

## **Music Hungary Szövetség A magyar zene részarányának növelése Munkacsoporti jelentés**

### **1. Bevezetés**

A munkacsoport azt vizsgálta, miként lehet a magyar hangfelvételek részarányát az alábbi négy, tömeges elérést biztosító területen növelni:

- a) hangfelvételek rádiós felhasználása;
- b) hangfelvételek felhasználása a zenei streaming piacon;
- c) hangfelvételek televíziós felhasználása;
- d) hangfelvételek háttérzenei jellegű felhasználása.

A munkacsoport kiindulási pontként a Music Hungary Szövetség Alapszabályát vette alapul, amelynek II. 1. a) pontja szerint a Szövetség célja „magyar zene részarányának növelése a hazai rádiós piacon, valamint egyéb média szolgáltatásokban, beleértve a médiajogi szabályok alapján média szolgáltatásnak nem minősülő, letölthető, korlátozottan letölthető, vagy letöltést nem engedő lehívásra hozzáférhetővé tett megvalósító (ún. streaming) szolgáltatásokat”.

### **2. A magyar zene arányának növelése a rádiós piacon**

#### **2.1. Helyzetértékelés**

##### **2.1.1. A rádiózás továbbra is népszerű platform**

A hazai rádiózást sokan temették a hazai internetes kultúra robbanásszerű fejlődésével, a valóságban azonban a rádiózás a mai napig nagyon népszerű. Az NMHH által megrendelt és a Kantar Hoffmann – M-Meter konzorcium által készített piackutatás azt mutatja, hogy az országos napi rádióhallgatottság 2018. óta ugyan 5,8 millióról 5,5 millióra csökkent (2021. IV. negyedévi érték), ezzel egyidejűleg azonban a heti hallgatottság 7 millióról 7,7 millióra nőtt<sup>1</sup> (2021. IV. negyedévi érték). Ugyanebben az időszakban a budapesti hallgatók száma mind napi, mind heti szinten érezhetően növekedett, 2021 végén a fővárosiak 63%-a (közel egymillióan) naponta, 94%-a (1,4 millió fő) hetente hallgatott valamilyen rádiót.

##### **2.1.2. A rádiós piac rendkívül koncentrált, a helyi rádiózás nincs jelen erőteljesen, nincs „előjátékos” rádió**

A magyar rádiós piac rendkívül koncentrált, egy-egy tulajdonosi körhöz köthető. Épp egy évtizede összesen egy országos kereskedelmi rádió üzemel az országban (Class FM, majd Retro Rádió), amely mellett ugyan jelen van országos közszolgálati könnyűzenei csatorna (Petőfi) és az ország nagy vagy jelentős részét lefedő hálózatos rádió (Rádió 1 és Best FM), azonban így is csak bizonyos műfajok juthatnak el a szélesebb közönséghez. Ez a probléma különösen intenzíven érinti a kurrens zenét játszó élőzenei és elektronikus zenei produkciókat, amelyek többségét ma szinte semmilyen rádiós játszás nem támogat. A helyzetet tovább rontja, hogy az országos kereskedelmi frekvenciával rendelkező rádió nem játszik frissen megjelent felvételeket. Ebben a helyzetben a rádiózás csak korlátozottan képes betölteni azt a multiplikátor hatást, amely eredményeként egységnyi befektetés több részpiacon is képes eredményt termelni.

<sup>1</sup>

[https://nmhh.hu/dokumentum/226883/orszagos\\_radiohallgatottsag\\_2021\\_iv\\_negyedebes\\_att\\_ekintes.pdf](https://nmhh.hu/dokumentum/226883/orszagos_radiohallgatottsag_2021_iv_negyedebes_att_ekintes.pdf) (15 évesnél idősebbekre reprezentatív felmérés)

### 2.1.3. Létező kvótaszabályozás, mentesülési lehetőségek

A hatályos jogszabályok (Mttv.) szerint a rádiók két típusú kvótaszabálynak kötelesek eleget tenni. Az első rendelkezés szerint a rádiók éves műsoridejük legalább 35%-át magyar zenei művek bemutatására kell fordítani.<sup>2</sup> Magyar műnek kell tekinteni egyebek mellett a magyar nyelven készült művet, a magyar szerző által írt művet, azokat a műsorszámokat, amelyeket többségében magyar előadók adnak elő és azt az instrumentális művet, amely a magyar kultúra részét képezi.

A rádiók ezen túl arra is kötelesek, hogy magyar zenei műsorszámok éves átlagban legalább huszonöt százaléka öt évnél nem régebben nyilvánosságra került zenei műből, illetve öt évnél nem régebben készült hangfelvételtől állítsák össze.<sup>3</sup> E tekintetben figyelembe kell venni azokat az 1990 előtt rögzített zenei felvételeket is, amelyek hangminőségét digitális eszközökkel öt éven belül feljavították.<sup>4</sup>

A kvótaszabályokat a rádiók az 05 és 24 óra közötti műsoridejükben is érvényesíteni kötelesek.

A kvótaszabályok nem vonatkoznak a helyi rádiókra (a közösségi besorolású rádiók kivételével), a kvótaszabályok teljesítése alól továbbá tartós, illetve állandó felmentés is kapható az NMHH-tól.<sup>5</sup>

A kvótaszabályozás bevezetése hozzájárult a magyar zene arányának növeléséhez, azonban ma már csak részben alkalmas arra, hogy biztosítsa a rádiós repertoárok sokszínűségét és frissességét. A kvótaszabályozás csökkenő hatékonyságának legfontosabb okai:

- a) a kvótaszabályozás megkerülhető az ún. „funkcionális zenéssel”, vagyis a hír- és interjúműsorok háttérben felhasznált háttérzenéssel. Ha ilyen helyzetekben magyar zenét használnak fel, úgy a kvóta normatív módon teljesül, ugyanakkor nem érvényesülhet a rádiós elhangzás slágerteremtő ereje, illetve multiplikátor hatása. (Természetesen fontos, hogy a háttérzenei katalógus is sok magyar felvételt tartalmazzon.)
- b) a kvótaszabályozás digitális felújításra vonatkozó szabálya idejétmúlt és még a legnagyobb hallgatottságú országos kereskedelmi rádió tekintetében is lehetővé teszi a kortárs könnyűzenei kultúra szinte teljes negligálását.
- c) a kvótaszabályozás nem veszi figyelembe, hogy a rádiózás slágerteremtő és multiplikátor hatása szempontjából szinte teljesen értéktelenek a hajnali és késő esti időpontok, ezeket ki kell emelni a monitorozott időszakokból.
- d) nem, vagy csak rendkívüli ráfordítással állapítható meg, mely médiaszolgáltatók kaptak időszakos vagy tartós mentesítést a kvótaszabályok teljesítése alól.
- e) a kvótaszabályoknak való megfelelés hatósági ellenőrzése kérdéseket vet fel, a gyakorlat alapján ugyanis az valószínűsíthető, hogy van olyan - akár nagy hallgatottságú - rádió is, amelyik lényegesen kevesebb magyar/friss felvételt játszik, mint amennyit számára a kvótaszabályok meghatároznak.

<sup>2</sup> Mttv. 21. § (1) bekezdés

<sup>3</sup> Mttv. 21. § (2) bekezdés

<sup>4</sup> Mttv. 21. § (4) bekezdés

<sup>5</sup> A kvótaszabályok alóli tartós mentesítést kapott például a Klasszik Rádió.

## **2.2. Szükséges intézkedések egy éven belül**

- 2.2.1. Javasoljuk, hogy a kvóta-megfelelés során kizárólag azokat a “konkrét” elhangzásokat vegyék figyelembe, amelyek esetén a hangsúly magán a hangfelvételen volt. A jogszabály változzon olyan módon, hogy a kvótaszabályozás szempontjából a konkrét elhangzásokat és a háttérzenéket külön-külön kell figyelembe venni.
- 2.2.2. Javasoljuk, hogy a kvótaszabályokat a 06.00 és 20.00 közötti időszakban és a 20.00 órától 06.00 óráig terjedő sávban is teljesíteni kelljen.
- 2.2.3. Javasoljuk, hogy a rádiós médiaszolgáltatók legyenek kötelesek honlapjukon nyilvánosságra hozni a rájuk vonatkozó – jogszabályon vagy hatósági szerződésen alapuló – kvótaszabályokat.
- 2.2.4. Javasoljuk, hogy az élő koncertközvetítés megvalósítására a Médiatanács írjon ki infrastrukturális és üzemeltetési pályázatot.
- 2.2.5. Javasoljuk, hogy a kvótaszabályoknak való megfelelés szempontjából ne lehessen figyelembe venni azokat az 1990 előtt rögzített hangfelvételeket, amelyek hangminőségét öt éven belül feljavították.
- 2.2.6. Javasoljuk, hogy a Szövetség kezdeményezzen egyeztetést a kereskedelmi rádiókkal a magyar zene játszásra vonatkozó stratégiák megismerhetősége, ilyen hiányában a vonatkozó stratégia kialakítása érdekében.
- 2.2.7. Javasoljuk, hogy a Szövetség tartson egyeztetést az NMHH-val a műsorkvóta ellenőrzés módszertanáról és gyakorlati tapasztalatairól.

## **2.3. Szükséges intézkedések három éven belül**

- 2.3.1. Javasoljuk, hogy a jogszabály a jelenlegi 35% helyett 40%-ra növelje a magyar zenei tartalmak minimális arányát. A szabályozás felülvizsgálatának célja, hogy a kortárs magyar könnyűzenei kultúra a jelenleginél is nagyobb teret kapjon a rádiós piacon.
- 2.3.2. Javasoljuk, hogy a Médiatanács három éven belül teremtse meg egy második országos kereskedelmi frekvencia pályáztatásának lehetőségeit.

## **3. A magyar zene arányának növelése a zenei streaming piacon**

### **3.1. Helyzetértékelés**

#### **3.1.1. A magyar piacon jelenlévő fontosabb szolgáltatók és szolgáltatások, a szerzői jogi jogosítás helyzete**

A világon nagyszámú különböző zenei streaming szolgáltató működik. A hazai piacon a legnagyobb piaci részesedéssel rendelkező szolgáltatók a Spotify, a YouTube Music, az Apple és a Deezer. Szintén jelentős szolgáltatásnak minősül a Bandcamp, a Soundcloud, illetve az ingyenes YouTube, mint zenei streaming platform. A magyar piacon jelen van ugyan még a Tidal és az Amazon Music is, de ezek piaci részesedése elenyésző.

A magyar piacon legjelentősebb streaming szolgáltatók szerzői jogi jogosítása rendezett, valamennyi jogosult tekintetében. Alapvetően más a helyzet a magyar piacon is elérhető, de kisebb piaci eléréssel rendelkező, illetve nem lokalizált szolgáltatások, továbbá a közösségi médiaplatformok (pl. a Meta által üzemeltetett Facebook és Instagram, továbbá TikTok) esetén, amelyek jellemzően nem rendelkeznek a szükséges szerzői jogi engedéllyel.

### **3.2.2. Terjesztési modell, az aggregátorok**

Mivel a zenei streaming szolgáltatók közvetlenül csak a legnagyobb katalógussal rendelkező jogosultakkal állapodnak meg, ezért a magyar jogosultak túlnyomó többsége kénytelen valamilyen ún. aggregátort (digitális terjesztési szolgáltató) igénybe venni. A magyar piacon több aggregátor jellegű szolgáltatást nyújtó vállalkozás is jelen van, közülük a legjelentősebb a magyar tulajdonú WMMD és a nemzetközi háttérrel rendelkező Believe, messze megelőzve a többi aggregátort, a magyar Dalok.hu-t, a nemzetközi The State51-t, a Symphonic-ot, DistroKidet, illetve a Bandcampet (mely egyedi terjesztési platformnak minősül). Alapvetően kétféle aggregátor-modell létezik:

3.2.2.1. “Klasszikus” aggregátor-modell: Az aggregátor saját felületén keresztül a kiadó vagy az előadó közvetlenül tölti fel a hangfelvételeket, a feltöltést az aggregátor ellenőrzi mind minőségileg, mind a metaadatok<sup>6</sup> helyessége szerint. Az aggregátor ügyfélszolgálatán keresztül kommunikál a feltöltővel, jóváhagyja a feltöltést, majd az adatokat és a felvételt megküldi a streaming-szolgáltatóknak. Az ügyfélszolgálat mellett jellemzően olyan további szolgáltatásokat is nyújt az aggregátor, mint a pitch-elési (kiemletelési) lehetőség, workshopok és tanácsadás. Ilyen aggregátor pl. a WMMD, a Believe, a Dalok.hu és a State 51.

3.2.2.2. “DIY” aggregátor modell: Többnyire self-release (~ szerzői kiadású) előadók használják. Gyakori, hogy ezek az aggregátorok kisebb spektrumú streaming platformra terjesztenek. Nincs élő ügyfélszolgálatuk, az ügyintézés és segítségkérés gyakran hosszú időt vesz igénybe, a velük való kommunikáció nehézkes, nagyrészt automatizált. Nincs/ritka/korlátozott a pitch-elési lehetőség, nincs/ritka/korlátozott extra szolgáltatásokkal rendelkeznek. Ilyen pl. a DistroKid és a TuneCore.

### **3.2.3. Felhasználói szokások**

3.2.3.1. On demand / tudatos zenehallgatás: A felhasználó maga választja meg, mit hallgat. Tendencia, hogy ez a fajta felhasználás egyre kevésbé jellemző, de ez függ kortól, műveltségtől, zenei zsánertől, és egyéb tényezőktől is. Itt a felhasználó dönti el, hogy hazai vagy külföldi előadót hallgat-e, illetve milyen arányban keveri az egyes előadókat. A tudatos zenehallgatás folyamata kívülről kvótával nem, sokkal inkább könnyűzenei- és kulturális neveléssel befolyásolható, megfelelő támogatási rendszerrel serkenthető. Ez a forma jellemzőbb az Apple Music előfizetőkre (akik jellemzően idősebb korosztályból, tudatosabb zenefogyasztó rétegből kerülnek ki).

3.2.3.2. Near on demand / editorial (kissé tudatos) zenehallgatás: Az adott streaming platform szerkesztője zenei zsánerek, hangulatok vagy tematikák alapján állít össze playlisteket, heti frissítéssel. Ezek tartalmazhatnak csak egy adott ország előadóitól származó dalokat, lehetnek regionálisak vagy teljesen nemzetköziek is. A helyi tartalom népszerűvé tételét önmagában a playlistek számának és hosszának növelése nem segíti elő, az kontraproduktív lenne. A kissé tudatos zenefogyasztás kapcsán az alábbi problémák azonosíthatók:

- a) Van ugyan hazai/régiós Spotify, Apple és Deezer szerkesztő, a többi platformnak azonban nincs ilyen képviselője. Az adott szerkesztő sokszor túlterhelt, nem ismeri túl alaposan a lokális zenei piacot. Azon előadók, akik DIY-aggregátorral dolgoznak

---

<sup>6</sup> A hangfelvételeket, illetve a hangfelvételben rögzített művek, előadások egyedi azonosító adatai (például cím, szerző, előadó, ISWC, ISRC)

lényegében ki vannak zárva a playlistre kerülés esélyéből, illetve az aggregátoroknak is szűrniük kell, melyik felvételeket tudják/vállalják pitch-elni.

- b) Egy-egy playlistre kerülés megdobhatja az adott hangfelvétel hallgatottságát, de csak átmenetileg: a felkerüléskor van egy erős kiugrás, aztán csökken, majd a felvétel lekerül. A legtöbb előadó rendszerint nem tud generálni új követőket sem az adott streaming platformon, főleg nem más csatornákon (pl. facebook vagy más social media platform), mert nincs átkattintás, így hosszú távon önmagában a playlistre kerülés csak ritkán alkalmas a követőbázis növelésére.
- c) A playlistre kerülés egyik feltétele a sikeres pitch-elés (kiemelés), amit mind az aggregátor, mind az előadó oldalán (például Spotify for Artists felület) meg kell tenni. A WMMD és a Believe is egyetért abban, hogy a régióban Magyarországon elég rossz a helyzet e téren, az előadók fele használja ezt a funkciót, és ők is csak ritka esetben tudják időben leadni a hangfelvételeket. Szintén nehezíti a helyzetet, hogy gyakran a YouTube-ra előbb kikerülnek ki a hangfelvételek, minthogy feltöltenék az aggregátoron keresztül a streaming platformokra, ez pedig rontja a kiemelés határfokát.
- d) A lokális tartalomra összpontosító playlisteket a szolgáltatók nem népszerűsítik, így azoknak jellemzően nincsen jelentős követőbázisa. Nagy hallgatottság nélkül a játsszási listák nem alkalmasak feladatuk betöltésére.

3.2.3.3. Near on demand / algoritmus alapú (legkevésbé tudatos) zenehallgatás: A hallgatónak az adott streaming platform algoritmusai ajánl zenéket és/vagy algoritmus által összeállított topic / mood alapú playlisteket hallgat. A playlistek összeállítását befolyásolja a felhasználó hallgatási preferenciája is (tanuló algoritmus). A Spotify előfizetőkre a legjellemzőbb ez a zenehallgatási forma, ami a relatíve fiatalabb korcsoportból és az algoritmus jobb ajánlásaiból is adódik.

3.2.3.4. On demand videó zenehallgatás AKA live stream: A hallgató videós zenei tartalmat (koncert) néz és hallgat, többnyire közösségi média platformon (pl. facebook, Twitch). Ennek hazai zenei arányát (lásd sima on demand) kvótával nem lehet befolyásolni, de támogatási rendszerekkel, oktatással serkenthető.

Problémaként azonosítottuk, hogy jelenleg a hazai zenéket letiltja a Meta, mert (i) a Meta nem rendelkezik engedéllyel a jogosultaktól a zenék felhasználásra és - részben ebből következően - (ii) nem jogtisztá tartalomként ítéli meg azokat.

## **3.2. Szükséges intézkedések egy éven belül**

- 3.2.1. Javasoljuk, hogy a Szövetség kezdeményezzen egyeztetést a streaming platformokkal annak érdekében, hogy az (ha ilyenekkel még nem rendelkezik) jelöljön ki a lokális tartalomra összpontosító, a helyi piacot mélyen ismerő szerkesztőt.
- 3.2.2. El kell érni, hogy a lokális tartalomra összpontosító playlisteket a szolgáltatók megfelelően népszerűsítsék annak érdekében, hogy azoknak valódi, aktív, nagy követő bázisuk legyen.
- 3.2.3. Javasoljuk, hogy a Szövetség fogja össze a kiadók, előadók és más zeneipari szakemberek számára rendelkezésre álló oktatási programokat, támogassa azok széles elérését. A

programnak át kellene fognia egyebek mellett a pitch fontosságát és technikai lebonyolítását is.

3.2.4. A Szövetség kezdjen egyeztetést a magyar piacon aktív streaming szolgáltatókkal arról, hogy milyen szempontok szerint állítják össze a nem egyéni választáson alapuló (vagyis az előre szerkesztett, illetve automatikus eszközökkel előállított) játszási listákat, illetve a felhasználók számára létrehozott ajánlási sort, továbbá ezekben milyen arányban szerepeljenek magyar felvételeket.

3.2.5. Javasoljuk, hogy a jogalkotó vezessen be a rádiókhoz hasonló magyar zenei kvótát a magyar piacon működő streaming szolgáltatók nem egyéni választáson alapuló (vagyis előre szerkesztett, illetve automatikus eszközökkel előállított) játszási listái, illetve a felhasználók számára létrehozott ajánlási sora tekintetében.

## **4. A magyar zene arányának növelése a televíziós piacon**

### **4.1. Helyzetértékelés**

A televíziós zenefelhasználás nem egységes, az két alapvető szegmensre bontható: a konkrét zenei elhangzásokra (ennek jellemző formája a videóklip lejátszás) és a háttér- vagy más néven funkcionális zenei felhasználásra. Ez utóbbi körbe tartoznak például a magazinműsorokban, saját gyártású produkciókban felhasznált olyan zenei elemek és betétek, amelyek célja a kívánt érzelmi hatás megerősítése.

#### **4.1.1. Zenei műsorok a televíziókban**

Zenei műsorok alapvetően a zenei televíziókra korlátozódnak itthon. A magyar piacon ilyen televíziós csatorna a Muzsika TV, a Sláger TV, a DIKH TV, a Zenebutik és a kisebb eléréssel rendelkező HIT Music, illetve Music Channel. Az egykor jelentős nézettséggel rendelkező Viva 2018-ban megszűnt, a Music Television (MTV) pedig bár létezik, de a zenei tartalom jelentősen visszaszorult a programjában, és 2022 márciusa óta egyetlen magyar szerkesztésű műsor sem látható rajta. Az említett televíziók zömére igaz, hogy igen magas arányban játszanak magyar tartalmakat, de műfajilag meglehetősen szűk repertoárt használnak, amelyben messze felülreprezentált a mulatós zene. Az említett televíziók zenei katalógusából számos zenei műfaj teljesen kiszorul.

Zenei tematikájú műsorok a két országos kereskedelmi televízió műsorában is megtalálhatók, ezek azonban olyan élő előadásokra építő tehetségkutató-, illetve szórakoztató műsorok (például X faktor, Álarcos énekes, Sztárban sztár), amelyek nem a piacon egyébként is meglévő hangfelvételeket használnak fel. Ezek a műsorok nagy költségvetéssel készülnek, nagy elérésűek, ugyanakkor - érthető okok miatt - rendkívül szűk repertoárt használnak, piaci hatásuk pedig jellemzően nem tartós.

Sajátos külön szint jelent a Petőfi TV, amely műsorában rendszeresen elérhetőek koncertfelvételek. A koncertfelvételek ugyan sokszor nem érnek el széles közönséget, a felvételek elkészítése mégis kiemelt kulturális jelentőséggel bír, mivel ilyen módon dokumentálni lehet a könnyűzene aktuális helyzetét. Megemlítendő, hogy az MTVA archívuma a magyar könnyűzenei múlt egyedülálló gyűjteménye, az abban elérhető felvételek azonban csak rendszertelenül, zömében kis eléréssel kerülnek vetítésre.

A fenti okok miatt a zene audiovizuális jelenléte - a műfajok, előadók többsége vonatkozásában - lényegében a platformokra, ezen belül is elsősorban a YouTube-ra, a Facebookra és a TikTok-ra korlátozódik. Ezek mindegyikére elmondható, hogy szerzői jogi státusuk nem rendezett, jogdíjat nem, vagy csak elenyésző mértékben fizetnek. A fennálló helyzet konszenzusos rendezését ellehetetleníti, hogy működési modelljükből, gazdasági erejükből, kapuőr jellegükből következően a szolgáltatókkal egyéni tárgyalást lényegében nem lehet folytatni. Ha a magyar jogosultak nem veszik tudomásul a már említett hátrányos piaci és jogi környezetet, úgy a jövőben is azzal kell majd

szembesülniük, hogy audiovizuális felvételeiket semmilyen módon nem tudják eljuttatni a széles közönséghez.

#### **4.1.2. Háttér- és funkcionális zene a televíziókban**

A televíziós háttérzene egy nagyon sokszínű módon, eltérő üzleti logikákat és gyakorlatot figyelembe véve felépülő piac. A televíziók saját gyártású produkciói nagymennyiségű olyan hangfelvételt igényelnek, amelyek (i) rugalmasan és gyorsan jogosíthatók, (ii) a dramaturgia által megkövetelhez igazodó jellegű felvételek széles köre elérhető és (iii) a felvételek egyes tulajdonsága (például tempója) szabadon módosítható.

A fenti feltételeknek megfelelő felvételeket jellemzően erre a célra létrehozott katalógusban gyűjtik össze a jogosultak, ezeket kínálják fel a televíziós csatornák, illetve a produkciós cégek számára. Ilyen katalógussal rendelkeznek a magyar piacon a zeneműkiadók (például Schubert Music, Universal Music), illetve olyan hangfelvétel-előállítók, amelyek kifejezetten erre a piacra összpontosítanak (például Twelvetones).

Visszatérő problémaként jelentkeznek, hogy a zenei utómunka (“alázenélés”) elvégzésére jellemzően nagyon kevés idő áll rendelkezésre, a zenei szerkesztők és hangmérnökök ezért túlfeszített munkatempóval kénytelenek munkájukat elvégezni. Ilyen feszített munkatempó mellett nincsen arra lehetőség, hogy a szerkesztők, hangmérnökök hosszabb időn át keressenek egy-egy megfelelő felvételt az adott produkcióhoz.

A funkcionális zene azonban jelentősen eltér a piacon egyébként sikeres felvételektől. Ilyen művek, illetve felvételek elkészítése rendkívüli szakértelmet igényel főleg a zeneszerzőtől, az előadótól pedig rendkívül gyors munkavégzést. Érezhetően hiány van olyan zeneszerzőből és előadóból, aki a szükséges szakértelemmel rendelkezik. Mindebből az következik, hogy az esetek többségében csak annak a felvételnek van esélye funkcionális zeneként bekerülni egy-egy műsorba, amelyik valamelyik nagyobb, jól kereshető katalógus elemeként áll a zenei szerkesztők rendelkezésére. E katalógusok jelentős piaci értékkel bírnak, a televíziós társaságok ezért hosszabb időn át a piaci értékkel arányos bevételt biztosítottak a katalógusok jogosultjai számára. Ezt a díjat kiegészítve a szerzők, előadók és kiadók - a tényleges elhangzásokat figyelembe véve - a közös jogkezelőktől jogdíjban is részesülnek. Az üzleti modell a magyar szerzők, előadók meghatározott csoportjának biztosított megélhetést.

Az elmúlt egy-két évben a fent bemutatott üzleti modellt jelentősen veszélyezteti egy új, külföldi tulajdonú vállalkozás erőszakos piacszerzése. Az említett vállalkozás zenei könyvtárát teljesen ingyenesen adja át a televíziótársaságok számára, üzleti modelljét kizárólag a közös jogkezelésből származó reménybeli jogdíjakra építi. Mivel az említett vállalkozás katalógusában egyetlen magyar felvétel sem található, ezért ez a gyakorlat azzal fenyeget, hogy a magyar alkotók teljesen kiszorulnak a televíziós háttérzenei piacról.

A háttérzenei felhasználás megfelelő szerzői jogi jogosítása egy komplex folyamat. Érezhető, hogy az “alázenéléssel” megbízott zenei szerkesztők és hangmérnökök nem rendelkeznek kellő ismerettel ahhoz, hogy magabiztosan beazonosítsák a felhasználható hangfelvételek körét, e munkához továbbá jellemzően nem kapnak elég támogatást megrendelőiktől, a televízióktól sem.

#### **4.2. Szükséges intézkedések egy éven belül**

4.2.1. Javasoljuk, hogy a Szövetség szervezzen mesterkurzust szerzők, előadók, kiadók számára, a háttérzenei piachoz szükséges kompetenciák bővítésére.

4.2.2. Javasoljuk, hogy a Szövetség szervezzen szakmai eseményt a televíziós szerkesztők, illetve film-, műsor- és reklámgyártók számára. A szakmai esemény célja az elérhető zenei katalógusok bemutatása, a szükséges jogi ismeretek átadása.

- 4.2.3. Javasoljuk, hogy a Szövetség kezdeményezzen versenyjogi vizsgálatot abban a tekintetben, hogy megfelelő, tisztességes piaci gyakorlatnak számít-e a háttérzenei felvételek ingyenes felkínálása a televíziók számára.
- 4.2.4. Javasoljuk, hogy a Szövetség a legnagyobb televíziók jogi osztályaival együttműködésben hozzon létre jogi ismertető háttéranyagot a szerkesztők, hangmérnökök számára.
- 4.2.5. Javasoljuk, hogy a Szövetség vizsgálja meg, hogy be lehet-e vezetni a televíziós piacra a műsorokra vonatkozó előírásokon túl olyan magyar zenei kvótát, amely az egyes műsorokban felhasznált zenékre vonatkozik.

### 4.3. Szükséges intézkedések három éven belül

- 4.3.1. Ki kell alakítani azt a felületet (televíziót, internetes szolgáltatást), amely széleskörű hozzáférést biztosít könnyűzenei audiovizuális felvételekhez a közönség számára. Ennek során törekedni kell a könnyűzenei múlt értékeinek megőrzésére, széleskörű bemutatására, illetve elérhetővé tételére.

## 5. A magyar zene arányának növelése a háttérzenei piacon

### 5.1. Helyzetértékelés

#### 5.1.1. Sok helyen szól háttérzene

Ebben a fejezetben háttérzenei felhasználásról akkor beszélünk, ha hangfelvételek kiegészítő jelleggel szólnak meg üzletekben, vendéglátóhelyeken, szálláshelyeken. A vizsgálat nem foglalkozik sem az élőzenei jellegű háttérzenével, sem azokkal a koncertszerű helyzetekkel, ahol a zene minősül főszolgáltatásnak.

Az LSA nevű francia piackutatócég által 2017-ben a Mood Media és a SACEM megbízásából Franciaországban készített felmérés eredményei szerint a kiskereskedelmi és szolgáltatóhelyeken a háttérzene hatására javul a vásárlói élmény, jótékony hatása van az ügyfélélményre és az alkalmazottak mindennapjaira. A kutatás megerősítette, hogy a kereskedőknek nem áll érdekében csendes üzlethelyiséget üzemeltetni.

A 2021. évi ProArt Zeneipari Jelentés adatai szerint 2020-ra 37 ezerre bővült a gépi háttérzenéért jogdíjat fizető üzletek száma. A bővülés legfőképp a szálláshelyeknek volt köszönhető, kisebb részben pedig a kiskereskedelmi üzleteknek. A zene forrásául a legtöbb helyen a televízió, a rádió és a számítógép szolgált.

#### 5.1.2. A háttérzenei piac sokszereplős, a piaci szereplők érdekei részben széttartanak

Az **alkotók, előadók és hangfelvétel-előállítók** érdeke, hogy a műveik, hangfelvételeik ezen a csatornán is eljussanak a közönséghez, a felhasználásért pedig megfelelő összegű díjazásban részesüljenek. A jogosultak ugyanakkor sokszor nem tudják, hogy milyen úton kerülhetnek be a háttérzene-szolgáltatók katalógusába, gyakran nem világos, hogy például milyen szempontok alapján dönt a szerkesztő a beválogatásról, milyen kiegészítő metaadatokra van szükség, milyen technikai lépéseket kell elvégezni... stb.

A háttérzenét felhasználó **szolgáltatóhelyek, kiskereskedelmi üzletek** célja minél kevesebb kiadással olyan zenét közvetíteni, ami növeli a náluk elköltött pénz mennyiségét. Az üzletek üzemeltetői ugyanakkor a zeneszolgáltatásnak sem az eszköz, sem a tartalmi oldalával nem tudnak, illetve nem akarnak szakértő módon foglalkozni.



Az így létrejött piaci igények kielégítését célozzák meg a **háttérzene-szolgáltató vállalkozások**<sup>7</sup>, amelyek a zeneszolgáltatáshoz szükséges hangtechnika biztosítását és a megfelelő zenei tartalom válogatását is elvégzik az üzlet számára. Ilyen professzionális szolgáltatót azonban csak az üzletek kisebb része használ - ennek oka részben a költségekben keresendő, részben pedig az edukáció hiányzik (bár az üzletek széles körben használnak zenét, de gyakran érdemi, mély tudatosság nélkül). A háttérzene-szolgáltatók olyan for-profit vállalkozások, amelyek bizonyos mértékben nyitottak kulturális szempontok figyelembe vételére is. A háttérzene-szolgáltatók képesek arra, hogy zeneszolgáltatásukról pontos és ellenőrzött adatszolgáltatást állítsanak össze a közös jogkezelő szervezetek részére, lehetővé téve ezzel a jogdíjak arányos felosztását (ilyen adatszolgáltatást a szerzői jogi szabályok szerint egyébként nem kellene összeállítania a felhasználónak).

### **5.1.3. A magyar zene aránya alacsony a háttérzene-szolgáltatók kínálatában**

Háttérzenei felhasználás keretei között leggyakrabban rádió vagy televízió műsort használnak fel, ezt követi a számítógépről megszólaltatott zene, legvégül pedig a professzionális háttérzene-szolgáltató által összeállított háttérzene. A rádiók és televíziók műsorára vonatkozó javaslatokat ez az anyag korábban már részletezte, a saját médiatárból megszólaltatott zenére pedig a zeneipar szereplőinek nagyon kevés hatása van.

A **háttérzene-szolgáltatók** jelenlegi zeneszolgáltatásában meglehetősen alacsony a magyar zene aránya, és egyes szolgáltatókra jellemző az is, hogy szűk szerzői-előadói körből válogatják a felhasznált zenei tartalmat. A szolgáltatók azt jelezték, hogy a magasabb magyar zenei arány elérése részükről objektív akadályokba ütközik: az új (és régi) magyar hangfelvételek nem könnyen hozzáférhetők számukra (különösen a releváns metaadatokkal együtt, ami a jogkezelők felé történő adatszolgáltatást támogatná). A munkacsoport megbeszélései során nem derült fény arra, hogy ezen túlmutatóan a válogatásban vannak-e olyan szempontok, körülmények, amik a magasabb hazai zenei arány kialakítását akadályoznák.

#### **5.1.4. A magyar zene arányának növelését gátló problémák**

- a) **Hozzáférési probléma:** A megfelelő metaadatokkal ellátott magyar zenei repertoár nehezen elérhető a háttérzene-szolgáltatók számára. Az új megjelenésekről nem, vagy csak késlekedve szereznek tudomást a szolgáltatók.
- b) **Költség probléma:** A professzionális háttérzene-szolgáltatás emelt költségszintet jelent az üzletek számára, így olyan olcsóbb forrásból válogat zenét, ahol a magyar zene aránya alacsony.
- c) **Kommunikációs probléma:** Az üzletek üzemeltetői számára a professzionális háttérzene-szolgáltatások létezése és az általuk kínált üzleti előnyök nem ismert. Ennek a részpiacnak a jelentőségét gyakran még a zeneipari szereplők számára sem ismerik fel.
- d) **Szerkesztési probléma:** A háttérzene-szolgáltatók tapasztalatai szerint a szolgáltatásukat igénybevevő, tehát tudatos zenefogyasztónak minősülő üzletek olyan játszási listákat kérnek összeállítani, amelyekben a magyar zene aránya nem túl magas.

## **5.2. Szükséges intézkedések egy éven belül**

5.2.1. A professzionális háttérzene-szolgáltatók számára meg kell könnyíteni a megfelelő metaadatokkal ellátott magyar felvételekhez való hozzáférést (ennek megvalósítását a MAHASZ már megkezdte).

<sup>7</sup> <https://www.artisjus.hu/felhasznaloknak/uzletek/hatterzene-szolgáltatok/>



- 5.2.2. Javasoljuk, hogy a Szövetség folytasson lobbitevékenységet egy olyan állami támogatás biztosítása érdekében, amelyben azok az üzletek részesülhetnek, amelyek magas magyar zenei arányt nyújtó professzionális háttérzene-szolgáltatást vesznek igénybe.
- 5.2.3. Javasoljuk, hogy a Szövetség kezdeményezzen olyan edukációs, illetve PR kampányt, amely a háttérzene-szolgáltatás jelentőségét ismerteti az érintett jogosultak és felhasználók számára. Ennek részeként a Szövetség biztosítson teret az éves Music Hungary konferencián egy, a háttérzene-szolgáltatást érintő téma számára.

