyv olvasást tette lehetővé. Mára – az ötödik generációs Kindle – az e-könyveken túl más digitális tartalom (pl. pdf) megjelenítésére is használható. A 2012-ben megjelent *Kindle Fire* kisméretű táblagépként, Android operációs rendszert futtatva multimédiás tartalom megjelenítésére is alkalmas. Ezt követte még ugyanebben az évben a *Kindle Fire HD*, amely egy micro HDMI-csatolófelületen keresztül a multimédia-tartalmat a TV-képernyőn is meg tudja jeleníteni. Az Amazon 2014 áprilisában jelentette meg az *Amazon Fire TV* névre keresztelt set-top-boxot, amely komoly kihívás lehet az Apple TV, a Google Chromecast és a Roku 3 számára. Az Amazon Fire TV gyakorlatilag minden olyan tévés szolgáltatást képes nyújtani, amiket a konkurensek, ráadásul három olyan területre fókuszált az Amazon, amelyben gyengébbnek gondolták riválisaikat. Egyrészt a távirányítókat ellátták a hangfelismerés képességével, amely a nehézkes és lassú navigálást hivatott

¹⁰⁶ A Microsoft a világ egyik legnagyobb szoftvervállalata. Legismertebb termékei a Microsoft Windows operációsrendszer-család és a Microsoft Office irodai alkalmazáscsomag. 2013-ban több mint 100 ezer alkalmazottat foglalkoztatott a világ több mint 150 országban, profitja pedig 22 milliárd dollár körül volt.

¹⁰⁷ <http://blogs.msdn.com/b/xboxteam/archive/2006/02/17/534421.aspx>

¹⁰⁸ Az 1994-ben alapított Amazon Inc. az egyik legnagyobb internetes kereskedelmi cég, központja a washingtoni Seattle-ben van. A cég online könyvesboltként indult, de mára már az elektronikus fogyasztási cikkek, valamint a digitális tartalomszolgáltatás területén is jelentős szereplőnek számít. 2013 végén az alkalmazottainak száma meghaladta a 117 ezret, profitja pedig a negyedmilliárd dollárt.

egyszerűsíteni, vagyis egy kedvenc film, rendező vagy színész nevének kiejtésekor azonnal szűrhető a választék a képernyőn. Másodsorban a késleltetés megszüntetéséhez erős hardvert építettek az eszközbe (négymagos processzor, dedikált GPU (grafikai feldolgozó egység), 2 GB RAM, kétsávos WiFi). Harmadrészt az Amazon olyan Android alapú platformot hozott létre, amely révén a fejlesztők gyorsan és könnyen tudják a PC-s, játékkonzolos és androidos alkalmazásokat a Fire TV-re optimalizálni. A Fire TV is támogatja a DIAL (discovery and launch) technológiát, amely meg tudja nyitni a különböző alkalmazásokat a felhasználó okostelefonjáról vagy táblagéperől. Az alkalmazások dupla képernyőn történő megjelenítése új szintre emeli a játékfejlesztők lehetőségeit a többszereplős játékok területén.¹⁰⁹ A Fire TV-n már induláskor nézhetőek a legnépszerűbb videostream-szolgáltatások (Netflix, Hulu Plus, Amazon Video, YouTube, Showtime Anytime, stb.), továbbá az ismertebb zenestreamelő alkalmazások is megtalálhatók rajta (Pandora, TuneIn, iHeartRadio). További előny a konkurenssekkel szemben, hogy egy külön megvásárolható kontrollerral játékkonzolt lehet a Fire TV-ből varázsolni.¹¹⁰

Az IT-cégek piacszerzési nehézségei

Az IT-óriáscégek belépése a televíziós piacra abban a tekintetben logikus lépés, hogy a piaci értéklánc eltérő vertikumán található vállalatok egyre több szintre próbálják kiterjeszteni a tevékenységüket. Ráadásul az elkövetkező korszakot a „televíziózás aranykorának” is szokták titulálni, tekintettel a tartalomfogyasztás forradalmasítására. Mindazonáltal a nagy IT-cégeknek eddig nem sikerült áttörő eredményt elérnie ezen a számukra új piacon. A Google 2010 októberében indította el a Google TV-t, mely szoftveres platformként indult, amelyet valamely nagy készülékgyártó (LG, Sony, Toshiba) hardverén keresztül lehetett elérni. A szolgáltatás nem ért el átütő sikert, végül 2013 októberében átnevezték Android TV-nek, mely számottevő változást ígér a televíziózásban.¹¹¹

Bár az Apple által kínált Apple Box 2013 végéig 13 millió példányban kelt el¹¹², mégis ez sem tekinthető átütő sikernek, ha figyelembe vesszük, hogy az Apple milyen eredményeket ér el más termékeivel. Ennél is rosszabbul teljesített az Intel Media 2011-ben indított „OnCue” nevű felhőalapú szolgáltatása, amelyet meg is szüntettek 2013 végén. Ugyanígy kudarcot vallott a Microsoft a Mediaroom szolgáltatásával, melyet eladott az Ericssonnak. Az Informa elemzőház szerint¹¹³ a piacra lépési nehézségek mögött az alábbi indokok állhatnak:

- A televíziós iparágban a tartalom-előállítók kulcsszerepet játszanak, hiszen az érhet el sikereket, amely cég értékeesebb tartalmat kínál az előfizetőnek. Ez magyarázza – részben – a Netflix, illetve az HBO sikerét is, amelyek nem csak megfelelő tőkével rendelkeznek prémiumtartalmak megvásárlására, de saját maguk is előállítanak (pl. Trónok harca, Narancsvidék, House of Cards, stb.) tartalmakat. A tartalom-előállítóknak hosszú időre visszamenő szerződéses kapcsolatuk van a hagyományos műsorterjesztőkkel, és nem könnyű őket meggyőzni arról, hogy ezeket a jól jövedelmező kapcsolatokat felváltsák az IT-cégekkel való együttműködésekre, különösen mivel egy új, születőfélben lévő piacról van szó.

¹⁰⁹ <http://www.businesswire.com/news/home/20140402006557/en/Amazon-Fire-TV-Developers-Powerful-Platform-Bringing>, [2014.06.29.]

¹¹⁰ <http://www.pto.hu/post/1/tag/konzol>, [2014.06.29.]

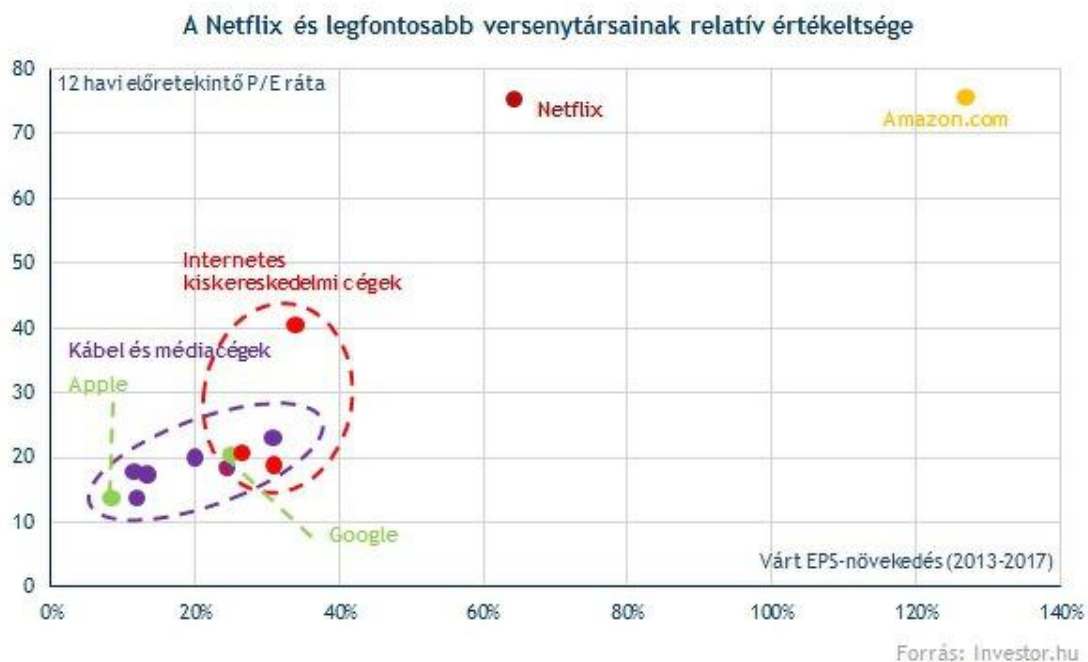
¹¹¹ <http://www.android.com/tv/>, [2014.06.29.]

¹¹² Informa Telecoms and Media: TV disruption – Why Google, Apple et al. haven't made their mark...yet, 2014., 4.

¹¹³ U.o., 3.

- A digitális tartalomelosztás olyan terület, ahol a nagy IT-cégek relatíve tapasztalatlanok még (pl. a feltételes hozzáférési rendszerek üzemeltetése, elektronikus műsorújság stb.), így időbe telik a méretgazdaságos működési szint elérése.
- Végül a fogyasztók nagy része bizalmatlan az új technológiákkal szemben. A televízió nézők többsége megszokta, hogy a televíziós tartalmakhoz a klasszikus műsorterjesztési platformokon keresztül fér hozzá; időbe telik míg egy új technológia, új piaci szereplő megveti a lábát ezen a piacon.

Az alábbi ábra a Netflix és legfontosabb versenytársainak (pl. Apple, Amazon) relatív értékeltetését mutatja.



27. ábra: A Netflix és legfontosabb versenytársainak relatív értékeltetésége (forrás: Investor.hu)

Az elektronikus hírközlési szolgáltatók

Az internet televízióval való megjelenésével a hálózat, a jeltovábbításra szolgáló infrastruktúra elválik a hálózaton nyújtott szolgáltatástól, azaz immár nem csak a hálózatüzemeltető elektronikus hírközlési szolgáltató képes műsorterjesztési szolgáltatásán keresztül a médiaszolgáltató szolgáltatását elérhetővé tenni a nézőknek. A tény, hogy a műsorterjesztő „megkerülhetővé” válik az értékláncban, a hagyományos üzleti modell újragondolására készítheti a műsorterjesztési szolgáltatókat.

A műsorterjesztők előtt álló egyik stratégia az lehet, hogy maguk is kihasználják az internet adta lehetőségeket úgy, hogy saját OTT-szolgáltatásokat is kínálnak előfizetőiknek. Emellett számos érv szólhat: először is versenyt támaszt a többi OTT-szolgáltatásnak, megpróbálva magához kötni az előfizetőit, másodsorban erősítheti a műsorterjesztői piacon a versenyt, hiszen a szolgáltatásával megjelenhet egy konkurens műsorterjesztő által lefedett háztartásban, végül pedig elérheti azokat a háztartásokat is, amelyek jelenleg nem rendelkeznek előfizetéssel. A brit BSkyB például 2012 nyarán indította el a Now TV online szolgáltatását, mellyel egyrészt az amerikai OTT-óriás Netflixszel akarja

felvenni a versenyt, másrészt pedig azt a 13 millió britet célozza meg, akiknek jelenleg nincsen televízió-előfizetésük.¹¹⁴ Hasonló szolgáltatást indított a Viasat is már 2007-ben Viaplay névvel, mely a skandináv országokban és Oroszországban érhető el. A fenti két szolgáltató sikerének oka elsősorban az, hogy prémiumtartalom-portfólióval rendelkeznek a műsorterjesztői piacon, melyet hatékonyan fordíthatnak előnyükre. Az olyan műsorterjesztők számára, amelyek nem rendelkeznek prémiumtartalmakkal, a piacszerzés egyik módja a tematikus tartalmak kínálata lehet. A finn Elisa például a legkülönfélébb extrém sportműsorokkal indította el EpicTV szolgáltatását.¹¹⁵

További lehetőség a műsorterjesztők részéről, hogy partnerséget kötnek az internetre csatlakoztatott televízió gyártóival. A műsorterjesztők – lévén, hogy az értéklánc szűk keresztmetszetei immár nem csak ők – alapvető érdeke, hogy az általuk kínált tartalmat a fogyasztó könnyen kiválaszthassa a csatlakoztatott televízió menüjében. Ezért egyre több erre vonatkozó megállapodás születik a műsorterjesztők és készülégyártók között. Ezen megállapodások alapvető célja annak biztosítása, hogy a műsorterjesztő által kínált tartalom (lineáris és lekérhető) elérhető legyen a televíziókészülék menüjéből, lehetőleg minél egyszerűbben és minél előkelőbb helyről. Egy ilyen megállapodás nem csupán kedvezőbb hozzáférést hivatott biztosítani a műsorterjesztők számára, hanem kifejezetten előnyös lehet abból a szempontból, hogy a szolgáltató olyan háztartásokat is meg tud szólítani ajánlatával, amelyek eredetileg nem voltak előfizetők.¹¹⁶ Erre példát a francia Orange esetében láthatunk, amely a csomagjának korlátozott változatát ingyenesen hozzáférhetővé teszi az LG csatlakoztatott televíziójának menüjében, ezzel motiválva a nézőket, hogy fizessenek elő a teljes csomagra.¹¹⁷ Szabályozói szempontból nézve fontos figyelemmel kísérni ezeket a megállapodásokat, mivel versenyellenes hatásokkal járhatnak.

¹¹⁴ <http://www.nowtv.com/land> [2012.11.25.]

¹¹⁵ Analysys Mason: Connected TVs enable operators to deliver both multi-room and OTT services and extend their target market, 2012.05.22., p. 2.

¹¹⁶ Informa Telecoms & Media (2012)

¹¹⁷ Bővebben lásd: <http://www.broadbandtvnews.com/2010/01/11/lg-and-orange-connect-the-tv> [2014.09.25.]