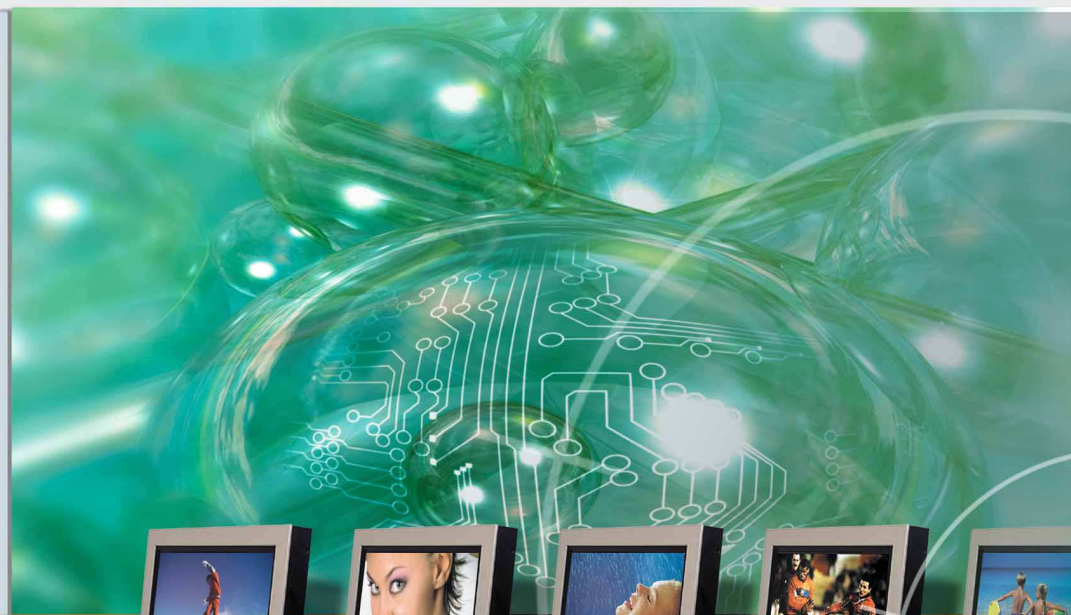


Készült az ORTT
Stratégiai Kutatások és Elemzések Programja
megbízásából



Az interneten megjelenő, médiával kapcsolatos hírek gyűjteménye
(2005. február)

Készítette:

Paál Vince

MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE

2005. február

Tartalomjegyzék

<i>Bevezető magyarázatok</i>	<i>3</i>
<i>Érdekképviselés</i>	<i>6</i>
<i>EU</i>	<i>8</i>
<i>Felhasználási jog</i>	<i>10</i>
<i>Fesztivál</i>	<i>12</i>
<i>Fogadtatás</i>	<i>14</i>
<i>Fogyasztás</i>	<i>29</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>39</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>51</i>
<i>Társaság</i>	<i>57</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>60</i>
<i>Technológia</i>	<i>66</i>

Bevezető magyarázatok

Az ORTT Stratégiai Kutatások és Elemzések Programja 2004. január 1-jétől folyamatosan épülő adatbázisában archiválni kívánja a médiával kapcsolatos valamennyi hozzáférhető lényeges információt. Vizsgálódásunk annyiban sajátos, hogy a tárgya a média és az eszköze is a média.

A média fogalmát tágan értelmezzük. A „hagyományos” médiumok (nyomtatott sajtó, rádió, televízió) mellett ideértjük az internetet, a mobiltelefont, s minden olyan csatornát, amely információk tömegekhez való eljuttatását teszi lehetővé (így pl. az óriásplakátokat is). Az egyes médiumok szigorú elhatárolása a közöttük lejátszódó egyre erőteljesebb koherencia miatt amúgy is mindinkább szükségtelen, lehetetlen.

Az adatbázis tartalmát az OBSERVER Budapest Médiafigyelő Kft. (online-média, nyomtatott sajtó és TV, Rádió) szolgáltatásának, valamint a NewsNow Publishing Ltd. szolgáltatásának segítségével gyűjtjük össze. Ezáltal több mint 200 magyar nyelvű internetes portált, néhány száz angol nyelvű internetes portált, több száz magyar nyelvű nyomtatott sajtóterméket és egyes magyar rádiós és televíziós műsorokat szemlélünk. Az alábbi összeállítás nem tartalmazza az adatbázisban archivált valamennyi híradást, azokra koncentrálnak, amelyek tényeket hordoznak, tendenciákra utalnak, Magyarországon még nem tapasztalt, de a jövőben várható jelenségről számolnak be, valamint szabályozási lépéseket vetnek fel. A híreket tartalmi szempontok szerinti csoportosításban közöljük. Az egyes kategóriák ABC-sorrendben követik egymást.

Az alábbi tartalmi kategóriákat használjuk:

érdekképviselő: a média egésze vagy rész-szegmense érdekképviselőre vonatkozó híradások

EU: az Európai Unióval való összevetések, a médiaszabályozásra vonatkozó EU-irányelvek megjelenése a média hírekben

fesztivál: médiarendezvényekről, filmfesztiválokról szóló híradások

fogadtatás: a média-szakma önreflexiói (ide tartoznak a szakma által adott díjak, kitüntetések stb. is), a médiaszabályozó hatóságok és a médiaigazgatás terén illetékes faktorok reakciói, pl. országgyűlés, államigazgatási szervek stb. A társadalom valamely szereplő(jére/ire) a média által gyakorolt hatás, amely a társadalmi szereplő/k reakciójában érhető tetten (véleménynyilvánítás, cselekedet stb.) Nem tartoznak ide a szabályozással kapcsolatos reakciók, mert azokat a *szabályozás* kategóriába soroltuk be.

fogyasztás: a média és termékeinek igénybevételére, használatára vonatkozó információk (hallgatottsági, nézettségi, olvasottsági adatok, internetpenetráció stb.)

gazdaság: a médiával kapcsolatos valamennyi pénzügyi információ

szabályozás: a médiaszabályozásról szóló információk (a médiahatóságok határozatai, véleménynyilvánításai, a médiaszabályozás terén illetékes államigazgatási szervek médiaszabályozással kapcsolatos tevékenysége (állásfoglalások, javaslatok), a szakma szabályozásra vonatkozó javaslatai, valamint a médiával formális kapcsolatban nem álló társadalmi tényezőknek (pártok, egyesületek, magánszemélyek) a médiaszabályozást érintő megnyilvánulásai

társaság: a médiumok és a médiaszabályozásban illetékes szervek szervezeti hírei (menedzsment-, tulajdonosváltás, fúziók, együttműködések stb.)

tartalomkínálat: csatornák, műsorok indulásáról vagy megszűnéséről, illetve szolgáltatásváltozásról szóló hírek (csatorna lehet: nyomtatott sajtótermék, rádió- vagy tv-csatorna, internetes portál stb.) Tartalomkínálatnak tekintjük a reklámot, a hirdetést is.

technológia: a médiatermékeinek igénybevételét lehetővé tevő technikai újításokról (híradástechnikai eszközök, műszaki megoldások, amelyek mennyiségi és/vagy minőségi tekintetben a korábbinál lényegesen jobb szolgáltatást biztosítanak) szóló információk

Az információk besorolásánál indifferensnek tekintettük a forrást. A *fogadtatás* kategóriák szubjektív, míg a *szabályozás* kategória részben szubjektív információk alapján szerveződnek. A *szabályozás* kategóriában objektív adatnak minősülnek a médiaszabályozás terén illetékes szervek tevékenységéről szóló híradások, szubjektívnek az ezekhez kapcsolódó kommentárok, vagy a médiával formális kapcsolatban nem álló faktoroknak a médiaszabályozás módosítását célzó megnyilvánulásai. Ezzel szemben a többi kategória objektív információk alapján szerveződik. Amennyiben ezen objektív, adatjellegű információkkal kapcsolatban valakinek vagy valaminek az állásfoglalása is explicit módon kiderül a híradásból, akkor az a híradás a *fogadtatás* kategóriában is szerepel. A *szabályozás* kategória tartalmazza a *szabályozás* fogadtatására vonatkozó híreket is.

A besorolásnál csak a híradásokban explicit módon kifejtett információkat vettük figyelembe. Természetesen a legtöbb hírnél több komponense lehet, ezért ezek egyidejűleg több kategóriába is besorolást nyertek.

Érdekképviselet

Kritika a Magyar Mozgóképek Közalapítvány működéséről

A filmtámogatásokkal kapcsolatos adatok visszatartása miatt ÁSZ-vizsgálatot kér a 4 milliárdos állami alapot kezelő Magyar Mozgóképek Közalapítvány ellen egy animációs filmeseket tömörítő érdekvédelmi egyesület. A Magyar Animációsfilmes Szakmai és Érdekvédelmi Egyesület (Manifeszt) azért fordult a számvevőszékhez, mert választ sem kapott azokra a levelekre, amelyekben a közalapítvány törvényes és átlátható működésére vonatkozó kérdéseiket tették fel az MMK főtitkárának. A Manifeszt korábban már tájékoztatást kért az MMK-elnökétől arról, hogy milyen szabályzati pontok alapján kaphat 1989 óta folyamatosan támogatást Jankovics Marcell Az ember tragédiája című egész estés filmjére. A tizenöt éve készülő produkció – hivatalos összesítés hiányában – becslések szerint 150 millió forintot.

Az MMK játékfilmes szakkollégiumában sem szolgáltat adatokat arról, hogy hány pályázatból választották ki a támogatott alkotásokat. Többen jelezték, hogy az MMK eddig hivatalosan soha nem számolt el azokkal a bevételekkel, amelyeket a pályázati díjak befizetésével nyert. A közalapítvány ugyanis nem csak azokat a pénzeket nyeli le, amelyeket az – indoklás nélkül – elutasított pályázók fizettek be, hanem pályázottnál kisebb összeget nyert támogatások esetében sem fizeti vissza a pályázati díj különbözetét. Hivatalos információt azokról az összegekről sem adott az MMK, amiket megítéltek ugyan valamely film elkészítésére, ám váratlan problémák miatt a forgatás nem indult meg, így az összeg a szervezet kasszájában maradt. Az elmúlt évben az Eurofilm Kft. vihette el az összes támogatás egyötödét. Az Indexnek nyilatkozó szakemberek arra is felhívták a figyelmet, hogy az MMK filmes támogatási rendszerét a filmtörvény tavaly májusi hatályba lépésekor meg kellett volna változtatni, de ez nem történt meg.

A beadvány felhívja az ÁSZ figyelmét arra is, hogy a 2004-ben az MMK szakkollégiuma 18,3 millió forinttal kevesebb pénzt osztott el a beígért keretnél, de arról többszöri kérésre sem adott információt, mire használta fel az összeget. A közalapítvány honlapján elérhető információk alapján animációs filmek gyártásának támogatására 235 millió forint áll rendelkezésére, ám ebből a tavalyi két pályázaton összesen csak 216, 7 millió forintot osztottak ki.

érdekképviselet, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Fokozott fellépés a kalózfilmek ellen – Már Magyarországon is dolgozik az FBI

Tovább fokozza a szerzői jogsértések ellen indított küzdelmét az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közhasznú Alapítvány (ASVA). A társaság a jövőben ellenőrizni kívánja a mozik belső szabályzatát, az amerikai sikerfilmek szinkronizálásban részt vevő négy nagy stúdiót, valamint vizsgálatot tervez a hazai DVD-gyártóknál is. Magyarországon minden második DVD illegális, így a filmiparban tevékenykedő jogtulajdonosoknak okozott kár becslült értéke a Motion Picture Association számításai szerint évi 20 millió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Ehhez hasonló a helyzet Csehországban, miközben Ukrajnában, Romániában és Szerbiában a feketepiac mindent ural. Szakértők szerint itthon mintegy tucatnyi „profli” üzemelteti azt a rendszert, amelyben becslések szerint több tízezer vesznek részt. A filmek többségét a mozikból és szinkronstúdiókból lopják el. Az ASVA kalkulációiból az is kiderül, hogy a feketepiac forgalma Magyarországon negyede a 92 milliárd forintos legális piacnak. A legrosszabb a VHS-k és a DVD-k helyzete, ahol a legálissal teljesen azonos méretűre teszik a feketepiacot.

Összehasonlításképpen: az USA-ban a filmes illegális piac forgalmát 2004-ben 3,5 milliárd dollárra becsülték, szakértők szerint az idén már 5,3 milliárdra nőhet ez a szám. Kálmán András jelezte: céljuk, hogy minden eszközzel megpróbálják a feketepiac további terjedését

megakadályozni. Magyarországon egyébként tavaly 312 szerzői jogsértéssel kapcsolatos ügyben jártak el az ASVA munkatársai, közülük többekkel szemben a károsultak polgári pereket is indítottak. Várhatóan az idén még több esetben kell majd a rendőrséggel együttműködő szervezetnek fellépnie. Közben megérkezett Magyarországra az az FBI-ügynök is, aki a helyi nyomozókkal próbál majd szorosabb együttműködést kialakítani. Kálmán András jelezte: a szövetségi nyomozó a közép- és kelet-európai régió illegális filmterjesztése elleni fellépés koordinációjáért is felelős lesz. Az igazgató ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni az ismeretterjesztésre is, hogy tudatosítsák az emberekben: bűncselekményt követnek el az internetes filmterjesztéssel. Az ASVA idén 119 millió forintot fordít reklám- és PR-tevékenységre – 40 millióval többet, mint 2004-ben. (mno.hu, 2005. 02. 03., MBBJ, 2005. 02. 07., 14. old.)

érdekképviselő, felhasználási jog, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Nyolcmilliárd forint a köztévé hiánya

Nyolcmilliárdos hiánnyal zárja a Magyar Televízió (MTV) a tavalyi évet, és 2,5-3 milliárd forint körüli a megtakarítása. A magas hiányt részben azzal magyarázzák, hogy 2004-re – körülbelül 33 milliárdos költségvetés mellett – 10,8 milliárd forintnyi rendkívüli állami juttatással kalkulált az intézmény, ám ebből csak 4,8 milliárdhoz jutott. Az intézmény – a műsorterjesztési költség mintegy 6,8 milliárd forintos támogatása mellett – idén 18-20 milliárd állami juttatásra számíthat. Közben szakmailag tévesnek ítélte az MTV új szervezeti struktúráját három reprezentatív szakszervezet (a Televíziós Dolgozók Szakszervezete, a Televíziós Műsorgyártók Érdekvédelmi Szervezete és a Gyártásvezetői Szakszervezet). Az érdekvédők levélben emlékeztették Rudi Zoltán tévéelnököt egy tavaly nyári megbeszélésükre, amikor felhívták a figyelmet, hogy a televíziózásban járatlan külső cég megbízása az új struktúra kidolgozására pénzkidobás. Úgy látják, félelmük beigazolódott. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 19., 2. old.)

érdekképviselő, gazdaság, fogadtatás

A plakát mint szemcsapda

Megalakult a Magyar Plakát Társaság, ezzel egy időben az alapítók közös kiállításon mutatkoznak be. Pócs Péter elnök a társasággal a plakátművészet eltűnését szeretné megakadályozni, konferenciákkal, díjakkal és kiállításokkal akarja felhívni a figyelmet a műfajban rejlő lehetőségekre. A társaság alapítói díjakat szeretnének alapítani, érdekvédelmi szervezetként működni, konferenciákat szervezni, vagyis szeretnék egy szervezetben összefogni a plakátművészetet foglalkozó alkotókat. (Magyar Hírlap, 2005. 02. 01., 2. old.)

érdekképviselő, fogadtatás

EU

Biztonságosabb internethasználatot akar az Európai Bizottság

Biztonságosabbá akarja tenni az internethasználatot az Európai Bizottság az Európai Unió tagországaiban, egyebek közt azzal, hogy a szülőket és tanárokat segíti az ártalmas internetes tartalom kiszűrésében és a gyermekektől való távol tartásában – jelezte Viviane Reding, a témában illetékes bizottsági felelős. A bizottság már hatodik éve önálló programot működtet ebben a témában: a program keretében eddig 89 tervezetet finanszíroztak részben vagy egészben a 38,3 millió eurós költségvetésből.

Idén indul az a négyéves program, amelynek kifejezett célja, hogy segítse a szülők és a tanárok felszerelését hatékonyabb eszközökkel a káros internettartalom elleni fellépés érdekében. A program egyebek között a fajgyűlölet elleni harcra és a káros tartalmú körlevelek gyakorlatának kiküszöbölésére összpontosít. Megpróbálják például különböző hálózatok közötti együttműködéssel, illetve figyelmeztető forródrótok létesítésével elősegíteni, hogy az illegális tartalomról a felhasználók azonnal értesüljenek, és a megfelelő hatóságokat is informálják. Ösztönzik a hálón belüli szűrők hatékonyabbá tételét is. Az összesen 45 millió eurós költségvetéssel rendelkező program keretében oktató és felvilágosító kampányokat is szerveznek, ebben az Európai Bizottság koordináló szerepet vállal a nemzeti hatóságok között. Közelmúltbeli felmérések szerint a szülők 60 százalékának fogalma sincs arról, milyen könnyen és honnan lehet törvénytelen vagy káros tartalomhoz jutni a internetről, viszont minél többet tud egy szülő a hálóról, annál nagyobb az igénye arra is, hogy annak használatát biztonságos módon biztosítsák a gyermekeknek. (prim.hu, 2005. 02. 09.)

EU, gazdaság, fogadtatás

Médiatörvény – figyelmeztetés Brüsszelből

A médiatörvény EU-konform módosításának elmaradása miatt az Európai Bizottság beperelheti Magyarországot.

Brüsszel a közelmúltban hivatalos értesítést küldött a kormánynak, amelyben 30 – köztük a médiatörvényre vonatkozó – irányelv átvételét hiányolta. Komoly problémát jelenthet a médiatörvény módosítása, hiszen a kétharmados törvény jelenleg nincs is napirenden, s már a csatlakozási tárgyalások idején is gond volt, hogy évekig egyáltalán nem, s később sem a vonatkozó uniós irányelvnek megfelelően módosították a törvényt. Eljárást a bizottság kezdeményezhet, ám a bíróság első elmarasztalása nem jár vagyoni szankcióval. Ha azonban ezután sem történik meg a harmonizáció, egy újabb elmarasztalás már bírság megfizetését írhatja elő. Erre a közösség történetében kétszer volt példa. (kreativ.hu, 2005. 02. 17.)

EU, szabályozás

NHH: az Antenna Hungária JPE szolgáltató a műsorterjesztési piacon

A Nemzeti Hírközlési Hatóság Tanácsa (NHHT) legfrissebb határozat tervezetében az Antenna Hungária Rt.-t (AHRt.) jelentős piaci erejű (JPE) szolgáltatóként azonosította az országos földfelszíni analóg rádió és analóg televízió műsorszórási szolgáltatás nagykereskedelmi piacain – áll a hatóság közleményében. Az NHHT, az NHH és jogelődjei történetében első alkalommal alkotott határozatot, illetve határozat tervezetet a rádió és televízió műsorszórásai piaccal kapcsolatban. A hatóság a most JPE szolgáltatóként azonosított AHRt-re az elektronikus hírközlési törvény alapján négy kötelezettséget – átláthatóság, egyenlő elbánás, számviteli szétválasztás és hozzáféréssel és összekapcsolással kapcsolatos kötelezettség – rótt ki. Mint ismeretes, az NHHT – a Európai Unió Bizottságának ajánlásával összhangban – 18 szolgáltatási piacon végzi a piac-meghatározási és piacelemzési tevékenységét, melynek végén az egyes piacokon dönt a jelentős piaci erejű szolgáltatók kijelöléséről, illetve a JPE szolgáltatókat terhelő kötelezettségekről. A

határozattervezetet az érintett szolgáltatók a Hírközlési Értesítőben való megjelenést követő 20. napig véleményezhetik, majd az Európai Unió Bizottságának jóváhagyása után jelenik meg a végleges határozat. (prim.hu, 2005. 02. 11.)

EU, szabályozás

Felhasználási jog

Bodnár: Az RTL Klub hibája

Az üzletember kijelentette, hogy szerinte egyértelműen az RTL Klub hibájából kellett a Profi Liga Kft.-nek a klubok pénzéből újabb 250 millió forintot kifizetnie az ő cégének, a HTD Kft.-nek. Magyarozatképpen elmondta: 2004 elején a 2000 februárjában négy százalékra csökkentett Football Duó Kft.-beli részesedését szerezte meg 250 millió forintért a Szieben László vezette Magyar Hivatásos Labdarúgóliga (MHLL). Mindez azt követően történt, hogy a magyar-brazil válogatott mérkőzésen az RTL Klubon nem volt látható a Szaknévsor két rövid hirdetési bejátszása. Ez azért fontos, mert a szindikátusi szerződésben rögzítették, hogy ennek a két spotnak minden labdarúgó-közvetítés során meg kell jelennie, és amennyiben a szerződésnek ezt a pontját az MLSZ, a liga vagy a klubok nem teljesítik, Bodnár cége egy forintért visszavásárolhatja az MLSZ-nek még 2000 februárjában ugyanennyiért átadott 36 százaléknyi üzletrészt. Mivel Bodnár és jogásai bizonyították, hogy a szerződést többször megszegték, az üzletember élni kívánt a visszavásárlási jogával. Ekkor lépett fel a magyar futball kereskedelmi jogainak értékesítésére létrehozott Profi Liga Kft., amely 250 millió forintért megvette Bodnártól a visszavásárlási jogot. Egyszer tehát megvett az MHLL négy százalékot 250 millióért, másodszor pedig megvásárolta Bodnár tulajdonrész-visszavásárlási jogát újabb 250 millióért. Bodnár György jegyzőkönyveket és szerződéseket bemutatva azt állította: az RTL Klub a hibás azért, hogy a magyar-brazilon a két reklámspot a közvetítésben nem szerepelt. Szerinte ugyanis bizonyított, hogy az RTL Klub átvállalta a szerződés e pontjának betartását. Ezt Bodnár szavai szerint Szieben László taggyűlési jegyzőkönyvben állította, tudott róla az MLSZ és tudott róla az RTL Klub is. (mno.hu, 2005. 02. 19.)

gazdaság, felhasználási jog

Fokozott fellépés a kalózfilmek ellen – Már Magyarországon is dolgozik az FBI

Tovább fokozza a szerzői jogsértések ellen indított küzdelmét az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közhasznú Alapítvány (ASVA). A társaság a jövőben ellenőrizni kívánja a mozik belső szabályzatát, az amerikai sikerfilmek szinkronizálásban részt vevő négy nagy stúdiót, valamint vizsgálatot tervez a hazai DVD-gyártóknál is. Magyarországon minden második DVD illegális, így a filmiparban tevékenykedő jogtulajdonosoknak okozott kár becsült értéke a Motion Picture Association számításai szerint évi 20 millió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Ehhez hasonló a helyzet Csehországban, miközben Ukrajnában, Romániában és Szerbiában a feketepiac mindent ural. Szakértők szerint itthon mintegy tucatnyi „profli” üzemelteti azt a rendszert, amelyben becslések szerint több tízezren vesznek részt. A filmek többségét a mozikból és szinkronstúdiókból lopják el. Az ASVA kalkulációiból az is kiderül, hogy a feketepiac forgalma Magyarországon negyede a 92 milliárd forintos legális piacnak. A legrosszabb a VHS-k és a DVD-k helyzete, ahol a legálissal teljesen azonos méretűre teszik a feketepiacot.

Összehasonlításképpen: az USA-ban a filmes illegális piac forgalmát 2004-ben 3,5 milliárd dollárra becsülték, szakértők szerint az idén már 5,3 milliárdra nőhet ez a szám. Kálmán András jelezte: céljuk, hogy minden eszközzel megpróbálják a feketepiac további terjedését megakadályozni. Magyarországon egyébként tavaly 312 szerzői jogsértéssel kapcsolatos ügyben jártak el az ASVA munkatársai, közülük többekkel szemben a károsultak polgári pereket is indítottak. Várhatóan az idén még több esetben kell majd a rendőrséggel együttműködő szervezetnek fellépnie. Közben megérkezett Magyarországra az az FBI-ügynök is, aki a helyi nyomozókkal próbál majd szorosabb együttműködést kialakítani. Kálmán András jelezte: a szövetségi nyomozó a közép- és kelet-európai régió illegális filmterjesztése elleni fellépés koordinációjáért is felelős lesz. Az igazgató ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni az

ismeretterjesztésre is, hogy tudatosítsák az emberekben: bűncselekményt követnek el az internetes filmterjesztéssel. Az ASVA idén 119 millió forintot fordít reklám- és PR-tevékenységre – 40 millióval többet, mint 2004-ben. (mno.hu, 2005. 02. 03., MBBJ, 2005. 02. 07., 14. old.)

érdekképviselés, felhasználási jog, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

SBS – Észak-Európában vásárol

Magyarországon a TV2 csoport tulajdonosaként jelen lévő nemzetközi médiavállalkozás, az SBS Broadcasting S.A. bejelentette, hogy a száz százalékos tulajdonában lévő svéd leányvállalata, a Kanal 5 Holding AB 269,6 millió euróért megveszi a CMore Group AB-t. A CMore csoport az egyetlen szolgáltató, amely prémium sport és filmcsatornákat üzemeltet az észak-európai régióban a Canal+ és a CMore márkanévek alatt, és Svédországban, Norvégiában és Finnországban piacvezető.

A csoportnál van a legtöbb nemzeti és nemzetközi sportesemény közvetítési joga, beleértve a brit FA Premier League, az olasz Serie A mérkőzéseit, a svéd és norvég profi futball, valamint a svéd jégkorong bajnokok ligáját és az észak-amerikai profi jégkorong liga mérkőzéseit. A vállalati akvizíció hatályba lépése a helyi illetékes versenyhivatalok jóváhagyásától függ, várhatóan 2005. második negyedévében zárul le. (kreativ.hu, 2005. 02. 11.)

felhasználási jog, gazdaság, társaság, szabályozás

Fesztivál

A dél-afrikai Carmen nyerte az Arany Medvét

Bizet Carmenjének legújabb, dél-afrikai változata nyerte az 55. berlini nemzetközi filmfesztivál fődíját, az Arany Medvét. A Bizet-adaptáció rendezője Mark Dornford-May. A cselekmény a modern Dél-Afrikában játszódik, helyszíne egy feketék lakta gettószerű negyed. A film valamennyi betétdalát a helyi xhosa nyelvjárásban éneklék. A zsűri nagydíját, az Ezüstmedvét a Kong Que (Peacock) című kínai alkotás kapta, melyben Gu Changwei, a kínai filmgyártás egyik legjelentősebb operatőre debütált rendezőként. A történet központjában három testvér sorsa áll, a cselekmény a hetvenes évek kultúrforradalma után kezdődik és 1984-ig tart.

Az 55. Berlinálé közönségdíját a Paradise Now című holland-német-francia koprodukciós alkotás nyerte. Hany Abu-Assad rendező a közel-keleti konfliktus következményeiről szól a filmben: két palesztin öngyilkos merénylő bevetés előtti 24 óráját mutatja be.

A legjobb női alakítás díját a német Julia Jentsch kapta Az utolsó napok című filmben nyújtott alakításáért. A legjobb férfi szereplő az amerikai Lou Taylor Pucci lett, aki az Ujjszopó című filmben játszott. (index.hu és mno.hu, 2005. 02. 19.)

fesztivál, fogadtatás

Kultfilm-sikert hozott a Filmszemle

Rekordnézőszám, de a szokottnál gyengébb színvonal jellemezte a 36. Magyar Filmszemlét. A fődíjat a kultfilm-gyanús Fekete kefe nyerte, a közönségdíjat az Argo vitte el. A Diákzsűri szerint mélyponton vagyunk.

A 21 nagyjátékfilm, 42 dokumentumfilm, 26 kisjátékfilm és 10 kísérleti film vetítéseire az előzetes adatok szerint közel 50 ezren voltak kíváncsiak (tavaly 42.600-an). Csak a dokumentumfilmeket több mint hétezeren nézték meg, jóllehet a kritikák szerint ezek színvonala is csupán közepesnek volt mondható.

Díjazott játékfilmek:

Fődíj: Fekete kefe (Vranik Roland)

Legjobb rendezés: A porcelánbaba (Gárdos Péter)

Rendezői látvány: Nyócker (Gauder Áron)

Legjobb női alakítás: Gryllus Dorka (Dallas Pashamende)

Legjobb férfi alakítás: Cserhalmi György (A fény ösvényei)

Legjobb női epizód alakítás: Tóth Ildikó (Ég veled!)

Legjobb férfi epizód alakítás: Csányi Sándor (A porcelánbaba, Állítsátok meg Terézanyut!, A fény ösvényei)

Legjobb forgatókönyv: Ég veled! (Pacskovszky József, Sándor Pál, Gózon Francisco)

Legjobb első film rendezői: A fény ösvényei (Mispál Attila)

Legjobb operatőri munka: Fekete kefe (Pohárnok Gergely)

Arany mikrofon díj (legjobb hangmérnöki munka): Balázs Gábor (Dallas Pashamende, A fény ösvényei, Állítsátok meg Terézanyut)

Arany olló díj (legjobb vágás): Politzer Péter (A fény ösvényei)

Gene Moskowitz különdíj: Gárdos Péter (A porcelánbaba)

Közönségdíj: Argo (Árpa Attila)

A Diákzsűri díjazottjai:

Nagyjátékfilm fődíj: Mispál Attila: A fény ösvényei

Küöldíj: Gárdos Péter: A porcelánbaba

Elsőfilmes fődíj: Szekeres Csaba : Kinder Garden

Különdíj: Vranik Roland: Fekete kefe
Dokumentumfilmes fődíj: Zsigmond Dezső: Csigavár
Különdíj: Moharos Attila: Székelyföldi szolgasorsok
Fődíj: Mészáros Péter: Kyrie
Különdíj: Czukor Balázs és Horváth Kristóf (Undorground)

(fn.hu, 2005. 02. 08.)

fesztivál, fogadtatás, fogyasztás

Véget ért a 77. Oscar-gála

Az Oscar-nyertesek listája:

Legjobb film: Millió dolláros bébi

Legjobb rendező: Clint Eastwood (Millió dolláros bébi)

Legjobb színésznő: Hilary Swank (Millió dolláros bébi)

Legjobb színész: Jamie Foxx (Ray)

Legjobb női mellékszereplő: Cate Blanchett (Aviátor)

Legjobb férfi mellékszereplő: Morgan Freeman (Millió dolláros bébi)

Legjobb adaptált forgatókönyv: Kerülő utak

Legjobb eredeti forgatókönyv: Egy makulátlan elme örök ragyogása

Legjobb külföldi film: Belső tenger (Spanyolország)

Legjobb operatőr: Robert Richardson (Aviátor)

Legjobb animációs film: A hihetetlen család

Legjobb eredeti filmzene: Én, Pán Péter

Legjobb betétdal: „Al Otro Lado Del Río” (Che Guevara – A motoros naplója)

Legjobb dokumentumfilm: Born Into Brothels

(index.hu, 2005. 02. 28.)

fesztivál, fogadtatás

Fogadtatás

Csak döcögünk az infosztrádán

Bár több a bizakodó szakember, mint néhány éve, a magyar infokommunikációs áttörés egyelőre várat magára. Hazánk az utolsó helyen áll az Európai Unió országai között az egy főre jutó internet-kapcsolatok számában, a szolgáltatás drága, a világhálótól pedig sokan idegenkednek. A helyzetten alig javítottak a kormányzat lépései; az elektronikus közigazgatás technikai feltételei hiányoznak.

Szlovákia már a közvetlen közelében van annak, amit Magyarország 2006 végére szeretne elérni, vagyis hogy a lakosság több mint fele hozzáférjen a világhálóhoz. A Pozsonyból érkező hírek szerint ugyanis északi szomszédunkban mintegy 170 szolgáltató kínál nem támogatott internet-kapcsolatot havi 250 koronás – 1600 forintos – díjért, lényegében időkorlátozás nélkül, ez az ár pedig egy előzetes felmérés szerint a szlovákok 57 százalékának elég vonzó ahhoz, hogy előfizessen a szolgáltatásra. A bővülés tehát minden bizonnyal gyors lesz, s ezzel Szlovákia felzárkózik a fejlettebb európai országok, például Ausztria mellé, ahol a lakosság fele már most is rendszeresen internetezik. Magyarországon a jelen állás szerint ott tartunk, hogy a 15 évesnél idősebb korosztály 21 százaléka, vagyis csupán 1,8 millió ember használja rendszeresen – otthonában, az iskolában, a munkahelyén vagy valamelyik internet-kapcsolatot kínáló nyilvános állomáson – a világhálót, s egyelőre nem nagyon látszik, mitől és mikor kaphat valódi lendületet a bővülés.

A gátló tényezők között a szakemberek az árakat szokták emlegetni, de vannak olyan vélemények is, amelyek szerint nem ez a legnagyobb probléma. Több kutatás is azt mutatja, hogy ma már nem az ár az internet-használat terjedésének legnagyobb gátja, hiszen a piacon olyan szolgáltatók is megjelentek, amelyek előfizetés nélkül kínálnak. Egyes vélemények szerint a hazai alacsony internet-penetráció fő oka az elégtelen internetkultúra; az emberek most kezdik megismerni a világháló nyújtotta lehetőségeket. A szolgáltatók között ugyanakkor már javában tart a verseny, s ez az árakon is érződik. Több friss tanulmány is arra hívja fel a figyelmet, hogy mind a díjak letörésében, mind a világháló népszerűsítésében komoly szabályozóeszközök lennének a kormányzat kezében, de nem úgy látszik, mintha az állam hatékonyan használná ki a katalizátori szerepet. A 2003-ban hozott hírközlési törvény nyomán ugyan nyitottabbá vált a piac, de nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket az a passzus, amely nagykereskedelmi áru vonalas szolgáltatásra kötelezte a telefonszolgáltatókat azokon a területeken, ahol nincs széles sávú kapcsolatot biztosító infrastruktúra, mert az internet-szolgáltatók nem vállalták az ezzel járó nagy üzleti kockázatot. Ráadásul mivel a szaktárca sem lát túl a telefonvonal-alapú, széles sávú internet-kapcsolatok kiépítésének támogatásán, ezzel hátrányba kerülnek az egyéb technológiák terjesztői. (mno.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Az új belépők többsége a szélessávot választja

A Nemzeti Szélessávú Stratégia elkészítésével foglalkozó NSZS 2005 projekt keretében az Ariosz Kft. által készített felmérés szerint 2004 decemberében a magyar háztartások 34,5 százaléka rendelkezett legalább egy darab számítógéppel. A háztartások 17 százaléka (665 ezer háztartás) rendelkezett internet-hozzáféréssel, ám az internet-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya 14,7 százalék (569 ezer háztartás), mivel a háztartások 2,5 százaléka előfizetés nélkül, úgynevezett nyílt interneten keresztül kapcsolódik a világhálóhoz. A 665 ezer internetes háztartásból 318 ezer (48 százalék) a szélessávú internet-eléréssel rendelkező háztartás. A felnőtt lakosság 26 százaléka használta az elmúlt hat hónapban az internetet. Ugyanez az arány a 14 évnél idősebb népességen belül 28,4 százalék. A kutatás rávilágított, hogy az elmúlt időszakban jelentős mértékben megváltozott a társadalom világhálóval

kapcsolatos beállítottsága. Míg a korábbi vizsgálatok szerint rendre az érdeklődés hiánya volt az internet terjedését gátló legfőbb tényező, addig a mostani kutatás válaszdóinak mindhárom csoportja (internetező, internet vásárlását tervezők, illetve nem tervezők) a legsúlyosabb akadálnak a hozzáférés magas árát jelölték meg. A keskenysávú kapcsolattal rendelkezők 5000 forintos havidíj esetén valószínűleg meg nagy valószínűséggel váltási tervüket – 80 százalékuk jelezte, hogy ezen összeg alatt már komolyan fontolóra venné a szélessáv otthoni bevezetését. A hipotetikus felvetett „ADSL – telefon nélkül” és „kábelinternet – kábeltévé nélkül” konstrukciók lehetősége iránt a jelenlegi internetező viszonylag nagy, az „olcsó szélessáv forgalmi korlátozással” konstrukció iránt kisebb érdeklődést mutattak. A kutatás tanúsága szerint a szélessávú internet-csatlakozás legfőbb specifikus előnye a keskenysávú hozzáféréshez képest nem a sebesség – bár természetesen annak is örülnek a használók –, hanem az állandó, korlátlan kapcsolat léte, s annak átalánydíjas jellege. Fontos előny még az internet-kapcsolat és a telefonhasználat párhuzamos lehetősége. A felmérés arra is rávilágított, hogy az otthoni internet-használat potenciális növekedési bázisa szempontjából az otthoni PC hiánya kisebb akadályozó tényezőnek tűnik, mint az internetes tapasztalat hiánya. Azaz, az új belépők következő hulláma nagyobb eséllyel fog azon háztartások köréből bővülni, amelyek jelenleg ugyan nem rendelkeznek otthon PC-vel, de máshol (pl. iskolában, munkahelyen, e-Magyarország ponton) használnak internetet, mint azok köréből, ahol otthon van már PC, de a háztartásban senkinek nincs internetes tapasztalata. (prim.hu, 2005. 02. 28.)

fogyasztás, fogadtatás, gazdaság

Aki beírta nevét a marketingtörténelembe

Mel Gibson Passió című filmjének 370 millió dolláros bevétele elsősorban annak a pr-kampánynak köszönhető, amely a film vérességét és antiszemitizmusát dobta fel. A már jóval a bemutató előtt számos médiamegjelenést kapott alkotás jókora támogatást gyűjtött különböző keresztény közösségektől is. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogadtatás

A dél-afrikai Carmen nyerte az Arany Medvét

Bizet Carmenjének legújabb, dél-afrikai változata nyerte az 55. berlini nemzetközi filmfesztivál fődíját, az Arany Medvét. A Bizet-adaptáció rendezője Mark Dornford-May. A cselekmény a modern Dél-Afrikában játszódik, helyszíne egy feketék lakta gettószerű negyed. A film valamennyi betétdalát a helyi xhosa nyelvjárásban éneklék. A zsűri nagydíját, az Ezüstmedvét a Kong Que (Peacock) című kínai alkotás kapta, melyben Gu Changwei, a kínai filmgyártás egyik legjelentősebb operatőre debütált rendezőként. A történet központjában három testvér sorsa áll, a cselekmény a hetvenes évek kultúrforradalma után kezdődik és 1984-ig tart.

Az 55. Berlinálé közönségdíját a Paradise Now című holland-német-francia koprodukciós alkotás nyerte. Hany Abu-Assad rendező a közel-keleti konfliktus következményeiről szól a filmben: két palesztin öngyilkos merénylő bevetés előtti 24 óráját mutatja be.

A legjobb női alakítás díját a német Julia Jentsch kapta Az utolsó napok című filmben nyújtott alakításáért. A legjobb férfi szereplő az amerikai Lou Taylor Pucci lett, aki az Ujjszopó című filmben játszott. (index.hu és mno.hu, 2005. 02. 19.)

fesztivál, fogadtatás

A Getno és a Dealer a filmplakát-kiállítás győztesei

A 36. Magyar Filmszemle ideje alatt szervezett Második Magyar Filmplakát Kiállítás és Verseny szakmai díját a Salamon András rendezte Getno című film, míg a közönségdíjat Fliegau Benedek alkotása, a Dealer plakátja kapta. A Getno plakátját Jeli András, míg a Dealerét Gulyás Péter tervezte. A közönségszavazatok száma több százzal meghaladta a tavalyit, idén közel 1800 voks érkezett a plakátokra. A Dealer című filmre leadott szavazatok után a legtöbbet A temetetlen halott, illetve a Magyar vándor című filmek plakátjai kapták.

<i>fogadtatás</i>
<p>A kalózkidadások miatt a Warner olcsóbban adja a dvd-ket</p> <p>Hollywood legnagyobb filmstúdiója, a Warner Bros. Entertainment a dvd kalózkidadások terjedésének megfékezésére több tucat filmjét lényegesen olcsóbban fogja adni kínai kiskereskedőknek.</p> <p>A társaság abban bízik: a 2,65 dolláros ár elég alacsony lesz ahhoz, hogy versenyezni tudjon az illegálisan előállított dvd filmekkel, amelyek tetemes veszteséget okoznak. A dvd-k kalóz változata 1-2 dollárba kerül Kínában.</p> <p>A hollywoodi filmstúdiók eddig 50 százalékos, vagy még ennél is nagyobb hasznot tehettek zsebre a dvd-k értékesítéséből (index.hu, 2005. 02. 03.)</p>
<i>gazdaság, fogadtatás</i>
<p>Chat: a legérdekesebb virtuális beszélgetések könyv alakban</p> <p>Az Origo csevegőszobájában rendszeresen szervezett virtuális beszélgetéseken az internetezők által feltett kérdésekre azonnal, online adnak választ a meghívott közismert vendégek. A kezdeményezés 2000-ben indult, azóta közel négyszáz vendég kapott meghívást és találkozott virtuálisan közönségével. A most megjelent kiadvány a szerkesztők által az elmúlt évek terméséből legérdekesebbnek ítélt 49 beszélgetését tartalmazza. A könyvben szereplő kérdéseket kivétel nélkül a portál olvasói tették fel, ha úgy tetszik, a meghívott vendégekkel, közszereplőkkel közösen ők írták a könyvet. (terminal.hu, 2005. 02. 25.)</p>
<i>fogadtatás, tartalomkínálat</i>
<p>A popup ablakoknak vége, de itt az új reklámforma</p> <p>A felpattanó, avagy popup ablakok korának alkonya akkor köszöntött be végleg, amikor tavaly nyáron a Microsoft kiadta a Windows XP operációs rendszeréhez elkészített második javítócsomagját. Ez ugyanis egy, az ilyen reklámok blokkolására képes funkcióval vértette fel az Internet Explorert. Ennél már jóval korábban, körülbelül 2001-ben terjedni kezdett az úgynevezett lebegő (floater) vagy átfedő (overlay) – esetleg átszaladó, azaz popover – kialakítású reklámforma, mely azonban a korábban a hirdetőik körében nagy népszerűségnek örvendő felpattanó ablakok miatt csak az elmúlt pár hónapban bontogatja igazán a szárnyait. Ezen hirdetési típusra ugyanis nincsen befolyással se az Internet Explorer popup blokkoló funkciója, se a legtöbb hasonló feladatot ellátó szoftver. A Nielsen/Netratings piackutató cég felmérése szerint tavaly decemberre az egy évvel korábbi, hasonló időszakhoz képest 32 százalékkal emelkedett ezen, többnyire a Macromedia Flash Playerét használó reklámforma gyakorisága, míg a felpattanó ablakok 41 százalékos visszaesést mutattak 2003 decemberéhez viszonyítva. Mégis mi az oka annak, hogy a számos online hirdetési típus közül pont ezen megoldások a legkedveltebbek a hirdetőik körében? A hagyományos, banner alapú hirdetések esetén az átkattintások száma durván az összes megjelenített reklámcsík fél százalékára tehető, a popup ablakok és a floaterek esetében ugyanez az érték már 3-5 százalék között áll. Igaz, némely tanulmány szerint az átkattintások jelentős része akkor következik be, amikor az internetező megpróbál megszabadulni a hirdetéstől.</p> <p>Nem véletlen tehát, hogy a leginkább figyelemfelkeltő reklámozás egyben a legnagyobb mértékben zavaró is. Egy 2500 brit internetező részvételével lezajlott felmérés szerint az internet-felhasználók majdnem felét zavarta, zavarja a felpattanó ablakok jelenléte – nem meglepő módon ugyanezre tehető azok száma is, akik a floatereket hasonlóan zavarónak tartják. Többek között ez az oka annak, hogy a nagy webhelyeken limitálva is van az ezen hirdetési forma egy felhasználó számára megjelenített mennyisége: a New York Times újság webportálján például minden látogatás alkalmával csak egyszer láthat ilyen egy olvasó. (terminal.hu, 2005. 02. 28.)</p>
<i>fogadtatás, tartalomkínálat</i>
<p>Kritika a Magyar Mozgóképi Közalapítvány működéséről</p> <p>A filmtámogatásokkal kapcsolatos adatok visszatartása miatt ÁSZ-vizsgálatot kér a 4</p>

milliárdos állami alapot kezelő Magyar Mozgóképek Közalapítvány ellen egy animációs filmeseket tömörítő érdekvédelmi egyesület. A Magyar Animációsfilmes Szakmai és Érdekvédelmi Egyesület (Manifeszt) azért fordult a számvevőszékhez, mert választ sem kapott azokra a levelekre, amelyekben a közalapítvány törvényes és átlátható működésére vonatkozó kérdéseiket tették fel az MMK főtitkárának. A Manifeszt korábban már tájékoztatást kért az MMK-elnökétől arról, hogy milyen szabályzati pontok alapján kaphat 1989 óta folyamatosan támogatást Jankovics Marcell Az ember tragédiája című egész estés filmjére. A tizenöt éve készülő produkció – hivatalos összesítés hiányában – becslések szerint 150 millió forintot.

Az MMK játékfilmes szakkollégiumában sem szolgáltat adatokat arról, hogy hány pályázatból választották ki a támogatott alkotásokat. Többen jelezték, hogy az MMK eddig hivatalosan soha nem számolt el azokkal a bevételekkel, amelyeket a pályázati díjak befizetésével nyert. A közalapítvány ugyanis nem csak azokat a pénzeket nyeli le, amelyeket az – indoklás nélkül – elutasított pályázók fizettek be, hanem pályázottnál kisebb összeget nyert támogatások esetében sem fizeti vissza a pályázati díj különbözetét. Hivatalos információt azokról az összegekről sem adott az MMK, amiket megítéltek ugyan valamely film elkészítésére, ám váratlan problémák miatt a forgatás nem indult meg, így az összeg a szervezet kasszájában maradt. Az elmúlt évben az Eurofilm Kft. vihette el az összes támogatás egyötödét. Az Indexnek nyilatkozó szakemberek arra is felhívták a figyelmet, hogy az MMK filmes támogatási rendszerét a filmtörvény tavaly májusi hatályba lépésekor meg kellett volna változtatni, de ez nem történt meg.

A beadvány felhívja az ÁSZ figyelmét arra is, hogy a 2004-ben az MMK szakkollégiuma 18,3 millió forinttal kevesebb pénzt osztott el a beígért keretnél, de arról többszöri kérésre sem adott információt, mire használta fel az összeget. A közalapítvány honlapján elérhető információk alapján animációs filmek gyártásának támogatására 235 millió forint áll rendelkezésére, ám ebből a tavalyi két pályázaton összesen csak 216, 7 millió forintot osztottak ki.

érdekvédelem, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

A DEPORT-'56 MTI-vel kapcsolatos közleménye

Az 56-os Deportálások Tényfeltáró Bizottsága (DEPORT-'56) úgy véli, a Magyar Távirati Iroda (MTI) tevékenységével kapcsolatosan alapvető, koncepcionális gondok vannak. A DEPORT-'56 már több mint fél évvel ezelőtt szóvá tette, hogy az új, MTI elnöki rendelettel megváltoztatott szabályzatban tetten érhető a civil szervezetek ellehetetlenítésének szándéka, az az igyekezet, hogy beléjük fojtsák a szót, felszámolva a rendszerváltás egyik vívmányát. Az MTI törekvése ellentétes az Országos Sajtószolgálat alapító okiratával. Éppen ezért a DEPORT-'56 nem fogadta el az MTI diktátumát, vagyis nem kötötte meg a regisztrációhoz, és ezáltal a megjelenéshez nélkülözhetetlen korlátozó szerződést. Ennek következtében a DEPORT-'56 közleményei nem jelenhetnek meg az Országos Sajtószolgálat honlapján. (gondola.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás

Biztonságosabb internethasználatot akar az Európai Bizottság

Biztonságosabbá akarja tenni az internethasználatot az Európai Bizottság az Európai Unió tagországaiban, egyebek közt azzal, hogy a szülőket és tanárokat segíti az ártalmas internetes tartalom kiszűrésében és a gyermekektől való távol tartásában – jelezte Viviane Reding, a témában illetékes bizottsági felelős. A bizottság már hatodik éve önálló programot működtet ebben a témában: a program keretében eddig 89 tervezetet finanszíroztak részben vagy egészben a 38,3 millió eurós költségvetésből.

Idén indul az a négyéves program, amelynek kifejezett célja, hogy segítse a szülők és a tanárok felszerelését hatékonyabb eszközökkel a káros internettartalom elleni fellépés érdekében. A program egyebek között a fájgyűlölet elleni harcra és a káros tartalmú

körlevelek gyakorlatának kiküszöbölésére összpontosít. Megpróbálják például különböző hálózatok közötti együttműködéssel, illetve figyelmeztető forródrótok létesítésével elősegíteni, hogy az illegális tartalomról a felhasználók azonnal értesüljenek, és a megfelelő hatóságokat is informálják. Ösztönzik a hálón belüli szűrők hatékonyabbá tételét is. Az összesen 45 millió eurós költségvetéssel rendelkező program keretében oktató és felvilágosító kampányokat is szerveznek, ebben az Európai Bizottság koordináló szerepet vállal a nemzeti hatóságok között. Közelmúltbeli felmérések szerint a szülők 60 százalékának fogalma sincs arról, milyen könnyen és honnan lehet törvénytelen vagy káros tartalomhoz jutni a internetről, viszont minél többet tud egy szülő a hálóról, annál nagyobb az igénye arra is, hogy annak használatát biztonságos módon biztosítsák a gyermekeknek. (prim.hu, 2005. 02. 09.)

EU, gazdaság, fogadtatás

Cudar idők – Kreatív álláspont

Közel egy hét kellett az MTV-nek a karácsonyi délkelet-ázsiai szökőár után, míg elkezdett felelős, közszolgálati médiumként viselkedni. Megdöbrentő, hogy január másodikán az MTV egyetlen közéleti-politikai vitaműsorában, A szólás szabadságában a katasztrófáról szóló tudósítások helyett Vitray Tamással volt egy közel egyórás beszélgetés.

Az adományvonal beindítása és az e köré szervezett műsor már helyénvaló lépés volt a közszolgálati tévé részéről, de ez megkétszerezte a történetet.

Ez még mindig jóval több, mint amit a honi média elsöprő része tett a karácsonytól az újév első hetéig terjedő időszakban. A magyar média – ellentétben az úgynevezett „nyugati világ” szinte minden magára valamit is adó televíziójával, rádiójával, sajtótermékével és internetes portáljával – szabadságon volt, és ezen nem változtathat még az sem, ha az istenek legpusztítóbb dühe csap le erre a kőgolyóra. Elvégre év vége van, uborkaszegzon; pezsgő, lufi, trombita.

Nincs persze illúziónk, év közben sem volt nagyon máshogy: a cunami csak újra bebizonyította, amit amúgy is tudtunk, hogy a magyar média morálisan cudar állapotban van. Nem képes és nincs is szándékában alaposan tájékoztatni, utánajárni, elemezni, és ugyancsak nem képes szolidárisnak lenni és szolidaritást ébreszteni sem. Ezen csak némileg javít, hogy karácsonyi szabadságából felébredve mindezt megpróbálta bepótolni. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogadtatás

Családi homevideó kapta a Citrom-díjat

A Dear Daughter lett a Filmszemle legpocsecékabb alkotása, de többszörösen díjazták Gálvölgyit, és a nyertesek közt van dr. Horváth Putyi is.

A negyedik -3,71 ponttal a Gálvölgyi János fémjelezte romantikus roma akcióvígjáték, a Rap, revü, Rómeó lett. A harmadik szoros versenyben, -3,74 ponttal a szintén Gálvölgyi Jánossal futatott Le a fejjel lett, ami pont olyan, mint a Csinibaba, csak a középkorban játszódik, szerepel benne Ganxsta Zolee, és nézhetetlen. Minden más szempontból ugyanolyan.

A második a magyar alternatív életben már ismert Dr Horváth Putyi által jegyzett A Halál kilovagol Perzsiából, ami -3,8 pontot érdemelt.

Az alkoholista író szenvedéseit hitelesen ábrázoló filmnél már csak a családi homevideókból filmet készítő Szirtes András Dear Daughterje találtatott rosszabbnak. A kislányának életét hét éven át rögzítő rendező alkotása -3,93 pontot kapott, ezzel kiérdemelte az Index Citrom-díját. (index.hu, 2005. 02. 08.)

fogadtatás

Cseh médiapiac – a CME visszaszerezte a TV Novát

A Central European Media Enterprises (CME) médiavállalkozás 642 millió dollárért többségi részesedést vásárolt, így újra tulajdont szerzett Kelet-Európa egyik legnépszerűbb

tévéállomásában, a TV Novában.

A CME közvélemény-kutatása szerint 43,4 százalékos eredménnyel a TV Novának van a legmagasabb egész napra vetített nézettsége Csehországban. A cég szerint további növekedés várható, miután a hirdetőkkel – akik eddig szerintük alulértékelték a cseh közönséget – reálisabb, piackövető reklámdíjakat fizettetnek.

A társaságnak vannak érdekeltségei Romániában, Horvátországban, Szlovákiában és Ukrajnában, de kacsingat a lengyel piac felé is. A CME ezzel a bevásárlással vezető kereskedelmi médiatulajdonos lett a közép-európai térségben 85 millió nézővel. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogyasztás, társaság, fogadtatás

Cselényi László a Duna TV új elnöke

Cselényi Lászlót, az Uránia Nemzeti Filmszínház igazgatóját választotta a Duna Televízió elnökévé csütörtökön a közszolgálati médiumot felügyelő Hungária Televízió Közalapítvány kuratóriuma. Megválasztása után az új elnök arról beszélt az MTI-nek: saját arculatú, markánsan nemzeti, össznemzeti jellegű kulturális-művészeti csatornát kíván a Duna Televízióból létrehozni.

Cselényi László televíziós rendező, szerkesztő 1951-ben született Kolozsváron, 1996-tól a Duna Televízió szerkesztője, a Minoritates Mundi szerkesztőség vezetője, a millenniumi műsorok főrendezője, 2002 óta a budapesti Uránia Nemzeti Filmszínház Kht. ügyvezetője. Munkásságát 1999-ben Európa- és Tamási Áron-díjjal ismerték el. (index.hu, 2005. 02. 17.)

társaság, fogadtatás

Dömpingáron adják a DVD-eket a Tescóban

Óriási a kereslet az ezer forint alatti DVD-k iránt, a hiper- és szupermarketek tele vannak kifutott, akciós árú filmekkel. A két legnagyobb forgalmazó viszont nem nézi jó szemmel a túlzott akciókat.

A Tesco például 839 forintos dömpingáron értékesíti a kifutott mozifilmeket. Az egyik legnagyobb hazai forgalmazó, az InterCom ugyanakkor úgy véli, versenyhátrányba kerülnek a főleg kisebb, független piaci szereplők által támogatott akciós termékek miatt. (index.hu, 2005. 02. 25.)

gazdaság, fogadtatás

Ellenőrzött román média

Traian Basescu államfő szerint a romániai sajtó egy részét olyan érdekcsoportok ellenőrzik, amelyek alappilléret alkotják az országban burjánzó korrupciónak. Eközben az új bukaresti hatalom azon tüsténkedik, hogy leválsa az állami közintézmények ama vezetőit, akiket a korábbi kormány nevezett ki. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 23., 9. old.)

fogadtatás

Fokozott fellépés a kalózfilmek ellen – Már Magyarországon is dolgozik az FBI

Tovább fokozza a szerzői jogsértések ellen indított küzdelmét az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közhasznú Alapítvány (ASVA). A társaság a jövőben ellenőrizni kívánja a mozik belső szabályzatát, az amerikai sikerfilmek szinkronizálásban részt vevő négy nagy stúdiót, valamint vizsgálatot tervez a hazai DVD-gyártóknál is. Magyarországon minden második DVD illegális, így a filmiparban tevékenykedő jogtulajdonosoknak okozott kár becslést értéke a Motion Picture Association számításai szerint évi 20 millió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Ehhez hasonló a helyzet Csehországban, miközben Ukrajnában, Romániában és Szerbiában a feketepiac mindent ural. Szakértők szerint itthon mintegy tucatnyi „profli” üzemelteti azt a rendszert, amelyben becslések szerint több tízezren vesznek részt. A filmek többségét a mozikból és szinkronstúdiókból lopják el. Az ASVA kalkulációiból az is kiderül, hogy a feketepiac forgalma Magyarországon negyede a 92 milliárd forintos legális piacnak. A legrosszabb a VHS-k és a DVD-k helyzete, ahol a legálissal teljesen azonos méretűre teszik a feketepiacot.

Összehasonlításképpen: az USA-ban a filmes illegális piac forgalmát 2004-ben 3,5 milliárd dollárra becsülték, szakértők szerint az idén már 5,3 milliárdra nőhet ez a szám. Kálmán András jelezte: céljuk, hogy minden eszközzel megpróbálják a feketepiac további terjedését megakadályozni. Magyarországon egyébként tavaly 312 szerzői jogsértéssel kapcsolatos ügyben jártak el az ASVA munkatársai, közülük többekkel szemben a károsultak polgári pereket is indítottak. Várhatóan az idén még több esetben kell majd a rendőrséggel együttműködő szervezetnek fellépnie. Közben megérkezett Magyarországra az az FBI-ügynök is, aki a helyi nyomozókkal próbál majd szorosabb együttműködést kialakítani. Kálmán András jelezte: a szövetségi nyomozó a közép- és kelet-európai régió illegális filmterjesztése elleni fellépés koordinációjáért is felelős lesz. Az igazgató ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni az ismeretterjesztésre is, hogy tudatosítsák az emberekben: bűncselekményt követnek el az internetes filmterjesztéssel. Az ASVA idén 119 millió forintot fordít reklám- és PR-tevékenységre – 40 millióval többet, mint 2004-ben. (mno.hu, 2005. 02. 03., MBBJ, 2005. 02. 07., 14. old.)

érdekképviselés, felhasználási jog, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Gazdára találtak a Cézár-díjak

Kiosztották a francia Filmművészeti és Filmtechnikai Akadémia Cézár-díjait. A legjobb hazai alkotásnak járó elismerést a *Kerülő* című film kapta, amely ezen kívül másik három kategóriában is nyert. A legjobb külföldi filmnek Sofia Coppola *Elveszett jelentés* című alkotását ítélték. A legjobb európai uniós indulónak járó Césarral Emir Kusturica, *Az élet egy csoda* című filmjét tüntették ki Párizsban. (radio.hu, 2005. 02. 27.)

fogadtatás

Guantanamo Guide-valóságshow

A legnagyobb példányszámú német bulvárlap *A britek a tv-ben eljátszák Guantanamót* címmel tudósít a televíziózás újabb mélypontjáról. Az angol Guantanamo Guide névre keresztelt valóságshow-ban az önkénteseket ketrecbe zárják, és műsornak nevet adó támaszponton megszokott módszerrel kínozzák. A résztvevők közé tartozik három muzulmán és négy fehér fiatal. Az amerikai kihallgatási szakértők 48 óráig kínozták a foglyokat. Magát a műsort február végén sugározzák. A foglyoknak szexuális és vallási megaláztatásokat kellett eltűrniük, nem hagyták őket aludni, valamint hőmérsékleti sokknak is kitették őket. Hét óra után az első játékos önként elhagyta a ketrecet, míg a másikat testének vészes lehűlése miatt kivitték a műsorból. A műsort készítő Channel 4 csatorna nem kívánja megérteni a felháborodást. Dorothy Byrne a híradó vezetője kijelentette: „azt kívántuk megmutatni nézőinknek, hogy milyen módszereket alkalmaznak Guantanamóban. Azt kérdeztük magunktól, hogy vajon a kínzás miként működik, és mit árul el az értékeinkről. A résztvevők kezdettől fogva tudták, hogy mire vállalkoznak.“ (mno.hu, 2005. 02. 11.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Győzike, a nézett roma

A Gáspár Gyözővel készült kukkoló-show első adása nem igazolta a korábban megkérdezett szakértők aggályait. Ők a romákkal szembeni előítéletek erősödésétől tartottak a valóságshow kapcsán.

A főszereplő eddigi médiaszereplései és a műsort beharangozó rövid filmek alapján attól féltek, hogy a Romantic énekesre ráerősít a romákkal kapcsolatos sztereotípiákra.

A Győzike-show-t első epizódját 1,8 millióan nézték az RTL Klubon, félmillióval többen, mint a TV 2-n párhuzamosan sugárzott Bagi-Nacsa-kabarét, és háromszor annyian, mint a köztévén adott segélykoncertet. Antalóczy Tímea szociológus – aki a múlt héten az előzetes hírek alapján „a különböző kultúrák közti párbeszéd látszatát keltő üzleti vállalkozásnak” nevezte a show-t, amely semmiképp nem járulhat hozzá az előítéletek csökkentéséhez – az első rész megnézése után úgy vélte: Győzike jobb képet mutat magáról, mint a korábbi médiaszereplésin. Azt Antalóczy Tímea szerint komoly kutatásoknak kell kideríteniük, hogy milyen hatással lesz a műsor a romák megítélésére. A reality műfajjal is foglalkozó szakértő szerint a bemutatkozó műsorban volt pozitívum: az erős családi összetartás. Győzike annak a sztereotípiának felel meg, ahogyan a nem romák képzelik el a romákat. A nézők érettségén múlik, hogy valóban általánosítanak-e az énekes viselkedése alapján – nyilatkozta Ignác József, a Rádió C főszerkesztője. György Péter esztéta úgy vélte: „a rossz ízlésű úrgazdag és a csekély értelmű medveboc” szerepét felvevő Győziket kihasználja az RTL Klub, az énekesnek pedig semmi köze sincs a roma populáció döntő többségének mindennapi életéhez. Ám félő, hogy a nézőkben összekeveredik a Győzike által megjelenített kép a romákról kialakítottal. Elkésérítőnek és siralmasnak nevezte a show indulásának a hírt Daróczi János, a Magyar Televízió Roma Magazinjának szerkesztője, aki az előzetesek alapján rosszabbra számított, mint amit végül látott. Szerinte az RTL eszközként használja Győziket, aki hozza önmagát, s végtére is szerethető figura. Csakhogy a műsor hamis képet ad a magyarországi romák helyzetéről. A médianak óriási szerepe van abban, hogy a társadalom nagyobbik része milyen képet alakít ki a romákról. Természetesen köztük is vannak gazdag emberek, ahogyan Győzike is az, akinek a nagybevásárlása lehet, hogy bosszantott sok szegényt. Daróczi szerint éppen Győzike szerepeltetése mutat rá arra, hogy a szélsőséges körülmények között élők helyett mennyire hiányoznak a képernyőről a hétköznapi romák. (nol.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás, fogyasztás, tartalomkínálat

II. János Pál: Az internet csodálatos eszköz

A modern tömegkommunikációs technológia, az internet csodálatos eszköz, a gondviselés adta lehetőség, amelyet az egyház és a hívők is bátran, félelem nélkül használhatnak – olvasható II. János Pál pápa legújabb apostoli levelében. A 19 oldalas vatikáni dokumentum „A gyors fejlődés” címet kapta, és a globalizált világ kommunikációs eszközeiről szól. Ezek óriási jelentőséggel bírnak az egyház számára is, mivel az evangelizációra is felhasználhatók, ugyanakkor az veszélyes, hogy sokak számára a virtuális valóság az egyetlen, amely életüket irányítja. (mno.hu, 2005. 02. 22.)

fogadtatás

Illegálisan töltik le a britek a legtöbb tévéműsort a netről

Az internethasználat-monitorozással foglalkozó Envisional cég tanulmányából kiderül, a brit internetezők a legnagyobb fogyasztói a tévéműsorok világhálón elérhető kalózkópiáinak. A tengerentúlon vetített sorozatok vadonatúj epizódjainak digitalizált példányai általában már néhány órával vetítésüket követően letölthetők az internetről.

A széles sávú internet-elérések, valamint a BitTorrent és egyéb letöltő szolgáltatások nagymértékű elterjedésének köszönhetően a tévéműsorok illegális letöltésének aránya a brit felhasználók körében a tavalyi év során 150 százalékkal bővült. A felmérés készítőinek becslései szerint a brit felhasználók körülbelül a szerzői jogot sértő letöltések 18 százalékáért

felelősek, de az ausztrál internetezők közül is sokan szerzik be a világhálóról kedvenc sorozataik részeit. A tévéműsorok interneten való ingyenes letöltésének a tévécsatornák és a kábeltelevíziós szolgáltatók mellett a hirdetők látják kárát, mivel az online terjesztett kópiák nem tartalmazznak reklámokat. (origo.hu, 2005. 02. 21.)

fogyasztás, fogadtatás

Kenyeres Bálint kapta a Fehér György-díjat

Első alkalommal adták át a Fehér György-díjat, a két és fél éve elhunyt film-és tévérendező születésének évfordulóján. A díjazott a Filmszemlén legjobb kisfilmes rendező díjat elnyert Kenyeres Bálint.

Kenyeres a Hajnal előtt című tizenhárom perces rövidfilmjével nyerte el a kuratórium elismerését és a díjat, ami Müller Árpád festőművész erre az alkalomra festett alkotása. (index.hu, 2005. 02. 14.)

fogadtatás

Kultfilm-sikert hozott a Filmszemle

Rekordnézőszám, de a szokottnál gyengébb színvonal jellemezte a 36. Magyar Filmszemlét. A fődíjat a kultfilm-gyanús Fekete kefe nyerte, a közönségdíjat az Argo vitte el. A Diákzsűri szerint mélyponton vagyunk.

A 21 nagyjátékfilm, 42 dokumentumfilm, 26 kisjátékfilm és 10 kísérleti film vetítéseire az előzetes adatok szerint közel 50 ezren voltak kíváncsiak (tavaly 42.600-an). Csak a dokumentumfilmeket több mint hétezeren nézték meg, jóllehet a kritikák szerint ezek színvonala is csupán közepesnek volt mondható.

Díjazott játékfilmek:

Fődíj: Fekete kefe (Vranik Roland)

Legjobb rendezés: A porcelánbaba (Gárdos Péter)

Rendezői látvány: Nyócker (Gauder Áron)

Legjobb női alakítás: Gryllus Dorka (Dallas Pashamende)

Legjobb férfi alakítás: Cserhalmi György (A fény ösvényei)

Legjobb női epizód alakítás: Tóth Ildikó (Ég veled!)

Legjobb férfi epizód alakítás: Csányi Sándor (A porcelánbaba, Állítsátok meg Terézanyut!, A fény ösvényei)

Legjobb forgatókönyv: Ég veled! (Pacskovszky József, Sándor Pál, Gózon Francisco)

Legjobb első film rendezői: A fény ösvényei (Mispál Attila)

Legjobb operatőri munka: Fekete kefe (Pohárnok Gergely)

Arany mikrofon díj (legjobb hangmérnöki munka): Balázs Gábor (Dallas Pashamende, A fény ösvényei, Állítsátok meg Terézanyut)

Arany olló díj (legjobb vágás): Politzer Péter (A fény ösvényei)

Gene Moskowitz különdíj: Gárdos Péter (A porcelánbaba)

Közönségdíj: Argo (Árpa Attila)

A Diákzsűri díjazottjai:

Nagyjátékfilm fődíj: Mispál Attila: A fény ösvényei

Különdíj: Gárdos Péter: A porcelánbaba

Elsőfilmes fődíj: Szekeres Csaba : Kinder Garden

Különdíj: Vranik Roland: Fekete kefe

Dokumentumfilm fődíj: Zsigmond Dezső: Csigavár

Különdíj: Moharos Attila: Székelyföldi szolgasorsok

Fődíj: Mészáros Péter: Kyrie

Különdíj: Czukor Balázs és Horváth Kristóf (Undorground)

(fn.hu, 2005. 02. 08.)

fesztivál, fogadtatás, fogyasztás

Lassul a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése

Lassulni látszik a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése – állapította meg a Jupiter brit informatikai kutatóintézet egy minap közzétett tanulmányában, míg egy másik tanulmány a mobiltelefonokra szóló tévéműsorok megkezdésének késését jósolja. A kutatók szerint az akkumulátorok kapacitása és a telefonok mérete a két legnagyobb akadály annak útjában, hogy a mobilok igazi multimédiás eszközzé váljanak. A felhasználók fő szempontja ugyanis az, hogy a telefon kicsi legyen, és sokáig működjön egy feltöltéssel. A mai, többfunkciós mobiltelefonok már képesek video- és képüzenetek továbbítására, letöltésére, továbbá fényképezőgépek és játékeszközök is egyben. Ha ehhez még az egyszerű webkapcsolat, a gyors zeneletöltés lehetősége és a tévéműsorok vétele is csatlakozik, akkor jelentősen meg kell növelni akkumulátor kapacitását. A Gartner kutatóintézet tanulmánya a mobil telefonokra szóló, valós idejű televízióadás késlekedését vetíti előre, legalábbis Európában. A tanulmány azt is hangsúlyozza, hogy a fogyasztók vélhetően a tévézés mostani költségeivel hasonlítják majd össze a mobiljukon élvezhető adás árát is, ez pedig azt jelenti, hogy túl sok pénzt nem akarnak majd erre fordítani. A Gartner végső következtetése az, hogy 2007 előtt nem valószínű a mobiltelefonon vehető tévéadások beindulása. (prim.hu, 2005. 02. 16.)

technológia, fogadtatás, gazdaság

Lemondott a CNN hírigazgatója

Lemondott az amerikai hírtelevízió, a CNN hírigazgatója az Irakban meghalt újságírók halálával kapcsolatban tett kijelentése miatt. Eason Jordan még a davosi világgazdasági fórumon adott annak a véleményének hangot, hogy Irakban több újságírót is a szövetségesek lőttek le. Később részben visszavonta és pontosította a kijelentést, ám az ügy olyan botrányt kavart, hogy a csatorna jó hírnevének védelmére hivatkozva beadta lemondását. (mno.hu, 2005. 02. 12.)

társaság, fogadtatás

Lengyelország – regionálisan terjeszkedő médiacégek

A lengyel piac egyik meghatározó mediavállalkozására, az ITI Holdingra szép napok várhatnak, elnökké választották ugyanis a pénzügyi fenegyerekének titulált Wojciech Kostrzewat.

Wojciech Kostrzewának ambiciózus tervei vannak, azt szeretné, hogy az ITI 2010-re regionális szereplővé váljon. Az elemzők szerint a tervek reálisak, ez pedig komoly hatást gyakorolhat a lengyel médiapiac többi szereplőjének üzleti esélyeire is. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

társaság, fogadtatás

Magyar Oscart alapított az RTL Klub

A tervek szerint évente megrendezendő versenyben az utóbbi nyolc év húsz, legalább százezer nézőt vonzó alkotása, illetve azok producerei, rendezői által nevezett színészek indulhatnak, mondta Kolosi Péter programigazgató, aki bízik benne, hogy idén készül annyi százezer nézőnél többet vonzó sikerfilm, hogy már érdemes legyen megrendezni a jövő évi gálát is. A film-kategória nyertesei ötvenmillió forintot vehetnek át a gálán, az összeget következő közös alkotásukra kell fordítaniuk. Kolosi Péter tájékoztatás szerint a kírás kritériumainak megfelelő filmek közül internetes, sms- és képeslapos szavazással választhatják ki a nézők azt az öt alkotást, amelyek az egyharmad arányban a filmes szakma szervezeteinek delegáltjaiból, kétharmadban pedig a voksoló nézők közül kisorsoltakból álló zsűri tagjai elé kerülnek. A legjobb „minőségi közönségfilmeket” elismerő Aranycsirke díjat abból a pénzkeretből finanszírozza a kereskedelmi csatorna, amelyet a médiatörvény szerint magyar alkotások támogatására kell fordítania. A szavazáson nem csak az RTL Klubbal

koprodukciónban készülő filmekre lehet szavazni, az egyetlen szempont a százezret elérő nézőszám.

A Tv2 a filmszemle alatt osztott ki hasonló nagyságrendű 25 millió forintos támogatást, ennek ellenére mindkét kereskedelmi csatorna filmfinanszírozási gyakorlatát bírálja az ORTT, amely tavaly júliusban 300-300 millió forintos kötbért rótt ki mindkét adóra, mert a médiahatóság szerint 2001-ben és 2002-ben az RTL Klub és a TV2 is a törvényben előírtnál kevesebbet költött magyar nyelvű filmek támogatására. (index.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Mire keres a magyar? – szex, porno, pandora

A külföldi keresőkről már több elemzés készült, egy tanulmányban kimondottan egy magyar kereső, a népszerű és jól ismert Goliat által szolgáltatott friss adatokra támaszkodott a szerző, isite.hu. Megállapítható, hogy a 2004-es év sem hozott komoly változást a magyarok keresési szokásaiban. A Goliat kereső által készített TOP 500-as listában még mindig a szex, porno, pandora, illetve az erotika szavak állnak az első helyeken! A toplistában szereplő szavakra keresés darabszáma összesen 5.000.000 keresés.

Összesített toplistá: 1. szex, 2. magyar, 3. porno, 4. pandora, 5. dvd, 6. erotika, 7. mp3, 8. Budapest, 9. ingyen, 10. térkép

(prim.hu, 2005. 02. 13.)

fogadtatás, fogyasztás

Nem fogadták el a Magyar Rádió közszolgálati beszámolóját

Nem fogadta el a Magyar Rádió Rt. tavalyi utolsó negyedévi közszolgálati beszámolóját a Magyar Rádió Közalapítvány kuratóriumi.

Gellért Kis Gábor, a Közalapítvány Kuratóriumának elnöke elmondta: a beszámolót négyen elutasították, míg hárman elfogadták. Hozzátette: a kormánypárti tagok azért nem fogadták el a dokumentumot, mert úgy látják, hogy a Magyar Rádióban továbbra sem pártatlan és kiegyensúlyozott a tájékoztatás. (mno.hu, 2005. 02. 07.)

szabályozás, fogadtatás

Nyolcmilliárd forint a köztvé hiánya

Nyolcmilliárdos hiánnyal zárja a Magyar Televízió (MTV) a tavalyi évet, és 2,5-3 milliárd forint körüli a megtakarítása. A magas hiányt részben azzal magyarázzák, hogy 2004-re – körülbelül 33 milliárdos költségvetés mellett – 10,8 milliárd forintnyi rendkívüli állami juttatással kalkulált az intézmény, ám ebből csak 4,8 milliárdhoz jutott. Az intézmény – a műsorterjesztési költség mintegy 6,8 milliárd forintos támogatása mellett – idén 18-20 milliárd állami juttatásra számíthat. Közben szakmailag tévesnek ítélte az MTV új szervezeti struktúráját három reprezentatív szakszervezet (a Televíziós Dolgozók Szakszervezete, a Televíziós Műsorgyártók Érdekvédelmi Szervezete és a Gyártásvezetői Szakszervezet). Az érdekvédők levélben emlékeztették Rudi Zoltán tévéelnököt egy tavaly nyári megbeszélésükre, amikor felhívták a figyelmet, hogy a televíziózásban járatlan külső cég megbízása az új struktúra kidolgozására pénzkidobás. Úgy látják, félelmük beigazolódott. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 19., 2. old.)

érdekképviselő, gazdaság, fogadtatás

Nyomtatott újság – online újság

Norvégiában az újságolvasás adatai, beleértve az internetes sajtót elképesztők. A négy és félmillió norvég 7-800.000 példányban veszi meg a három vezető napilap mindegyikét. A legnagyobb újság, a Verdens Gang online változata, a VG Nett is napi 720.000 látogatót vonz. A VG tavaly 15.000 példánnyal kevesebbet adott el, mint 2003-ban. Bernt Olufsen főszerkesztő úgy gondolja, hogy ebben az online változat konkurenciája is ludas. Ezért korlátozásokat vezetett be. Például a nagy vezető cikkeket ezentúl csak a nyomtatott kiadás hozza; a vásárlással, fogyasztással kapcsolatos cikkek csak délután jelennek meg az online változatban.

Rick Edmonds, a Poynter Institute gazdasági elemzője szerint az amerikai lapoknál más a helyzet. Miközben egyre kevesebbet adnak el a nyomtatott változathoz, az online forgalom évi 30-35 százalékkal, az élbolyban 60 százalékkal nő.

Az elemző véleménye szerint itt az ideje elgondolkozni azon, hogy a kiadóknak előbb-utóbb át kell állniuk egy új, kettős üzleti modellre. Ami azt jelenti, hogy lapok online változatát nem valami kiegészítésnek tekintik a nyomtatott újsághoz képest, hanem egyenrangú bevételi forrásnak.

Ennek a tartalom előállításában is le kell majd vonni a következményeit. A kellő számú és megfelelően képzett újságíró alkalmazó szerkesztőségnek eleve mind a két médium számára kell termelnie. (nol.hu, 2005. 02. 19.)

fogyasztás, fogadtatás

Online média: inkább ingyen

A Cyberjournalist.net website közzétette azoknak a lapoknak a listáját, amelyek jelenleg pénzt kérnek honlapjuk használatáért. Az Egyesült Államok 1400 lapja közül mindössze 35 napilap teszi ezt. A legtöbb sajtó-honlap ingyenes. Az év elején a New York Times-csoport vezetője a Business Week magazinnal szembehelyezkedve úgy nyilatkozott: az olvasók egy generációja hozzászólt, hogy ingyenesen jut hozzá minőségi információkhoz a hálón. Nem sokkal később mégis felmerült az ötlet, hogy fizetőssé váljon a New York Times honlapja, a javaslatot azonban elvetették. Az ingyenesség legfőbb oka az a félelem, mely szerint rengeteg internetlátogatót veszítenének el, és ennek megfelelően csökkenne a portál hirdetési értéke. (vg.hu, 2005. 02. 01.)

fogadtatás, gazdaság

Pénzhiány miatt vége az újvidéki rádió magyar nyelvű műsorainak?

Nincs pénz az újvidéki rádió magyar nyelvű műsoraira, ezért előfordulhat, hogy azok meg is szűnhetnek.

A szerkesztőség levélben hívta fel a vajdasági parlament és a kormány figyelmét, hogy a pénzhiány ellehetetleníti az egész kisebbségi tájékoztatást, mivel az újságírók nem lehetnek jelen minden olyan eseményen, amely érdekli és érinti a vajdasági magyarságot. (mno.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás, gazdaság

Igény szerinti televíziózás

Képzeld el, hogy este vacsora után leülünk a fotelba, és a tévéket bekapcsolva egy interaktív menü fogad minket, ahol több tucat film közül választhatunk, pont úgy, mintha saját videotékánk lenne. Csak néhány gombnyomás a távirányítón, és máris elindul a kívánt mozi. El lehet felejteni a kötött műsorrendet, a televízió-újságot és a reklámokat is!

Bill Gates álláspontja szerint ez a jövő televíziózása. Las Vegasban tartott előadása során az új technológiák szerepéről beszélt, és szinte már temette a hagyományos műsorszórást. Többfajta video-on-demand (igény szerinti videózás) szolgáltatás létezik már ma is, ezek valószínűleg egymást kiegészítve terjednek majd el az igen közeli jövőben. Gondoljunk csak a digitális műsorszórásra vagy a nemrég hazánkban is elindult internetes filmszolgáltatásra.

A hagyományos televíziós társaságok közül sokan rettegnek az új technológiától – hiszen így megszűnik majd a csatornahűség fogalma -, mások pedig nyugalomra intenek: mindig lesznek olyanok, akik szeretik, ha mások foglalkoznak a műsorrend összeállításával. (nol.hu, 2005. 02. 25.)

fogadtatás, technológia

Tarr Béla kapja Andrzej Wajda Békedíját

Tarr Béla magyar filmrendező kapja az American Cinema Foundation 2005-ös Andrzej Wajda Békedíját. A zsűri indoklása szerint „Tarr Béla az európai film azon rendezői közé tartozik, akik meghatározó módon szélesítették a filmművészet látókörét, és új mozgóképes eszköztárat hoztak létre. Filmjei igazi kihívást jelentenek a néző számára. A bennük látott képekből, arcokból, tájakból és látványelemekből önálló univerzum jön létre. Tarr összetéveszthetetlen kézjegye a rendkívüli időkezelés. Filmjei eredeti gondolatokat közölnek, korunk problémáival foglalkoznak, és filozofikus mélységgel rendelkeznek. A kortárs film számára ezért modellértékűek.” (mno.hu, 2005. 02. 03.)

fogadtatás

További növekedés várható az online kommunikációban

Az európai fogyasztók teljes médiafogyasztásában egy év alatt duplájára nőtt az internet. A 2003-ban mért 10 százalékról 2004-ben 20 százalékra nőtt az internet súlya. Ma már több időt töltenek az interneten az európaiak, mint a magazinok és a napilapok olvasásával. Az internethasználók száma Magyarországon még nem túl magas ugyan európai viszonylatban, ugyanakkor egy év alatt 23 százalékkal nőtt: 2004 második és harmadik negyedében 1,8 millió ember mondta el magáról, hogy internethasználó a Szonda Ipsos kutatóintézet Nemzeti Médiaanalízisének adatai szerint. A fentiekben vázolt pozitív folyamatok megmozgatják a reklámpiacot is. A hazai online reklámozás minden várakozást felülmúlóan bővült a tavalyi évben, 2004-ben a 60 százalékos növekedéssel nagyjából 4 milliárd forintot tett ki, ami a reklámtorta közel három százaléka.

A megnövekedett hirdetési igényeknek köszönhetően a tavalyi évben több alkalommal is hetekre, sőt hónapokra előre elfogytak a prémium online hirdetési helyek, egy halom keresősőről, linkhirdetésről nem is beszélve, melyeket akár fél évre előre le kellett foglalni. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás

TGI – keleten nem menő a mozi

A kelet-európaiak nagyon keveset járnak moziba – derült ki a TGI mozizásról szóló Globális Fogyasztói Barométeréből. A mostani, moziba járásról kutatás szerint legkevesebbet a kelet-európaiak járnak moziba, ezen belül a magyarok kilenc százaléka, a romániai megkérdezetteknek csupán négy, a lengyelek öt százaléka jutott el moziba az elmúlt egy hónap során a kutatás adatai szerint. A kutatócég ezt annak tudja be, hogy ezekben az országokban a magas költségek miatt mellőzik az emberek ezt a szórakozási formát. Ezt támasztja alá az a tény is, hogy Magyarországon elsősorban a legjobb körülmények között élő, a fogyasztói státuszúak 19 százaléka volt moziban az elmúlt hónapban, addig a

legalacsonyabb státuszúaknak csak négy százaléka.
Magyarországon a moziba járó többség amerikai filmet néz, de a kutatásból kiderült, hogy egy magyar film úgy is sikeres lehet, ha eltérő célközönséget szólít meg, mint a többi sikerfilm. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogyasztás, fogadtatás

Véget ért a 77. Oscar-gála

Az Oscar-nyertesek listája:

Legjobb film: Millió dolláros bébi

Legjobb rendező: Clint Eastwood (Millió dolláros bébi)

Legjobb színésznő: Hilary Swank (Millió dolláros bébi)

Legjobb színész: Jamie Foxx (Ray)

Legjobb női mellékszereplő: Cate Blanchett (Aviátor)

Legjobb férfi mellékszereplő: Morgan Freeman (Millió dolláros bébi)

Legjobb adaptált forgatókönyv: Kerülő utak

Legjobb eredeti forgatókönyv: Egy makulátlan elme örök ragyogása

Legjobb külföldi film: Belső tenger (Spanyolország)

Legjobb operatőr: Robert Richardson (Aviátor)

Legjobb animációs film: A hihetetlen család

Legjobb eredeti filmzene: Én, Pán Péter

Legjobb betétdal: „Al Otro Lado Del Río” (Che Guevara – A motoros naplója)

Legjobb dokumentumfilm: Born Into Brothels

(index.hu, 2005. 02. 28.)

fesztivál, fogadtatás

A plakát mint szemcsapda

Megalakult a Magyar Plakát Társaság, ezzel egy időben az alapítók közös kiállításon mutatkoznak be. Pócs Péter elnök a társasággal a plakátművészet eltűnését szeretné megakadályozni, konferenciákkal, díjakkal és kiállításokkal akarja felhívni a figyelmet a műfajban rejlő lehetőségekre. A társaság alapítói díjakat szeretnének alapítani, érdekvédelmi szervezetként működni, konferenciákat szervezni, vagyis szeretnék egy szervezetben összefogni a plakátművészettel foglalkozó alkotókat. (Magyar Hírlap, 2005. 02. 01., 2. old.)

érdekképviselet, fogadtatás

A napi sajtó helyzete

Míg az országos politikai napilapok példányszáma csökken, a tematikus napilapok szűk piacán alig érezhetően, de nőtt a kereslet. A specializált lapok jövője mégis bizonytalan, mivel a hirdetők még nem fedezték fel a szűk célcsoportoknak küldött üzenetekben rejlő lehetőségeket. A Magyar Terjesztésellenőrzési Szövetség (Matesz) adatai szerint az elmúlt években fokozatosan átrendeződött a napilappiac. A politikai napilapok olvasottsága csökken; ezt a folyamatot eddig egyetlen újság sem tudta megállítani. Ezzel párhuzamosan viszont nőtt a bulvárlapok olvasótábora. Ugyanakkor a bulvárlapok példányszámának növekedésével párhuzamosan az utóbbi időben a megyei napilapok olvasottsága is rendületlenül nőtt.

A négy magyarországi tematikus napilap, a Világgazdaság (VG), a Napi Gazdaság, a Nemzeti Sport és a kicsit kakukktojásnak számító Expressz hirdetési újság sok szempontból különböző olvasótábora miatt eltérő problémákkal kénytelen ugyan szembenézni, helyzetük mégis sok tekintetben hasonló. Az újságok optimizmusát némiképp beárnyékolja az, hogy a hirdetők még nem fedezték fel igazán a tematikus napilapokban rejlő lehetőségeket. Médiaügynökségi információk szerint hirdetési alapon, 2004. január és november közötti időszakot vizsgálva, a Napi Gazdaságnak a, a Világgazdaságnak 1,5, míg a Nemzeti Sportnak 3,6 százalékos részesedése van a napilapokban reklámra fordított összegből. Az

Expressz lapcsaládhoz tartozik többek közt Expressz újság, az Expressz Képes Autó, a Mai Hirdetés, a Budapesti Szuperinfó, az Újpressz, vagy éppen a kisiparosokat és egyéb szolgáltatókat felsoroló Kisokos. Kisokos évi mintegy 170 kiadványa százezer cég és vállalkozás adatait tartalmazza, összesen 7,5 millió példányban. Az Expressz csoport súlyát jelzi a 2004-ban elért több mint 10 milliárd forintos árbevétele. (Kreatív, 2005. 02. 11., 47. old.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Magyar Filmkritikusok Díja

A magyar filmkritikusok díját – amelyet Báron György az év filmjének járó elismerésnek nevezett Fliegaufer Benedek vehette át Dealer című filmjéért. Ráday Mihályt több évtizedes kiemelkedő televíziós munkásságáért érdemesítette díjra a zsűri. A magyar filmkritikusok Életmű-díját Makk Károly kapta. A legjobb női epizodista Balogh Edina (Dealer) lett, míg a férfiak közül Cserhalmi György (Temetetlen halott) vehette át ugyanezt az elismerést; a legjobb férfi főszerep díját Gáspár Tibor kapta a Másnap című filmben nyújtott alakításáért. A legjobb fiatal dokumentumfilmnek ítélt díj az idén Papp Bojánához került Tévé és én című filmjéért, a legjobb dokumentumfilm díja Kocsis Tibort illeti az Új Eldorádóért. (Napló, 2005. 02. 01., 3. old.)

fogadtatás

Fogyasztás

5,7 millió magyar netező 2006-ban?

Az Informatikai és Hírközlési Minisztérium célja, hogy Magyarországon a jelenleg 2,7 millió internetező mellett 2006 végére számuk további kétmillióval gyarapodjon – jelentette ki Kovács Kálmán a tárca vezetője. A tárca tervei között szerepel az is, hogy a jövő év végére minden közintézmény kapcsolódjon az internethez, egyre több ember számára elérhető legyen az elektronikus ügyintézés, s minél nagyobb kör férjen hozzá a digitális kultúrához. E célból hamarosan indul az az önkormányzati programsorozat, amelynek keretében 900 önkormányzat 18,5 milliárd forintból fejlesztheti elektronikus szolgáltatásait. A pénz nagy része, 14 milliárd forint európai uniós forrásból származik, a programhoz a magyar állam 4,5 milliárd forinttal járul hozzá. A szakemberek is reálisnak tartják, hogy a jövőben éves szinten 15-20 százalékkal mérséklődjenek a széles sávú internet-elérési tarifák. Hozzátette, valószínűsítik azt is, hogy 2006 végére megkétszereződik azok száma, akik széles sávú érnek el a világhálót. (fn.hu, 2005. 02. 01.)

fogyasztás, gazdaság

Csak döcögünk az infosztrádán

Bár több a bizakodó szakember, mint néhány éve, a magyar infokommunikációs áttörés egyelőre várat magára. Hazánk az utolsó helyen áll az Európai Unió országai között az egy főre jutó internet-kapcsolatok számában, a szolgáltatás drága, a világhálótól pedig sokan idegenkednek. A helyzeten alig javítottak a kormányzat lépései; az elektronikus közigazgatás technikai feltételei hiányoznak.

Szlovákia már a közvetlen közelében van annak, amit Magyarország 2006 végére szeretne elérni, vagyis hogy a lakosság több mint fele hozzáférjen a világhálóhoz. A Pozsonyból érkező hírek szerint ugyanis északi szomszédunkban mintegy 170 szolgáltató kínál nem támogatott internet-kapcsolatot havi 250 koronás – 1600 forintos – díjért, lényegében időkorlátozás nélkül, ez az ár pedig egy előzetes felmérés szerint a szlovákok 57 százalékának elég vonzó ahhoz, hogy előfizessen a szolgáltatásra. A bővülés tehát minden bizonnyal gyors lesz, s ezzel Szlovákia felzárkózik a fejlettebb európai országok, például Ausztria mellé, ahol a lakosság fele már most is rendszeresen internetezik. Magyarországon a jelen állás szerint ott tartunk, hogy a 15 évesnél idősebb korosztály 21 százaléka, vagyis csupán 1,8 millió ember használja rendszeresen – otthonában, az iskolában, a munkahelyén vagy valamelyik internet-kapcsolatot kínáló nyilvános állomáson – a világhálót, s egyelőre nem nagyon látszik, mitől és mikor kaphat valódi lendületet a bővülés.

A gátló tényezők között a szakemberek az árakat szokták emlegetni, de vannak olyan vélemények is, amelyek szerint nem ez a legnagyobb probléma. Több kutatás is azt mutatja, hogy ma már nem az ár az internet-használat terjedésének legnagyobb gátja, hiszen a piacon olyan szolgáltatók is megjelentek, amelyek előfizetés nélkül kínálnak. Egyes vélemények szerint a hazai alacsony internet-penetráció fő oka az elégtelen internetkultúra; az emberek most kezdik megismerni a világháló nyújtotta lehetőségeket. A szolgáltatók között ugyanakkor már javában tart a verseny, s ez az áron is érződik. Több friss tanulmány is arra hívja fel a figyelmet, hogy mind a díjak letörésében, mind a világháló népszerűsítésében komoly szabályozóeszközök lennének a kormányzat kezében, de nem úgy látszik, mintha az állam hatékonyan használná ki a katalizátori szerepet. A 2003-ban hozott hírközlési törvény nyomán ugyan nyitottabbá vált a piac, de nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket az a passzus, amely nagykereskedelmi árú vonalas szolgáltatásra kötelezte a telefonszolgáltatókat azokon a területeken, ahol nincs széles sávú kapcsolatot biztosító infrastruktúra, mert az internet-szolgáltatók nem vállalták az ezzel járó nagy üzleti kockázatot. Ráadásul mivel a szaktárca sem lát túl a telefonvonal-alapú, széles sávú internet-kapcsolatok kiépítésének

támogatásán, ezzel hátrányba kerülnek az egyéb technológiák terjesztői. (mno.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Az új belépők többsége a szélessávot választja

A Nemzeti Szélessávú Stratégia elkészítésével foglalkozó NSZS 2005 projekt keretében az Ariosz Kft. által készített felmérés szerint 2004 decemberében a magyar háztartások 34,5 százaléka rendelkezett legalább egy darab számítógéppel. A háztartások 17 százaléka (665 ezer háztartás) rendelkezett internet-hozzáféréssel, ám az internet-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya 14,7 százalék (569 ezer háztartás), mivel a háztartások 2,5 százaléka előfizetés nélkül, úgynevezett nyílt interneten keresztül kapcsolódik a világháléhoz. A 665 ezer internetes háztartásból 318 ezer (48 százalék) a szélessávú internet-eléréssel rendelkező háztartás. A felnőtt lakosság 26 százaléka használta az elmúlt hat hónapban az internetet. Ugyanez az arány a 14 évnél idősebb népességen belül 28,4 százalék. A kutatás rávilágított, hogy az elmúlt időszakban jelentős mértékben megváltozott a társadalom világhálóval kapcsolatos beállítottsága. Míg a korábbi vizsgálatok szerint rendre az érdeklődés hiánya volt az internet terjedését gátló legfőbb tényező, addig a mostani kutatás válaszadóinak mindhárom csoportja (internetező, internet vásárlását tervezők, illetve nem tervezők) a legsúlyosabb akadálnak a hozzáférés magas árát jelölték meg. A keskenysávú kapcsolattal rendelkezők 5000 forintos havidíj esetén valószínűsítik meg nagy valószínűséggel váltási tervüket – 80 százalékuk jelezte, hogy ezen összeg alatt már komolyan fontolóra venné a szélessáv otthoni bevezetését. A hipotetikus felvetett „ADSL – telefon nélkül” és „kábelinternet – kábeltévé nélkül” konstrukciók lehetősége iránt a jelenlegi internetezők viszonylag nagy, az „olcsó szélessáv forgalmi korlátozással” konstrukció iránt kisebb érdeklődést mutattak. A kutatás tanúsága szerint a szélessávú internet-csatlakozás legfőbb specifikus előnye a keskenysávú hozzáféréshez képest nem a sebesség – bár természetesen annak is örülnek a használók –, hanem az állandó, korlátlan kapcsolat léte, s annak átalánydíjas jellege. Fontos előny még az internet-kapcsolat és a telefonhasználat párhuzamos lehetősége. A felmérés arra is rávilágított, hogy az otthoni internet-használat potenciális növekedési bázisa szempontjából az otthoni PC hiánya kisebb akadályozó tényezőnek tűnik, mint az internetes tapasztalat hiánya. Azaz, az új belépők következő hulláma nagyobb eséllyel fog azon háztartások köréből bővülni, amelyek jelenleg ugyan nem rendelkeznek otthon PC-vel, de máshol (pl. iskolában, munkahelyen, e-Magyarország ponton) használnak internetet, mint azok köréből, ahol otthon van már PC, de a háztartásban senkinek nincs internetes tapasztalata. (prim.hu, 2005. 02. 28.)

fogyasztás, fogadtatás, gazdaság

A felsőoktatási hallgatók még olvasnak újságot

A felsőoktatási hallgatók 72,1 százaléka minden nap olvas újságot, 59,3 százaléka hallgat rádiót és 58,5 százaléka néz televíziót. A hallgatók ugyanakkor a különböző médiumokra igencsak eltérő időt fordítanak, átlagosan a legtöbbet – 329 percet – rádióhallgatással töltenek, míg tévénézésre 85 percet, újságolvasásra 52 percet fordítanak. A felmérésben – amelyet a Magyar Egyetemi és Főiskolai Sajtó Egyesület, a Belvedere Meridionale Alapítvány és a Felsőoktatási Kutatóintézet végzett – 1008 diák vett részt. A kérdezettek 62 százaléka egyetemi, 38 százaléka főiskolai tanulmányokat folytat. Az elsősök 14,2 százalékkal, a harmadikosok 27,1 százalékkal, a többi évfolyam 20 százalékkal volt jelen a mintában.

A felmérés során főhangsúlyt a nyomtatott sajtóra helyezték, de nem vizsgálták a bulvár- és az ingyenesen terjesztett napilapokat. Népszerűségnek a kollégiumi lapok örvendenek.

A napilapok közül a legtöbben – a hallgatók 44,5 százaléka – a helyi megyei lapokat forgatja, amelyet a Népszabadság követ 33,3 százalékkal. A dobogó harmadik helyére – 26,3 százalékkal a Magyar Nemzet került. A hallgatók ötöde olvas gazdasági lapokat, így a Napi Gazdaságot és a Világgazdaságot. A diákok több mint háromnegyede, 77,6 százaléka olvassa rendszeresen a helyi egyetemi lapokat, míg a helyi kari lapokat a hallgatók 63,8 százaléka veszi kézbe. (nol.hu, 2005. 02. 03.)

fogyasztás

A Viasat3 befejezi a földi sugárzást

A csatorna így elkerülheti, hogy országos adóvá minősítsék át, és például híradót kelljen sugározni.

Földfelszíni műsorsugárzási engedélyének megszüntetéséről állapotodott meg az Országos Rádió és Televízió Testülettel a Viasat3 televíziót működtető társaság – közölte Kocsis Attila, a Viasat3 vezérigazgatója csütörtökön az MTI-vel.

„A Viasat3 műsora (...) kizárólag kábeles és műholdas előfizetői rendszereken érhető el” – mondta, hozzátéve, a budapesti AM-Mikro és az egész országban fogható műholdas UPC Direct hálózataival együtt a csatorna jelenleg több mint 1,7 millió háztartásban fogható.

2004 végére a csatorna országos kereskedelmi közönségaránya a 18-49 éves felnőtt lakosság körében megközelítette az 5 százalékot, sőt a nyár során a 6 százalékot is meghaladta. A csatorna hirdetési bevételei csaknem 50 százalékkal növekedtek 2004 első 9 hónapjában 2003 azonos időszakához képest, míg kifejezetten a III. negyedévben ez a növekedés a 80 százalékot is meghaladta. (index.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, fogyasztás, szabályozás, tartalomkínálat

Alcatel, Microsoft – internetes tévészövetség

Stratégiai együttműködést kötött februárban az internetes televíziózáshoz szükséges szoftverek piacán eddig konkurenciaként működő Alcatel és Microsoft. A két cég közös programot indít egy integrált tévémegoldás forgalmazására. A megállapodás szerint az Alcatel adja a hálózati és rendszerintegrációs eszközöket, míg a másik fél a szükséges alkalmazásokkal segíti a közös munkát. A két cég az együttműködéstől az internetes televíziózás költségeinek csökkenését, a megoldás gyorsabb elterjedését, illetve új szolgáltatások elterjedését várja.

A The Wall Street Journal Europe becslése szerint míg 2005-ben négy milliárd darabot értékesítenek majd az internetes televíziózáshoz szükséges vevőkészülékekből, 2009-re ez a szám eléri majd a 18 milliárd darabot. (kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

fogyasztás, társaság, technológia

Az osztrákok több mint fele internetezik

Rohamtempóban terjed az internetezés Ausztriában, ahol a 16. és 74. életév közöttiek 52 százaléka használta már tavaly a világhálót a munkahelyén vagy a lakásában – derült ki az osztrák statisztikai hivatal hétfőn közzétett adataiból. A felmérések szerint egy évvel

korábban még csak 41 százalékuk, 2002-ben pedig még csak a 37 százalékuk internetezett. Különösen az osztrák fiatalok körében terjed az internetezés, a 16. és 24. életév közöttiek 78 százaléka használta már tavaly a világhálót. A 25. és 34. életév közöttieknek a 73,1, a 35. és 44. életév közöttieknek pedig az 59,1 százaléka internetezett a 2004-es esztendőben, de az idősebb korosztályok tagjai is mind gyakrabban kapcsolódnak a világhálóra: a 65. és 74. életév közötti osztrákok közel 18 százaléka internetezett tavaly, az egy évvel korábbi 8,8 százalékkal szemben. (prim.hu, 2005. 02. 01.)

fogyasztás

Cseh médiapiac – a CME visszaszerezte a TV Novát

A Central European Media Enterprises (CME) médiavállalkozás 642 millió dollárért többségi részesedést vásárolt, így újra tulajdont szerzett Kelet-Európa egyik legnépszerűbb tévéállomásában, a TV Novában.

A CME közvélemény-kutatása szerint 43,4 százalékos eredménnyel a TV Novának van a legmagasabb egész napra vetített nézettsége Csehországban. A cég szerint további növekedés várható, miután a hirdetőkkel – akik eddig szerintük alulértékelték a cseh közönséget – reálisabb, piackövető reklámdíjakat fizetnek.

A társaságnak vannak érdekeltségei Romániában, Horvátországban, Szlovákiában és Ukrajnában, de kacsingat a lengyel piac felé is. A CME ezzel a bevásárlással vezető kereskedelmi médiatulajdonos lett a közép-európai térségben 85 millió nézővel. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogyasztás, társaság, fogadtatás

Fellendülhet a 3G-piac Németországban

A német távközlési ágazat szakmai szervezete, a Bitkom az idén 2,5 millió UMTS-előfizetőre, a jelenlegi előfizetői szám megtúszszereződésére számít.

Az UMTS technológiát 2004 végén 16,1 millió előfizető használta világszerte. 2003 végén számuk még mindössze 2,7 millió volt. Legtöbb használója, 8,8 millió, Japánban van, ahol 2002 végén vezették be elsőként a világon. Európában Olaszország vezet hárommillió előfizetővel, a második helyen pedig Nagy-Britannia áll 2,5 millióval. (fn.hu, 2005. 02. 28.)

fogyasztás

Fennállása óta először nyereséges évet zárt az Axelero Internet

Az Axelero Internet 2004-ben 65%-os növekedés mellett a 2003. évi 12 milliárd forinttal szemben 19,8 milliárd forint bevételt ért el. A megnövekedett forgalommal párosuló szigorú költséggazdálkodás hatására az EBITDA egy év alatt -0,8 milliárdról +1,8 milliárd forintra nőtt, az IAS szerinti adózás előtti eredménye pedig -2,1 milliárdról 655 millió forintra emelkedett. 2004-ben a vállalat internet-előfizetőinek száma 26,3%-os növekedéssel elérte a 251 ezret. Piaci részesedése a szélessávú internet-elérések terén 39%, a betárcsázós elérések terén pedig 43% volt, amellyel egyértelműen a piacvezető pozíciót tudhatja magáénak. A növekvő forgalomhoz nagyban hozzájárult a szélessávú internet – ezen belül elsősorban az ADSL – népszerűsítését célzó program, amelynek révén az évközben folyamatosan megemelt tervszámokat is túlteljesítve megduplázódott – 59 ezerről 118 ezerre nőtt – az ADSL ügyfélszám. Ez másfélszeres (147%-os) növekedés mellett 10,4 milliárd forint bevételt eredményezett. Emellett szintén jelentősen (128%-kal) nőtt a tartalomszolgáltatáshoz kapcsolódó forgalom, elérve a 1,6 milliárd forintot. Az Axelero által üzemeltetett [origo] internetes portál szintén kedvezően hatott a vállalat eredményességére. November 4-én a portál látogatottsága túllépte a napi másfél milliót, december 6-án pedig 591.157 látogató 15 millió letöltést (PI, page impression) produkált – szemben az előző év ugyanezen a napján mért 5,5 millió letöltéssel. Az [origo] a szélessávú tartalmakat – képet, zenét és videót – kínáló [origo>play] keretében 2004-ben olyan új és egyedülálló szolgáltatásokkal és tartalmakkal jelent meg Magyarországon először, mint például az [origo] Téka – VoD (Video-on-Demand) igény szerinti videó letöltés – vagy a Zeneáruház. (prim.hu,

2005. 02. 21.)

gazdaság, fogyasztás

Győzike, a nézett roma

A Gáspár Gyözővel készült kukkoló-show első adása nem igazolta a korábban megkérdezett szakértők aggályait. Ők a romákkal szembeni előítéletek erősödésétől tartottak a valóságshow kapcsán.

A főszereplő eddigi médiaszereplései és a műsort beharangozó rövid filmek alapján attól féltek, hogy a Romantic énekeसे ráerősít a romákkal kapcsolatos sztereotípiákra.

A Győzike-show-t első epizódját 1,8 millióan nézték az RTL Klubon, félmillióval többen, mint a TV 2-n párhuzamosan sugárzott Bagi-Nacsa-kabarét, és háromszor annyian, mint a köztévén adott segélykoncertet. Antalóczy Tímea szociológus – aki a múlt héten az előzetes hírek alapján „a különböző kultúrák közti párbeszédet látszatát keltő üzleti vállalkozásnak” nevezte a show-t, amely semmiképp nem járulhat hozzá az előítéletek csökkentéséhez – az első rész megnézése után úgy vélte: Győzike jobb képet mutat magáról, mint a korábbi médiaszereplésein. Azt Antalóczy Tímea szerint komoly kutatásoknak kell kideríteniük, hogy milyen hatással lesz a műsor a romák megítélésére. A reality műfajjal is foglalkozó szakértő szerint a bemutatkozó műsorban volt pozitívum: az erős családi összetartás. Győzike annak a sztereotípiának felel meg, ahogyan a nem romák képzelik el a romákat. A nézők érettségén múlik, hogy valóban általánosítanak-e az énekes viselkedése alapján – nyilatkozta Ignác József, a Rádió C főszerkesztője. György Péter esztéta úgy vélte: „a rossz ízlésű újjgazdag és a csekély értelmű medvebocs” szerepét felvevő Győziket kihasználja az RTL Klub, az énekesnek pedig semmi köze sincs a roma populáció döntő többségének mindennapi életéhez. Ám féltő, hogy a nézőkben összekeveredik a Győzike által megjelenített kép a romákról kialakítottal. Elkésérítőnek és siralmasnak nevezte a show indulásának a hírt Daróczi János, a Magyar Televízió Roma Magazinjának szerkesztője, aki az előzetesek alapján rosszabbra számított, mint amit végül látott. Szerinte az RTL eszközként használja Győziket, aki hozza önmagát, s végtére is szerethető figura. Csakhogy a műsor hamis képet ad a magyarországi romák helyzetéről. A médiának óriási szerepe van abban, hogy a társadalom nagyobbik része milyen képet alakít ki a romákról. Természetesen köztük is vannak gazdag emberek, ahogyan Győzike is az, akinek a nagybevásárlása lehet, hogy bosszantott sok szegényt. Daróczi szerint éppen Győzike szerepeltetése mutat rá arra, hogy a szélsőséges körülmények között élők helyett mennyire hiányoznak a képernyőről a hétköznapi romák. (nol.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás, fogyasztás, tartalomkínálat

Illegálisan töltik le a britek a legtöbb tévéműsort a netről

Az internethasználat-monitorozással foglalkozó Envisional cég tanulmányából kiderül, a brit internetezők a legnagyobb fogyasztói a tévéműsorok világhálón elérhető kalózkópiáinak. A tengerentúlon vetített sorozatok vadonatúj epizódjainak digitalizált példányai általában már néhány órával vetítésüket követően letölthetők az internetről.

A széles sávú internet-elérések, valamint a BitTorrent és egyéb letöltő szolgáltatások nagymértékű elterjedésének köszönhetően a tévéműsorok illegális letöltésének aránya a brit felhasználók körében a tavalyi év során 150 százalékkal bővült. A felmérés készítőinek becslései szerint a brit felhasználók körülbelül a szerzői jogot sértő letöltések 18 százalékáért felelősek, de az ausztrál internetezők közül is sokan szerzik be a világhálóról kedvenc sorozataik részeit. A tévéműsorok interneten való ingyenes letöltésének a tévécsatornák és a kábeltelevíziós szolgáltatók mellett a hirdetők látják kárát, mivel az online terjesztett kópiák nem tartalmazzak reklámokat. (origo.hu, 2005. 02. 21.)

fogyasztás, fogadtatás

Klubrádió – már Gyöngyösön is

Tovább bővítette sugárzási körzeteit a Klubrádió, miután januártól Gyöngyösön és

környékén is elindította adását. A Klubrádió a Gyöngyösön és 50 kilométeres körzetében sugározza műsorát januártól. Ezzel a rádió már hét megyében, hat megyeszékhelyen az ország területének közel 30 százalékán az interneten is hallható.

A 2001 decembere óta működő rádió tavaly nyáron Bács-Kiskun megyében erősítette pozícióit, ahol a kecskeméti Partner Rádió megvásárlásával a Klubrádió újabb 100-150 ezer potenciális hallgatót szerzett. A gyöngyösi terjeszkedéssel 200 ezer fővel nőtt az elérhető hallgatók száma. (kreativ.hu, 2005. 02. 04.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Kultfilm-sikert hozott a Filmszemle

Rekordnézőszám, de a szokottnál gyengébb színvonal jellemezte a 36. Magyar Filmszemlét. A fődíjat a kultfilm-gyanús Fekete kefe nyerte, a közönségdíjat az Argo vitte el. A Diákzsűri szerint mélyponton vagyunk.

A 21 nagyjátékfilm, 42 dokumentumfilm, 26 kisjátékfilm és 10 kísérleti film vetítéseire az előzetes adatok szerint közel 50 ezren voltak kíváncsiak (tavaly 42.600-an). Csak a dokumentumfilmeket több mint hétezeren nézték meg, jóllehet a kritikák szerint ezek színvonala is csupán közepesnek volt mondható.

Díjazott játékfilmek:

Fődíj: Fekete kefe (Vranik Roland)

Legjobb rendezés: A porcelánbaba (Gárdos Péter)

Rendezői látvány: Nyócker (Gauder Áron)

Legjobb női alakítás: Gryllus Dorka (Dallas Pashamende)

Legjobb férfi alakítás: Cserhalmi György (A fény ösvényei)

Legjobb női epizód alakítás: Tóth Ildikó (Ég veled!)

Legjobb férfi epizód alakítás: Csányi Sándor (A porcelánbaba, Állítsátok meg Terézanyut!, A fény ösvényei)

Legjobb forgatókönyv: Ég veled! (Pacskovszky József, Sándor Pál, Gózon Francisco)

Legjobb első film rendezői: A fény ösvényei (Mispál Attila)

Legjobb operatőri munka: Fekete kefe (Pohárnok Gergely)

Arany mikrofon díj (legjobb hangmérnöki munka): Balázs Gábor (Dallas Pashamende, A fény ösvényei, Állítsátok meg Terézanyut)

Arany olló díj (legjobb vágás): Politzer Péter (A fény ösvényei)

Gene Moskowitz különdíj: Gárdos Péter (A porcelánbaba)

Közönségdíj: Argo (Árpa Attila)

A Diákzsűri díjazottjai:

Nagyjátékfilm fődíj: Mispál Attila: A fény ösvényei

Küöldíj: Gárdos Péter: A porcelánbaba

Elsőfilmes fődíj: Szekeres Csaba : Kinder Garden

Küöldíj: Vranik Roland: Fekete kefe

Dokumentumfilm fődíj: Zsigmond Dezső: Csigavár

Küöldíj: Moharos Attila: Székelyföldi szolgasorsok

Fődíj: Mészáros Péter: Kyrie

Küöldíj: Czukor Balázs és Horváth Kristóf (Undorground)

(fn.hu, 2005. 02. 08.)

fesztivál, fogadtatás, fogyasztás

Minimális különbség a két adó nézettsége közt

Elhanyagolható különbséggel a Tv2 vezetett február első felében, viszont a Megasztár csak harmincötödik a nézettségi listán. Az MTV legsikeresebb műsora a hatvanötödik helyen

végzett.

Az AGB Hungary adatai alapján február 7. és 13. közötti héten a teljes lakosság 27,9 százaléka választotta a Tv2-t, míg az RTL Klubra átlagosan 27,6 százaléka kapcsol. A hirdetőknél kedves 18 és 49 év közötti korcsoportban még kisebb, mindössze 0,2 százaléka a Tv2 előnye, ami a statisztikai hibahatáron belül van, tehát az előny akár a mérési módszer pontatlanságából is származhat. Eközben a közszolgálati televízió a nézők 15,2 százalékát vonzza naponta magához, míg a Viasat3-ra mindössze 3,1 százaléka téved. A legértékesebb reklámidővel rendelkező főműsoridőben azonban az RTL Klub biztosan vezet, hiszen esténként a teljes lakosság 32,7 százaléka ül le a csatorna műsora elé, míg a Tv2-re csak 29,5 százaléka kapcsol. A 18 és 49 év közötti korcsoportban még nagyobb, 3,3 százaléka a két adó nézettsége közti különbség az RTL Klub javára. (index.hu, 2005. 02. 15.)

fogyasztás

Mire keres a magyar? – szex, porno, pandora

A külföldi keresőkről már több elemzés készült, egy tanulmányban kimondottan egy magyar kereső, a népszerű és jól ismert Goliat által szolgáltatott friss adatokra támaszkodott a szerző, isite.hu. Megállapítható, hogy a 2004-es év sem hozott komoly változást a magyarok keresési szokásaiban. A Goliat kereső által készített TOP 500-as listában még mindig a szex, porno, pandora, illetve az erotika szavak állnak az első helyeken! A toplistában szereplő szavakra keresés darabszáma összesen 5.000.000 keresés.

Összesített toplista: 1. szex, 2. magyar, 3. porno, 4. pandora, 5. dvd, 6. erotika, 7. mp3, 8. Budapest, 9. ingyen, 10. térkép

(prim.hu, 2005. 02. 13.)

fogadtatás, fogyasztás

Nőtt a Népszabadság példányszáma

Nőtt a *Népszabadság* példányszáma 2004 utolsó negyedében. Az év végén naponta átlagosan 163.320 példányban kelt el lap, s ezzel továbbra is többen vásárolják a *Népszabadságot* vagy fizetnek elő rá, mint a másik három országos közéleti napilapra összesen.

A Magyar Terjesztés-ellenőrző Szövetség (Matesz) adatai szerint a *Magyar Nemzet* összes értékesített példányszáma az utolsó három hónapban naponta átlagosan 75.351 volt (1767-tel kevesebb, mint az előző negyedében), a *Népszavából* pedig 26.731 fogy 203-mal több, mint az előző negyedében). A *Magyar Hírlaptól* kapott információ szerint a lap példányszámán érezhető a novemberi szüneteltetés hatása, majd az újraindulás körüli bizonytalanság. Az újság a régi előfizetőit átvette ugyan, de naponta így is négyezerrel kevesebb példányban kelt el, mint a korábbi időszakban. (nol.hu, 2005. 02. 18.)

fogyasztás

Nyomtatott újság – online újság

Norvégiában az újságolvasás adatai, beleértve az internetes sajtót elképesztők. A négy és félmillió norvég 7-800.000 példányban veszi meg a három vezető napilap mindegyikét. A legnagyobb újság, a Verdens Gang online változata, a VG Nett is napi 720.000 látogatót vonz. A VG tavaly 15.000 példánnyal kevesebbet adott el, mint 2003-ban. Bernt Olufsen főszerkesztő úgy gondolja, hogy ebben az online változat konkurenciája is ludas. Ezért korlátozásokat vezetett be. Például a nagy vezető cikkeket ezentúl csak a nyomtatott kiadás hozza; a vásárlással, fogyasztással kapcsolatos cikkek csak délután jelennek meg az online változatban.

Rick Edmonds, a Poynter Institute gazdasági elemzője szerint az amerikai lapoknál más a helyzet. Miközben egyre kevesebbet adnak el a nyomtatott változathoz, az online forgalom évi 30-35 százalékkal, az élbolyban 60 százalékkal nő.

Az elemző véleménye szerint itt az ideje elgondolkozni azon, hogy a kiadóknak előbb-utóbb át kell állniuk egy új, kettős üzleti modellre. Ami azt jelenti, hogy lapok online változatát nem valami kiegészítésnek tekintik a nyomtatott újsághoz képest, hanem egyenrangú bevételi forrásnak.

Ennek a tartalom előállításában is le kell majd vonni a következményeit. A kellő számú és megfelelően képzett újságíró alkalmazó szerkesztőségnek eleve mind a két médium számára kell termelnie. (nol.hu, 2005. 02. 19.)

fogyasztás, fogadtatás

További növekedés várható az online kommunikációban

Az európai fogyasztók teljes médiafogyasztásában egy év alatt duplájára nőtt az internet. A 2003-ban mért 10 százalékról 2004-ben 20 százalékra nőtt az internet súlya. Ma már több időt töltenek az interneten az európaiak, mint a magazinok és a napilapok olvasásával. Az internethasználók száma Magyarországon még nem túl magas ugyan európai viszonylatban, ugyanakkor egy év alatt 23 százalékkal nőtt: 2004 második és harmadik negyedében 1,8 millió ember mondta el magáról, hogy internethasználó a Szonda Ipsos kutatóintézet Nemzeti Médiaanalízisének adatai szerint. A fentiekben vázolt pozitív folyamatok megmozgatják a reklámpiacot is. A hazai online reklámozás minden várakozást felülmúlóan bővült a tavalyi évben, 2004-ben a 60 százalékos növekedéssel nagyjából 4 milliárd forintot tett ki, ami a reklámtorta közel három százaléka.

A megnövekedett hirdetési igényeknek köszönhetően a tavalyi évben több alkalommal is hetekre, sőt hónapokra előre elfogytak a prémium online hirdetési helyek, egy halom keresőszóról, linkhirdetésről nem is beszélve, melyeket akár fél évre előre le kellett foglalni. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás

TGI – keleten nem menő a mozi

A kelet-európaiak nagyon keveset járnak moziba – derült ki a TGI mozizásról szóló Globális Fogyasztói Barométeréből. A mostani, moziba járásról kutatás szerint legkevesebbet a kelet-európaiak járnak moziba, ezen belül a magyarok kilenc százaléka, a romániai megkérdezetteknek csupán négy, a lengyelek öt százaléka jutott el moziba az elmúlt egy hónap során a kutatás adatai szerint. A kutatócég ezt annak tudja be, hogy ezekben az országokban a magas költségek miatt mellőzik az emberek ezt a szórakozási formát. Ezt támasztja alá az a tény is, hogy Magyarországon elsősorban a legjobb körülmények között élő, a fogyasztói státuszúak 19 százaléka volt moziban az elmúlt hónapban, addig a legalacsonyabb státuszúaknak csak négy százaléka.

Magyarországon a moziba járó többség amerikai filmet néz, de a kutatásból kiderült, hogy egy magyar film úgy is sikeres lehet, ha eltérő célközönséget szólít meg, mint a többi sikerfilm. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogyasztás, fogadtatás

Tovább csökken a közéleti lapok súlya

Az országos napilapok közül csak a Blikk mutathat fel pozitív eredményt, a többi újság értékesített példányszáma visszaesett a tavalyi negyedik negyedévben az egy évvel korábbi azonos időszakhoz képest. A közéleti napilapok közül a Népszabadság eladásai alig érzékelhetően csökkentek, ám a Magyar Nemzet és a Népszava közel 5 százalékot veszített. Ennél nagyobb mértékben, 6,8 százalékkal kevesebben vették a vizsgált időszakban a Nemzeti Sportot. A szórakoztató, ismeretterjesztő, életmód témájú heti-, illetve havilapok közül a leglátványosabb növekedést a Joy magazin érte el, a 2003. negyedik negyedéves, 38,7 ezres havi átlag után a múlt év végére 71,1 ezerre nőtt az átlagos havi eladás. Számottevő gyarapodást tudott elérni a Cosmopolitan (34,3 százalék), az Elle Magyarország (17 százalék), a Hölgyvilág (12 százalék) és az FHM (8 százalék). A gazdasági hetilapok közül mind a Figyelő, mind a HVG példányszáma csökkent a 2003/2004. utolsó negyedévben. Mindkét hetilapból nagyjából nyolc százalékkal kevesebbet vettek. (fn.hu, 2005. 02. 03.)

fogyasztás

Nézettségi adatok február 3. hetében

Az összesített eredmények szerint mind a teljes lakosságban, mind a 18-49 éves korosztályban az RTL Klub nyerte ezen időszakban a versenyt.

A legnépszerűbb műsorok (Egy-egy műsor csak a legnépszerűbb adásával szerepel a listán)

01. Legyen Ön is milliomos! (RTL Klub)	2 422 920
02. Barátok közt (RTL Klub)	2 242 731
03. Napló (TV2)	2 198 664
04. Fókusz (RTL Klub)	2 136 883
05. Tények (Tv2)	2 099 870
06. Reszketések, betörők 2. (RTL Klub)	1 937 041
07. Áll az alku (TV2)	1 898 982
08. Mónika (RTL Klub)	1 851 176
09. Híradó (RTL Klub)	1 843 966
10. Medicopter 117 (RTL Klub)	1 731 512

(index.hu, 2005. 02. 24.)

fogyasztás

A napi sajtó helyzete

Míg az országos politikai napilapok példányszáma csökken, a tematikus napilapok szűk piacán alig érezhetően, de nőtt a kereslet. A specializált lapok jövője mégis bizonytalan, mivel a hirdetők még nem fedezték fel a szűk célcsoportoknak küldött üzenetekben rejlő lehetőségeket. A Magyar Terjesztésellenőrzési Szövetség (Matesz) adatai szerint az elmúlt években fokozatosan átrendeződött a napilappiac. A politikai napilapok olvasottsága csökken; ezt a folyamatot eddig egyetlen újság sem tudta megállítani. Ezzel párhuzamosan viszont nőtt a bulvárlapok olvasótábora. Ugyanakkor a bulvárlapok példányszámának növekedésével párhuzamosan az utóbbi időkben a megyei napilapok olvasottsága is rendületlenül nőtt.

A négy magyarországi tematikus napilap, a Világgazdaság (VG), a Napi Gazdaság, a Nemzeti Sport és a kicsit kakukktojásnak számító Expressz hirdetési újság sok szempontból

különböző olvasótábora miatt eltérő problémákkal kénytelen ugyan szembenézni, helyzetük mégis sok tekintetben hasonló. Az újságok optimizmusát némiképp beárnyékolja az, hogy a hirdetők még nem fedezték fel igazán a tematikus napilapokban rejlő lehetőségeket. Médiaügynökségi információk szerint hirdetési alapon, 2004. január és november közötti időszakot vizsgálva, a Napi Gazdaságnak a, a Világgazdaságnak 1,5, míg a Nemzeti Sportnak 3,6 százalékos részesedése van a napilapokban reklámra fordított összegből. Az Expressz lapcsaládhoz tartozik többek közt Expressz újság, az Expressz Képes Autó, a Mai Hirdetés, a Budapesti Szuperinfó, az Újpressz, vagy éppen a kisiparosokat és egyéb szolgáltatókat felsoroló Kisokos. Kisokos évi mintegy 170 kiadványa százezer cég és vállalkozás adatait tartalmazza, összesen 7,5 millió példányban. Az Expressz csoport súlyát jelzi a 2004-ban elért több mint 10 milliárd forintos árbevétele. (Kreatív, 2005. 02. 11., 47. old.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Gazdaság

5,7 millió magyar netező 2006-ban?

Az Informatikai és Hírközlési Minisztérium célja, hogy Magyarországon a jelenleg 2,7 millió internetező mellett 2006 végére számuk további kétmillióval gyarapodjon – jelentette ki Kovács Kálmán a tárca vezetője. A tárca tervei között szerepel az is, hogy a jövő év végére minden közintézmény kapcsolódjon az internethez, egyre több ember számára elérhető legyen az elektronikus ügyintézés, s minél nagyobb kör férjen hozzá a digitális kultúrához. E célból hamarosan indul az az önkormányzati programsorozat, amelynek keretében 900 önkormányzat 18,5 milliárd forintból fejlesztheti elektronikus szolgáltatásait. A pénz nagy része, 14 milliárd forint európai uniós forrásból származik, a programhoz a magyar állam 4,5 milliárd forinttal járul hozzá. A szakemberek is reálisnak tartják, hogy a jövőben éves szinten 15-20 százalékkal mérséklődjenek a széles sávú internet-elérési tarifák. Hozzátette, valószínűsítik azt is, hogy 2006 végére megkétszereződik azok száma, akik széles sávú internet-elérési tarifát használnak. (fn.hu, 2005. 02. 01.)

fogyasztás, gazdaság

Csak döcögünk az infosztrádán

Bár több a bizakodó szakember, mint néhány éve, a magyar infokommunikációs áttörés egyelőre várat magára. Hazánk az utolsó helyen áll az Európai Unió országai között az egy főre jutó internet-kapcsolatok számában, a szolgáltatás drága, a világhálótól pedig sokan idegenkednek. A helyzeten alig javítottak a kormányzat lépései; az elektronikus közigazgatás technikai feltételei hiányoznak.

Szlovákia már a közvetlen közelében van annak, amit Magyarország 2006 végére szeretne elérni, vagyis hogy a lakosság több mint fele hozzáférjen a világhálóhoz. A Pozsonyból érkező hírek szerint ugyanis északi szomszédunkban mintegy 170 szolgáltató kínál nem támogatott internet-kapcsolatot havi 250 koronás – 1600 forintos – díjért, lényegében időkorlátozás nélkül, ez az ár pedig egy előzetes felmérés szerint a szlovákok 57 százalékának elég vonzó ahhoz, hogy előfizessen a szolgáltatásra. A bővülés tehát minden bizonnyal gyors lesz, s ezzel Szlovákia felzárkózik a fejlettebb európai országok, például Ausztria mellé, ahol a lakosság fele már most is rendszeresen internetezik. Magyarországon a jelen állás szerint ott tartunk, hogy a 15 évesnél idősebb korosztály 21 százaléka, vagyis csupán 1,8 millió ember használja rendszeresen – otthonában, az iskolában, a munkahelyén vagy valamelyik internet-kapcsolatot kínáló nyilvános állomáson – a világhálót, s egyelőre nem nagyon látszik, mitől és mikor kaphat valódi lendületet a bővülés.

A gátló tényezők között a szakemberek az árakat szokták emlegetni, de vannak olyan vélemények is, amelyek szerint nem ez a legnagyobb probléma. Több kutatás is azt mutatja, hogy ma már nem az ár az internet-használat terjedésének legnagyobb gátja, hiszen a piacon olyan szolgáltatók is megjelentek, amelyek előfizetés nélkül kínálnak. Egyes vélemények szerint a hazai alacsony internet-penetráció fő oka az elégtelen internetkultúra; az emberek most kezdik megismerni a világháló nyújtotta lehetőségeket. A szolgáltatók között ugyanakkor már javában tart a verseny, s ez az áron is érződik. Több friss tanulmány is arra hívja fel a figyelmet, hogy mind a díjak letörésében, mind a világháló népszerűsítésében komoly szabályozóeszközök lennének a kormányzat kezében, de nem úgy látszik, mintha az állam hatékonyan használná ki a katalizátori szerepet. A 2003-ban hozott hírközlési törvény nyomán ugyan nyitottabbá vált a piac, de nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket az a passzus, amely nagykereskedelmi árú vonalas szolgáltatásra kötelezte a telefonszolgáltatókat azokon a területeken, ahol nincs széles sávú kapcsolatot biztosító infrastruktúra, mert az internet-szolgáltatók nem vállalták az ezzel járó nagy üzleti kockázatot. Ráadásul mivel a szaktárca sem lát túl a telefonvonal-alapú, széles sávú internet-kapcsolatok kiépítésének

támogatásán, ezzel hátrányba kerülnek az egyéb technológiák terjesztői. (mno.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Az új belépők többsége a szélessávot választja

A Nemzeti Szélessávú Stratégia elkészítésével foglalkozó NSZS 2005 projekt keretében az Ariosz Kft. által készített felmérés szerint 2004 decemberében a magyar háztartások 34,5 százaléka rendelkezett legalább egy darab számítógéppel. A háztartások 17 százaléka (665 ezer háztartás) rendelkezett internet-hozzáféréssel, ám az internet-előfizetéssel rendelkező háztartások aránya 14,7 százalék (569 ezer háztartás), mivel a háztartások 2,5 százaléka előfizetés nélkül, úgynevezett nyílt interneten keresztül kapcsolódik a világháléhoz. A 665 ezer internetes háztartásból 318 ezer (48 százalék) a szélessávú internet-eléréssel rendelkező háztartás. A felnőtt lakosság 26 százaléka használta az elmúlt hat hónapban az internetet. Ugyanez az arány a 14 évnél idősebb népességen belül 28,4 százalék. A kutatás rávilágított, hogy az elmúlt időszakban jelentős mértékben megváltozott a társadalom világhálós kapcsolatos beállítottsága. Míg a korábbi vizsgálatok szerint rendre az érdeklődés hiánya volt az internet terjedését gátló legfőbb tényező, addig a mostani kutatás válaszadóinak mindhárom csoportja (internetező, internet vásárlását tervezők, illetve nem tervezők) a legsúlyosabb akadálnak a hozzáférés magas árát jelölték meg. A keskenysávú kapcsolattal rendelkezők 5000 forintos havidíj esetén valószínűsítik meg nagy valószínűséggel váltási tervüket – 80 százalékuk jelezte, hogy ezen összeg alatt már komolyan fontolóra venné a szélessáv otthoni bevezetését. A hipotetikus felvetett „ADSL – telefon nélkül” és „kábelinternet – kábeltvé nélkül” konstrukciók lehetősége iránt a jelenlegi internetező viszonylag nagy, az „olcsó szélessáv forgalmi korlátozással” konstrukció iránt kisebb érdeklődést mutattak. A kutatás tanúsága szerint a szélessávú internet-csatlakozás legfőbb specifikus előnye a keskenysávú hozzáféréshez képest nem a sebesség – bár természetesen annak is örülnek a használók –, hanem az állandó, korlátlan kapcsolat léte, s annak átalánydíjas jellege. Fontos előny még az internet-kapcsolat és a telefonhasználat párhuzamos lehetősége. A felmérés arra is rávilágított, hogy az otthoni internet-használat potenciális növekedési bázisa szempontjából az otthoni PC hiánya kisebb akadályozó tényezőnek tűnik, mint az internetes tapasztalat hiánya. Azaz, az új belépők következő hulláma nagyobb eséllyel fog azon háztartások köréből bővülni, amelyek jelenleg ugyan nem rendelkeznek otthon PC-vel, de máshol (pl. iskolában, munkahelyen, e-Magyarország ponton) használnak internetet, mint azok köréből, ahol otthon van már PC, de a háztartásban senkinek nincs internetes tapasztalata. (prim.hu, 2005. 02. 28.)

fogyasztás, fogadtatás, gazdaság

40 millió forintért vált arculatot a köztévé Híradója

A közszolgálati televízió Híradója legutóbb 2002. november elején váltott arculatot. A mostani átalakítás jegyében a jelenlegi, piros-sárga alapszínek helyét kékes és zöldes árnyalatok mellett a fekete veszi át. A design mellett a műsor képi világa is változik, az új technika lehetővé teszi, hogy „a nézők egy adott pillanatban az eddiginél jóval több információhoz jussanak” a képernyőről. (mno.hu, 2005. 02. 07.)

gazdaság

Aki beírta nevét a marketingtörténelembe

Mel Gibson Passió című filmjének 370 millió dolláros bevétele elsősorban annak a pr-kampánynak köszönhető, amely a film vérességét és antiszemizmusát dobta fel. A már jóval a bemutató előtt számos médiamegjelenést kapott alkotás jókora támogatást gyűjtött különböző keresztény közösségektől is. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogadtatás

Taba Miklós, a Nemzeti Filmiroda igazgatója értékelt

Az intézmény a filmtörvény alapján június 4-e óta működik mint filmszakmai hatóság azzal a

fő céllal, hogy biztosítsa a közpénzek hatékony, átlátható és ellenőrizhető elosztását. Az iroda az elmúlt időszakban közel 360 mozgóképszakmai szereplőt vett nyilvántartásba, amelyre azért van szükség, hogy az esetleges visszaélők a későbbiekben ne juthassanak állami támogatáshoz. „A munka során kilenc esetben jelezték, hogy nem tudnak elszámolni egyes pénzekkel, így őket nem is regisztráltuk. Az iroda másik fő feladata a korhatár-besorolás, eddig 648 filmalkotást soroltunk be, illetve 59 film kapott art minősítést” – mondta Taba Miklós. Az iroda legfontosabb eredménye az adókedvezmény létrehozása volt, amelynek segítségével a magántőke az egyes produkciókban húsz százalékkal lehet jelen. Előző év végéig 19 magyar alkotás tudott élni az adókedvezménnyel, s 3 külföldi produkcióval együtt 693 millió forint értékben kaptak adóigazolást. A filmiroda a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával közösen magyar és angol nyelven kiadványt állított össze Magyar Film 2004 címmel. A kötet fejezetei a mozgóképtörvény első évéről, a filmes adókedvezményekről, a Mozgóképek Közalapítványról, az európai Media Plus-programról és az Eurimages filmalapról, a forgalmazás, terjesztés és mozizás tavalyi eredményeiről, a magyar filmek külföldi szerepléséről és a Nemzeti Filmarchívum tevékenységéről tájékoztatják a hazai és külföldi érdeklődőket. (mno.hu és nol.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

A Hír TV korábbi hírigazgatója lesz az Echo Televízió vezére

Bejegyzés alatt áll a 250 millió forinttal alapított Echo Hungaria TV Rt., amely a nyáron elinduló televíziót működteti majd – mondta Széles Gábor, a társaság tulajdonosa, a Videoton és az Ikarus elnöke.

Az Echo Televízió a Műszertechnika Rt. tulajdonában lévő, a főváros XIV. kerületében, a Thököly és a Mexikói út sarkán lévő épületben fog működni. Az üzletember egy politikailag semleges, a gazdasági élettel is körültekintően és hangsúlyosan foglalkozó TV-t akar. Azonban az alapító cáfolta azt a korábban sajtóban elterjedt értesülést, hogy gazdasági televíziót létesítene.

A tervek szerint a nyári próbaadások után szeptembertől már folyamatos programot sugároz a TV, amelybe Széles Gábor közlése szerint a 21. század technikáját építik be. A TV első évi költségeit 600 millió forintra taksálja az üzletember. Széles Gábor több kábeltelevíziós társasággal is szerződést kíván kötni annak érdekében, hogy jövőre már terjeszthessék hálózatukon az adást.

A TV vezérigazgatójának Gulyás Istvánt, a Hír TV korábbi hírigazgatóját nevezte ki Széles Gábor. (nol.hu, 2005. 02. 10., kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

A kalózkidadások miatt a Warner olcsóbban adja a dvd-ket

Hollywood legnagyobb filmstúdiója, a Warner Bros. Entertainment a dvd kalózkidadások terjedésének megfékezésére több tucat filmjét lényegesen olcsóbban fogja adni kínai kiskereskedőknek.

A társaság abban bízik: a 2,65 dolláros ár elég alacsony lesz ahhoz, hogy versenyezni tudjon az illegálisan előállított dvd filmekkel, amelyek tetemes veszteséget okoznak. A dvd-k kalóz változata 1-2 dollárba kerül Kínában.

A hollywoodi filmstúdiók eddig 50 százalékos, vagy még ennél is nagyobb hasznot tehettek zsebre a dvd-k értékesítéséből (index.hu, 2005. 02. 03.)

gazdaság, fogadtatás

Tizenkétmilliárd forintot költöttünk emelt díjas hívásokra

Az előző évinél 30 százalékkal többet, 12 milliárd forintot költöttünk el tavaly emelt díjas telefonhívásokra, a többi között szavazásra, csengőhangokra, mobil- és kvízzjátékokra. Csak a három Való Világ műsorban 20 millió szavazatot számoltak össze, a szavazóshow-k estéin a mobilszolgáltatóknál 2-10-szeresére nő az SMS-forgalom.

Az összeg 90 százaléka a 8-10 meghatározó szereplőhöz kötődik, a maradékon kisebb cégek tucatjai, mások szerint százai osztoznak. A Matáv és az IKO Production Kft. például nemrégiben jelentette be, hogy 3,2 milliárd forint jegyzett tőkével létrehozták az IKO-Matáv Media Holdingot, hogy az eddigieknél is jobban kihasználhassák a távközlés és a média együttműködésében rejlő üzleti lehetőségeket. A cégnek két leányvállalata van, az egyik értéknövelt interaktív távközlési és tartalomszolgáltatással, a másik a magyar és nemzetközi médiatartalmak jogainak megszerzésével foglalkozik. Mellettük a holding 31 százalékos tulajdonosa az RTL Klubnak is. A létrehozott vállalat az emelt díjas tartalomszolgáltatási piac 30 százalékat tudhatja magáénak. Az emelt díjas tartalomszolgáltatás megjelenése a médiában különösen látványos. Ma már nem indulhat tévéműsor anélkül, hogy legalább egy SMS-szám ne volna, amelyen a nézők elmondhatják véleményüket. De az egyes produkciókhoz kapcsolódó háttérképek, csengőhangok is elterjedt formái a néző és a műsor közötti kapcsolattartásnak. Az olyan telefonos játékok, amelyeken komolyabb pénzeket lehet nyerni, tavaly váltak igazán felkapottá. Az IKO New Media ilyen produkcióiban például 2004-ben a mintegy ötezer nyertes több mint 300 millió forintot vihetett haza. Nemcsak az elektronikus, hanem a nyomtatott sajtó is egyre érdeklődőbb az utóbbi időkben az emelt díjas tartalmak iránt. A trend azonban változik, az újságok igénylik, hogy az ő tartalmaik, például híreik is váljanak elérhetővé az emelt díjas tartalomszolgáltatások keretében. (nol.hu, 2005. 02. 08.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

A Viasat3 befejezi a földi sugárzást

A csatorna így elkerülheti, hogy országos adóvá minősítsék át, és például híradót kelljen sugározni.

Földfelszíni műsorsugárzási engedélyének megszüntetéséről állapodott meg az Országos Rádió és Televízió Testülettel a Viasat3 televíziót működtető társaság – közölte Kocsis Attila, a Viasat3 vezérigazgatója csütörtökön az MTI-vel.

„A Viasat3 műsora (...) kizárólag kábeles és műholdas előfizetői rendszereken érhető el” – mondta, hozzátéve, a budapesti AM-Mikro és az egész országban fogható műholdas UPC Direct hálózataival együtt a csatorna jelenleg több mint 1,7 millió háztartásban fogható.

2004 végére a csatorna országos kereskedelmi közönségaránya a 18-49 éves felnőtt lakosság körében megközelítette az 5 százaléket, sőt a nyár során a 6 százaléket is meghaladta. A csatorna hirdetési bevételei csaknem 50 százalékkal növekedtek 2004 első 9 hónapjában 2003 azonos időszakához képest, míg kifejezetten a III. negyedévben ez a növekedés a 80 százaléket is meghaladta. (index.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, fogyasztás, szabályozás, tartalomkínálat

Kritika a Magyar Mozgóképek Közalapítvány működéséről

A filmtámogatásokkal kapcsolatos adatok visszatartása miatt ÁSZ-vizsgálatot kér a 4 milliárdos állami alapot kezelő Magyar Mozgóképek Közalapítvány ellen egy animációs filmeseket tömörítő érdekvédelmi egyesület. A Magyar Animációsfilmes Szakmai és Érdekvédelmi Egyesület (Manifeszt) azért fordult a számvevőszékhez, mert választ sem kapott azokra a levelekre, amelyekben a közalapítvány törvényes és átlátható működésére vonatkozó kérdéseiket tették fel az MMK főtitkárának. A Manifeszt korábban már tájékoztatást kért az MMK-elnöktől arról, hogy milyen szabályzati pontok alapján kaphat 1989 óta folyamatosan támogatást Jankovics Marcell Az ember tragédiája című egész estés filmjére. A tizenöt éve készülő produkció – hivatalos összesítés hiányában – becslések

szerint 150 millió forintot.

Az MMK játékfilmes szakkollégiumában sem szolgáltat adatokat arról, hogy hány pályázatból választották ki a támogatott alkotásokat. Többen jelezték, hogy az MMK eddig hivatalosan soha nem számolt el azokkal a bevételekkel, amelyeket a pályázati díjak befizetésével nyert. A közalapítvány ugyanis nem csak azokat a pénzeket nyeli le, amelyeket az – indoklás nélkül – elutasított pályázók fizettek be, hanem pályázottnál kisebb összeget nyert támogatások esetében sem fizeti vissza a pályázati díj különbözetét. Hivatalos információt azokról az összegekről sem adott az MMK, amiket megítéltek ugyan valamely film elkészítésére, ám váratlan problémák miatt a forgatás nem indult meg, így az összeg a szervezet kasszájában maradt. Az elmúlt évben az Eurofilm Kft. vihette el az összes támogatás egyötödét. Az Indexnek nyilatkozó szakemberek arra is felhívták a figyelmet, hogy az MMK filmes támogatási rendszerét a filmtörvény tavaly májusi hatályba lépésekor meg kellett volna változtatni, de ez nem történt meg.

A beadvány felhívja az ÁSZ figyelmét arra is, hogy a 2004-ben az MMK szakkollégiuma 18,3 millió forinttal kevesebb pénzt osztott el a beígért keretnél, de arról többszöri kérésre sem adott információt, mire használta fel az összeget. A közalapítvány honlapján elérhető információk alapján animációs filmek gyártásának támogatására 235 millió forint áll rendelkezésére, ám ebből a tavalyi két pályázaton összesen csak 216, 7 millió forintot osztottak ki.

érdekképviselet, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Arab nyelvű tévét indítana Európában az USA

Arab nyelvű műholdas tv-csatornát akar indítani Európában az Egyesült Államok. A tervezett csatorna napi 24 órán át sugározna híreket és közéleti műsorokat az Európában élő muzulmán közösségeknek, főleg Franciaországban és Németországban, ahol Európa legnagyobb muzulmán közösségei élnek. A 3,5 millió dolláros indulótőkét abból a 81 milliárd dolláros költségvetési póttételből hasítanák ki, amelyet az iraki katonai műveletekre kért a Bush-kormányzat a kongresszustól. (mno.hu, 2005. 02. 27.)

gazdaság, tartalomkínálat

Bodnár: Az RTL Klub hibája

Az üzletember kijelentette, hogy szerinte egyértelműen az RTL Klub hibájából kellett a Profi Liga Kft.-nek a klubok pénzéből újabb 250 millió forintot kifizetnie az ő cégének, a HTD Kft.-nek. Magyarozatképpen elmondta: 2004 elején a 2000 februárjában négy százalékra csökkentett Football Duó Kft.-beli részesedését szerezte meg 250 millió forintért a Szieben László vezette Magyar Hivatásos Labdarúgóliga (MHLL). Mindez azt követően történt, hogy a magyar-brazil válogatott mérkőzésen az RTL Klubon nem volt látható a Szaknévsor két rövid hirdetési bejátszása. Ez azért fontos, mert a szindikátusi szerződésben rögzítették, hogy ennek a két spotnak minden labdarúgó-közvetítés során meg kell jelennie, és amennyiben a szerződésnek ezt a pontját az MLSZ, a liga vagy a klubok nem teljesítik, Bodnár cége egy forintért visszavásárolhatja az MLSZ-nek még 2000 februárjában ugyanennyiért átadott 36 százaléknyi üzletrészt. Mivel Bodnár és jogásza bizonyították, hogy a szerződést többször megszegték, az üzletember élni kívánt a visszavásárlási jogával. Ekkor lépett fel a magyar futball kereskedelmi jogainak értékesítésére létrehozott Profi Liga Kft., amely 250 millió forintért megvette Bodnártól a visszavásárlási jogot. Egyszer tehát megvett az MHLL négy százalékot 250 millióért, másodszer pedig megvásárolta Bodnár tulajdonrész-visszavásárlási jogát újabb 250 millióért. Bodnár György jegyzőkönyveket és szerződéseket bemutatva azt állította: az RTL Klub a hibás azért, hogy a magyar-brazilon a két reklámspot a közvetítésben nem szerepelt. Szerinte ugyanis bizonyított, hogy az RTL Klub átvállalta a szerződés e pontjának betartását. Ezt Bodnár szavai szerint Szieben László taggyűlési jegyzőkönyvben állította, tudott róla az MLSZ és tudott róla az RTL Klub is. (mno.hu, 2005. 02. 19.)

gazdaság, felhasználási jog

Biztonságosabb internethasználatot akar az Európai Bizottság

Biztonságosabbá akarja tenni az internethasználatot az Európai Bizottság az Európai Unió tagországaiban, egyebek közt azzal, hogy a szülőket és tanárokat segíti az ártalmas internetes tartalom kiszűrésében és a gyermekektől való távol tartásában – jelezte Viviane Reding, a témában illetékes bizottsági felelős. A bizottság már hatodik éve önálló programot működtet ebben a témában: a program keretében eddig 89 tervezetet finanszíroztak részben vagy egészben a 38,3 millió eurós költségvetésből.

Idén indul az a négyéves program, amelynek kifejezett célja, hogy segítse a szülőket és a tanárokat felszerelését hatékonyabb eszközökkel a káros internettartalom elleni fellépés érdekében. A program egyebek között a fajgyűlölet elleni harcra és a káros tartalmú körlevelek gyakorlatának kiküszöbölésére összpontosít. Megpróbálják például különböző hálózatok közötti együttműködéssel, illetve figyelmeztető forródrótok létesítésével elősegíteni, hogy az illegális tartalomról a felhasználók azonnal értesüljenek, és a megfelelő hatóságokat is informálják. Ösztönzik a hálón belüli szűrők hatékonyabbá tételét is. Az összesen 45 millió eurós költségvetéssel rendelkező program keretében oktató és felvilágosító kampányokat is szerveznek, ebben az Európai Bizottság koordináló szerepet vállal a nemzeti hatóságok között. Közelmúltbeli felmérések szerint a szülők 60 százalékának fogalma sincs arról, milyen könnyen és honnan lehet törvénytelen vagy káros tartalomhoz jutni a internetről, viszont minél többet tud egy szülő a hálóról, annál nagyobb az igénye arra is, hogy annak használatát biztonságos módon biztosítsák a gyermekeknek. (prim.hu, 2005. 02. 09.)

EU, gazdaság, fogadtatás

Cseh médiapiac – a CME visszaszerezte a TV Novát

A Central European Media Enterprises (CME) médiavállalkozás 642 millió dollárért többségi részesedést vásárolt, így újra tulajdonosi szerepet szerzett Kelet-Európa egyik legnépszerűbb tévéállomásában, a TV Novában.

A CME közvélemény-kutatása szerint 43,4 százalékos eredménnyel a TV Novának van a legmagasabb egész napra vetített nézettsége Csehországban. A cég szerint további növekedés várható, miután a hirdetőkkel – akik eddig szerintük alulértékelték a cseh közönséget – reálisabb, piackövető reklámdíjakat fizetnek.

A társaságnak vannak érdekeltségei Romániában, Horvátországban, Szlovákiában és Ukrajnában, de kacsingat a lengyel piac felé is. A CME ezzel a bevásárlással vezető kereskedelmi médiatulajdonos lett a közép-európai térségben 85 millió nézővel. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogyasztás, társaság, fogadtatás

Dömpingáron adják a DVD-eket a Tescóban

Óriási a kereslet az ezer forint alatti DVD-k iránt, a hiper- és szupermarketek tele vannak kifutott, akciós árú filmekkel. A két legnagyobb forgalmazó viszont nem nézi jó szemmel a túlzott akciókat.

A Tesco például 839 forintos dömpingáron értékesíti a kifutott mozifilmeket. Az egyik legnagyobb hazai forgalmazó, az InterCom ugyanakkor úgy véli, versenyhátrányba kerülnek a főleg kisebb, független piaci szereplők által támogatott akciós termékek miatt. (index.hu, 2005. 02. 25.)

gazdaság, fogadtatás

Egyre méretesebb a magyar reklámtorta

A magyarországi reklámtorta tavaly 18 százalékkal gyarapodott, ez a 6,8 százalékos éves fogyasztói infláció mellett reálértéken 10,5 százalékos bővülést jelent – derül ki a Mediagnozis által számított listaáras költési adatokból. A Mediagnozis által figyelt médiumokban a teljes költés 2004-ben meghaladta a 440 milliárd forintot a 2003-as 371 milliárd után. A távközlési piacon a T-Mobile-ra váltó Westel költötte a legtöbbet 12,2

milliárd forintot, ez a 2003-as reklámbüdzsájének több mint másfélszerese. A Pannon GSM 10,7 milliárdot, míg a Vodafone „csupán” 7,9 milliárdot költött. A vezetékes telefónia hirdetési kedve is erősödött: érkezett egy új szereplő (Tele2), a Matáv pedig 85 százalékkal növelve büdzsáját, 10,4 milliárd forint értékben tett közzé hirdetéseket 2004-ben. A céges élbolyban a távközlési és az FMCG-vállalatok (Unilever, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser) mellett egy szépségápolási (L.,Oréal), egy tejipari (Danone) és egy sörös cég (Brau Union) található. (fn.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság

Elnémul a Tilos Rádió

Február 26. éjféltől március 23-ig nem sugároz műsort a Tilos Rádió, mivel a bíróság másodfokon is helybenhagyta az ORTT 30 napos felfüggesztést előíró döntését. Emlékezetes: 2003 karácsonyán az egyik műsorvezető ittasan arról beszélt: kiirtaná az összes keresztényt. Mivel a Tilos a büntetésből öt napot már tavaly „letöltött”, most 25 napra hallgat el a médium. A Fővárosi Bíróság azonban úgy ítélte meg, hogy a médiahatóságnak nem volt joga a pályázatokból való kizárásra. A Tilos ezért tavalyi támogatásaival együtt – az ominózus kijelentés óta – nyolcmillió forintos támogatást vehetett fel a Műsorszolgáltatási Alaptól. (mno.hu, 2005. 02. 24. és Magyar Nemzet, 2005. 02. 25., 2. old.)

gazdaság, szabályozás

Újra forgatják az Egy szoknya, egy nadrág című filmet

Márciusban kezdi forgatni az Egy szoknya, egy nadrág című 1943-as magyar vígjáték új változatát Kabay Barna és Gyöngyössy Bence producer-társrendező páros. „Két korábbi remake-jük, A Hippolyt és a Meseautó százezreket vonzott a mozikba” – közölte a produkció sajtófőnöke. A producer-rendezők filmjét az RTL Klub helyett ezúttal a TV2 támogatja. A 300 millió forintból készülő film bemutatóját decemberre tervezik. (index.hu, 2005. 02. 23.)

gazdaság, tartalomkínálat

Négymillió kötbér kifizetésére kötelezték a Budapest Rádiót

A Budapest Rádiót az ORTT február 17-i döntésével 4 millió forintos kötbér kifizetésére kötelezte gyűlöletkeltés és a kiskorúak védelmére szolgáló rendelkezések megsértése miatt. A rádió vezetősége valószínűleg fellebez a döntés ellen. Mint ismert, Fiala János Ennyi című műsorában tavaly október 12-én hangzott el Paizs Miklós gyűlöletkeltő verse, dalszövege. A döntés értelmében a médiatörvény 3. § (2) bekezdésének megsértése miatt 1.982.856 Ft kötbért róttak ki a rádióra. A médiatörvény 3. § (2) bekezdése kimondja, hogy „a műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat, és nem lehet alkalmas a személyek, nemek, népek, nemzetek, a nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbségek, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére.” A médiahatóság megállapította továbbá, hogy a műsor nem megfelelő időszámban közölte Paizs olyan megnyilatkozásait, amelyek alkalmasak lehetnek a fiatalok szellemi, erkölcsi fejlődésének káros befolyásolására. Mint ismert, Paizs többek között Orbán Viktor, Kövér László, Csurka István, Gresnik László meggyilkolására, Lovas István újságíró kibevezésére és a Magyar Nemzet munkatársainak fejbe rúgására szólított fel. A Budapest Rádiónak ezért az 5/C § (3), 5/D.§ (2) bekezdésének valamint az 5/B § (3) és 5/C. § (2) bekezdésének megsértése miatt további 1.982.856 forint kötbért kell fizetnie. A törvény kimondja: „azt a műsorszámot, amely alkalmas a tizenhat éven aluliak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy közvetett módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus, a III. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhat éven aluliak számára nem ajánlott. A műsorszám közzétételének kezdetekor közölni kell annak minősítését. A III. kategóriába sorolt műsorszám megfelelő jelzéssel ellátva 21.00 és 05.00 óra között tehető közzé.” (mno.hu, 2005. 02. 25.)

gazdaság, szabályozás

Fennállása óta először nyereséges évet zárt az Axelero Internet

Az Axelero Internet 2004-ben 65%-os növekedés mellett a 2003. évi 12 milliárd forinttal szemben 19,8 milliárd forint bevételt ért el. A megnövekedett forgalommal párosuló szigorú költséggazdálkodás hatására az EBITDA egy év alatt -0,8 milliárdról +1,8 milliárd forintra nőtt, az IAS szerinti adózás előtti eredménye pedig -2,1 milliárdról 655 millió forintra emelkedett. 2004-ben a vállalat internet-előfizetőinek száma 26,3%-os növekedéssel elérte a 251 ezret. Piaci részesedése a szélessávú internet-elérések terén 39%, a betárcsázós elérések terén pedig 43% volt, amellyel egyértelműen a piacvezető pozíciót tudhatja magáénak. A növekvő forgalomhoz nagyban hozzájárult a szélessávú internet – ezen belül elsősorban az ADSL – népszerűsítését célzó program, amelynek révén az évközben folyamatosan megemelt tervszámokat is túlteljesítve megduplázódott – 59 ezerről 118 ezerre nőtt – az ADSL ügyfélszám. Ez másfélszeres (147%-os) növekedés mellett 10,4 milliárd forint bevételt eredményezett. Emellett szintén jelentősen (128%-kal) nőtt a tartalomszolgáltatáshoz kapcsolódó forgalom, elérve a 1,6 milliárd forintot. Az Axelero által üzemeltetett [origo] internetes portál szintén kedvezően hatott a vállalat eredményességére. November 4-én a portál látogatottsága túllépte a napi másfél milliót, december 6-án pedig 591.157 látogató 15 millió letöltést (PI, page impression) produkált – szemben az előző év ugyanezen a napján mért 5,5 millió letöltéssel. Az [origo] a szélessávú tartalmakat – képet, zenét és videót – kínáló [origo>play] keretében 2004-ben olyan új és egyedülálló szolgáltatásokkal és tartalmakkal jelent meg Magyarországon először, mint például az [origo] Téka – VoD (Video-on-Demand) igény szerinti videó letöltés – vagy a Zeneáruház. (prim.hu, 2005. 02. 21.)

gazdaság, fogyasztás

Fokozott fellépés a kalózfilmek ellen – Már Magyarországon is dolgozik az FBI

Tovább fokozza a szerzői jogsértések ellen indított küzdelmét az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közhasznú Alapítvány (ASVA). A társaság a jövőben ellenőrizni kívánja a mozik belső szabályzatát, az amerikai sikerfilmek szinkronizálásban részt vevő négy nagy stúdiót, valamint vizsgálatot tervez a hazai DVD-gyártóknál is. Magyarországon minden második DVD illegális, így a filmiparban tevékenykedő jogtulajdonosoknak okozott kár becslést értéke a Motion Picture Association számításai szerint évi 20 millió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Ehhez hasonló a helyzet Csehországban, miközben Ukrajnában, Romániában és Szerbiában a feketepiac mindent ural. Szakértők szerint itthon mintegy tucatnyi „profi” üzemelteti azt a rendszert, amelyben becslések szerint több tízezren vesznek részt. A filmek többségét a mozikból és szinkronstúdiókból lopják el. Az ASVA kalkulációiból az is kiderül, hogy a feketepiac forgalma Magyarországon negyede a 92 milliárd forintos legális piacnak. A legrosszabb a VHS-k és a DVD-k helyzete, ahol a legálissal teljesen azonos méretűre teszik a feketepiacot.

Összehasonlításképpen: az USA-ban a filmes illegális piac forgalmát 2004-ben 3,5 milliárd dollárra becsülték, szakértők szerint az idén már 5,3 milliárdra nőhet ez a szám. Kálmán András jelezte: céljuk, hogy minden eszközzel megpróbálják a feketepiac további terjedését megakadályozni. Magyarországon egyébként tavaly 312 szerzői jogsértéssel kapcsolatos ügyben jártak el az ASVA munkatársai, közülük többekkel szemben a károsultak polgári pereket is indítottak. Várhatóan az idén még több esetben kell majd a rendőrséggel együttműködő szervezetnek fellépnie. Közben megérkezett Magyarországra az az FBI-ügynök is, aki a helyi nyomozókkal próbál majd szorosabb együttműködést kialakítani. Kálmán András jelezte: a szövetségi nyomozó a közép- és kelet-európai régió illegális filmterjesztése elleni fellépés koordinációjáért is felelős lesz. Az igazgató ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni az ismeretterjesztésre is, hogy tudatosítsák az emberekben: bűncselekményt követnek el az

internetes filmterjesztéssel. Az ASVA idén 119 millió forintot fordít reklám- és PR-tevékenységre – 40 millióval többet, mint 2004-ben. (mno.hu, 2005. 02. 03., MBBJ, 2005. 02. 07., 14. old.)

érdekképviselet, felhasználási jog, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Lassul a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése

Lassulni látszik a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése – állapította meg a Jupiter brit informatikai kutatóintézet egy minap közzétett tanulmányában, míg egy másik tanulmány a mobiltelefonokra szóló tévéműsorok megkezdésének késését jósolja. A kutatók szerint az akkumulátorok kapacitása és a telefonok mérete a két legnagyobb akadály annak útjában, hogy a mobilok igazi multimédiás eszközzé váljanak. A felhasználók fő szempontja ugyanis az, hogy a telefon kicsi legyen, és sokáig működjön egy feltöltéssel. A mai, többfunkciós mobiltelefonok már képesek video- és képzünetek továbbítására, letöltésére, továbbá fényképezőgépek és játékeszközök is egyben. Ha ehhez még az egyszerű webkapcsolat, a gyors zeneletöltés lehetősége és a tévéműsorok vétele is csatlakozik, akkor jelentősen meg kell növelni akkumulátor kapacitását. A Gartner kutatóintézet tanulmánya a mobil telefonokra szóló, valós idejű televízióadás késlekedését vetíti előre, legalábbis Európában. A tanulmány azt is hangsúlyozza, hogy a fogyasztók vélhetően a tévénezés mostani költségeivel hasonlítják majd össze a mobiljukon élvezhető adás árát is, ez pedig azt jelenti, hogy túl sok pénzt nem akarnak majd erre fordítani. A Gartner végső következtetése az, hogy 2007 előtt nem valószínű a mobiltelefonon vehető tévéadások beindulása. (prim.hu, 2005. 02. 16.)

technológia, fogadtatás, gazdaság

Magyar Oscart alapított az RTL Klub

A tervek szerint évente megrendezendő versenyben az utóbbi nyolc év húsz, legalább százezer nézőt vonzó alkotása, illetve azok producerei, rendezői által nevezett színészek indulhatnak, mondta Kolosi Péter programigazgató, aki bízik benne, hogy idén készül annyi százezer nézőnél többet vonzó sikerfilm, hogy már érdemes legyen megrendezni a jövő évi gálát is. A film-kategória nyertesei ötvenmillió forintot vehetnek át a gálán, az összeget következő közös alkotásukra kell fordítaniuk. Kolosi Péter tájékoztatás szerint a kiírás kritériumainak megfelelő filmek közül internetes, sms- és képeslapos szavazással választhatják ki a nézők azt az öt alkotást, amelyek az egyharmad arányban a filmes szakma szervezeteinek delegáltjaiból, kétharmadban pedig a voksoló nézők közül kisorsoltakból álló zsűri tagjai elé kerülnek. A legjobb „minőségi közönségfilmeket” elismerő Aranycsirke díjat abból a pénzkeretből finanszírozza a kereskedelmi csatorna, amelyet a médiatörvény szerint magyar alkotások támogatására kell fordítania. A szavazáson nem csak az RTL Klubbal koprodukcióban készülő filmekre lehet szavazni, az egyetlen szempont a százezret elérő nézőszám.

A Tv2 a filmszemle alatt osztott ki hasonló nagyságrendű 25 millió forintos támogatást, ennek ellenére mindkét kereskedelmi csatorna filmfinanszírozási gyakorlatát bírálja az ORTT, amely tavaly júliusban 300-300 millió forintos kötbért rótt ki mindkét adóra, mert a médiahatóság szerint 2001-ben és 2002-ben az RTL Klub és a TV2 is a törvényben előírtnál kevesebbet költött magyar nyelvű filmek támogatására. (index.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Nagy-Britanniában építik ki a világ első digitális mozhálózatát

Az Egyesült Királyság Filmtanácsa elhatározta, hogy az elkövetkező másfél év folyamán 250 vetítőteremmel létrehozza a világ első digitális mozhálózatát. A 11,5 millió fontos (kb. 4 milliárd forint) beruházás kivitelezője a szerződés szerint az „Arts Alliance Digital Cinema” (AADC) elnevezésű társaság lesz, amely körülbelül 150 mozgóképszínházban mintegy 250 digitális vetítőtermet alakít majd ki. Ez a mennyiség megegyezik a világon jelenleg létező összes ilyen terem számával. A projekt keretében nagyfelbontású vetítőgépeket, illetve

megfelelő szerverszámítógépeket helyeznek majd el a mozikban. A filmszínházakba hordozható merevlemezen érkeznek majd az egyenként körülbelül 100 GB-os filmek, amelyeket innen először a szerverre másolnak, majd az AADC által alkalmazott új kivetítőkön keresztül 2048 x 1080 pixeles felbontásban jelenítenek meg a kivetítőn.

A digitális kópiák használatának számtalan előnye van a celluloidszalaggal szemben – a tartós minőség mellett talán a legfontosabb az olcsóság, amely mindenképpen a speciális helyzetű, nem tömegfilmeknek kedvez. Úgynevezett „művészfilmeket”, vagy dokumentumfilmeket eddig például többnyire csak a nagyvárosok kifejezetten ezekre szakosodott, és államilag támogatott filmszínházaiban lehetett látni, az olcsó, gyakorlatilag korlátlan számban készíthető digitális kópiák révén azonban megérheti kisebb számú, vidéki közönségeknek is levetíteni őket. Ráadásul, míg a népszerű filmek drága és elégtelen mennyiségű kópiáit eddig csak meghatározott időre bérelhették a kisebb mozik, ez alatt az idő alatt pedig kénytelenek voltak naponta többször is vetíteni őket, addig a digitalizálás révén ez a probléma is könnyedén megoldódik, mivel minden filmszínháznak lesz saját kópiája. Az AADC tervei szerint a brit országos digitális mozhálózat első tagjai már idén ősszel megkezdhetik a működést. (prim.hu, 2005. 02. 27.)

gazdaság, technológia

Nyolcmilliárd forint a köztévé hiánya

Nyolcmilliárdos hiánnyal zárja a Magyar Televízió (MTV) a tavalyi évet, és 2,5-3 milliárd forint körüli a megtakarítása. A magas hiányt részben azzal magyarázzák, hogy 2004-re – körülbelül 33 milliárdos költségvetés mellett – 10,8 milliárd forintnyi rendkívüli állami juttatással kalkulált az intézmény, ám ebből csak 4,8 milliárdhoz jutott. Az intézmény – a műsorterjesztési költség mintegy 6,8 milliárd forintos támogatása mellett – idén 18-20 milliárd állami juttatásra számíthat. Közben szakmailag tévesnek ítélte az MTV új szervezeti struktúráját három reprezentatív szakszervezet (a Televíziós Dolgozók Szakszervezete, a Televíziós Műsorgyártók Érdekvédelmi Szervezete és a Gyártásvezetői Szakszervezet). Az érdekvédők levélben emlékeztették Rudi Zoltán tévéelnököt egy tavaly nyári megbeszélésükre, amikor felhívták a figyelmet, hogy a televíziózásban járatlan külső cég megbízása az új struktúra kidolgozására pénzkidobás. Úgy látják, félelmük beigazolódott. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 19., 2. old.)

érdekképviselet, gazdaság, fogadtatás

Online média: inkább ingyen

A Cyberjournalist.net website közzétette azoknak a lapoknak a listáját, amelyek jelenleg pénzt kérnek honlapjuk használatáért. Az Egyesült Államok 1400 lapja közül mindössze 35 napilap teszi ezt. A legtöbb sajtó-honlap ingyenes. Az év elején a New York Times-csoport vezetője a Business Week magazinnal szembehelyezkedve úgy nyilatkozott: az olvasók egy generációja hozzászólt, hogy ingyenesen jut hozzá minőségi információkhoz a hálón. Nem sokkal később mégis felmerült az ötlet, hogy fizetössé váljon a New York Times honlapja, a javaslatot azonban elvetették. Az ingyenesség legfőbb oka az a félelem, mely szerint rengeteg internetlátogatót veszítenének el, és ennek megfelelően csökkenne a portál hirdetési értéke. (vg.hu, 2005. 02. 01.)

fogadtatás, gazdaság

Pénzhiány miatt vége az újvidéki rádió magyar nyelvű műsorainak?

Nincs pénz az újvidéki rádió magyar nyelvű műsoraira, ezért előfordulhat, hogy azok meg is szűnhetnek.

A szerkesztőség levélben hívta fel a vajdasági parlament és a kormány figyelmét, hogy a pénzhiány ellehetetleníti az egész kisebbségi tájékoztatást, mivel az újságírók nem lehetnek jelen minden olyan eseményen, amely érdeklí és érinti a vajdasági magyarságot. (mno.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás, gazdaság

Percenként húszmillió

Minden idők legdrágább magyar filmje a több mint 2,7 milliárd forintos költségvetésű Sorstalanság, minden egyes perce húszmillió forintba került. A film összevetve legalább 1,3 milliárd forintnyi közpénzt kapott, lévén, hogy a forgatás tavaly februárban a produkció anyagi összeomlása miatt leállt, s ezért még 390 millió forint állami támogatásban részesítették. A válságba került film befejezéséhez a kabinet kormányulésen döntött arról, hogy átutalja a Sorstalanság folytatásához megítélt összegből fennmaradt 430 milliót. A Magic Media Kft. újabb 150 milliónyi visszatérítendő támogatást is kapott, holott a film előállításának jogait ekkor már a Magyar Mozgóképek Kft. gyakorolta. A későbbiekben az anyagi gondokkal és milliárdos hiánnyal küszködő Magyar Televízió is 240 millióval támogatta a produkciót. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 10., 15. old.)

gazdaság

Reklámbevételei repítették a Google-t

A vezető internetes keresőszolgáltatás, az amerikai Google jelentősen növelte tavalyi utolsó negyedévi adózott eredményét, miután a bevétele közel megduplázódott a reklámbevételek bővülése hatására. A cég a tavalyi negyedik negyedév alapján 204,1 millió dollár, részvényenként 71 cent adózott eredményt közölt az egy évvel korábbi 27,3 millió dollár, részvényenként 10 cent után. A vállalat bevétele 512,2 millió dollárról 1,03 milliárd dollárra ugrott. A Google 7,2 százalékát augusztusban vezették be a tőzsdére, részvényenként 85 dolláros elsődleges kibocsátási ármegállapítás után, összesen 1,67 milliárd dollárért. (fn.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság

SBS – Észak-Európában vásárol

Magyarországon a TV2 csoport tulajdonosaként jelen lévő nemzetközi médiavállalkozás, az SBS Broadcasting S.A. bejelentette, hogy a száz százalékos tulajdonában lévő svéd leányvállalata, a Kanal 5 Holding AB 269,6 millió euróért megveszi a CMore Group AB-t. A CMore csoport az egyetlen szolgáltató, amely prémium sport és filmcsatornákat üzemeltet az észak-európai régióban a Canal+ és a CMore márkanévek alatt, és Svédországban, Norvégiában és Finnországban piacvezető.

A csoportnál van a legtöbb nemzeti és nemzetközi sportesemény közvetítési joga, beleértve a brit FA Premier League, az olasz Serie A mérkőzéseit, a svéd és norvég profi futball, valamint a svéd jégkorong bajnokok ligáját és az észak-amerikai profi jégkorong liga mérkőzéseit. A vállalati akvizíció hatályba lépése a helyi illetékes versenyhivatalok jóváhagyásától függ, várhatóan 2005. második negyedévében zárul le. (kreativ.hu, 2005. 02. 11.)

felhasználási jog, gazdaság, társaság, szabályozás

További növekedés várható az online kommunikációban

Az európai fogyasztók teljes médiafogyasztásában egy év alatt duplájára nőtt az internet. A 2003-ban mért 10 százalékról 2004-ben 20 százalékra nőtt az internet súlya. Ma már több időt töltenek az interneten az európaiak, mint a magazinok és a napilapok olvasásával. Az internethasználók száma Magyarországon még nem túl magas ugyan európai viszonylatban, ugyanakkor egy év alatt 23 százalékkal nőtt: 2004 második és harmadik negyedévében 1,8 millió ember mondta el magáról, hogy internethasználó a Szonda Ipsos kutatóintézet Nemzeti Médiaanalízisének adatai szerint. A fentiekben vázolt pozitív folyamatok megmozgatják a reklámpiacot is. A hazai online reklámozás minden várakozást felülmúlóan bővült a tavalyi évben, 2004-ben a 60 százalékos növekedéssel nagyjából 4 milliárd forintot tett ki, ami a reklámtorta közel három százaléka.

A megnövekedett hirdetési igényeknek köszönhetően a tavalyi évben több alkalommal is hetekre, sőt hónapokra előre elfogytak a prémium online hirdetési helyek, egy halom keresősőről, linkhirdetésről nem is beszélve, melyeket akár fél évre előre le kellett foglalni.

(kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás

Utolérte a 2000-es boomot az online hirdetési piac

Az elmúlt évben 32 százalékkal bővült az online hirdetési piac az Egyesült Államokban, ahol 2004-ben 9,6 milliárd dollárt költöttek internetes reklámokra a hirdetőik – derül ki a PricewaterhouseCoopers és az Internet Advertising Bureau felméréséből.

Az AdAge.com-on közzétett adatok szerint a jelentős növekedéshez nagyban hozzájárultak az online piac legnagyobb költői. A mobilszolgáltató Vonage reklámbüdzsájének 50, a Ford Motor Co. által forgalmazott Lincoln Mercury márka hirdetési büdzsájének 25 százalékát fordítják internetes megjelenésre, emellett a Mcdonald's is megtízszerezte online költségét az elmúlt évben. (mno.hu, 2005. 02. 24.)

gazdaság

A napi sajtó helyzete

Míg az országos politikai napilapok példányszáma csökken, a tematikus napilapok szűk piacán alig érezhetően, de nőtt a kereslet. A specializált lapok jövője mégis bizonytalan, mivel a hirdetőik még nem fedezték fel a szűk célcsoportoknak küldött üzenetekben rejlő lehetőségeket. A Magyar Terjesztésellenőrzési Szövetség (Matesz) adatai szerint az elmúlt években fokozatosan átrendeződött a napilappiac. A politikai napilapok olvasottsága csökken; ezt a folyamatot eddig egyetlen újság sem tudta megállítani. Ezzel párhuzamosan viszont nőtt a bulvárlapok olvasótábora. Ugyanakkor a bulvárlapok példányszámának növekedésével párhuzamosan az utóbbi időkben a megyei napilapok olvasottsága is rendületlenül nőtt.

A négy magyarországi tematikus napilap, a Világgazdaság (VG), a Napi Gazdaság, a Nemzeti Sport és a kicsit kakukktojásnak számító Expressz hirdetési újság sok szempontból különböző olvasótábora miatt eltérő problémákkal kénytelen ugyan szembenézni, helyzetük mégis sok tekintetben hasonló. Az újságok optimizmusát némiképp beárnyékolja az, hogy a hirdetőik még nem fedezték fel igazán a tematikus napilapokban rejlő lehetőségeket. Médiaügynökségi információk szerint hirdetési alapon, 2004. január és november közötti időszakot vizsgálva, a Napi Gazdaságnak a, a Világgazdaságnak 1,5, míg a Nemzeti Sportnak 3,6 százalékos részesedése van a napilapokban reklámra fordított összegből. Az Expressz lapcsaládhoz tartozik többek közt Expressz újság, az Expressz Képes Autó, a Mai Hirdetés, a Budapesti Szuperinfó, az Újpressz, vagy éppen a kisiparosokat és egyéb szolgáltatókat felsoroló Kisokos. Kisokos évi mintegy 170 kiadványa százezer cég és vállalkozás adatait tartalmazza, összesen 7,5 millió példányban. Az Expressz csoport súlyát jelzi a 2004-ban elért több mint 10 milliárd forintos árbevétele. (Kreatív, 2005. 02. 11., 47. old.)

gazdaság, fogadtatás, fogyasztás

Szabályozás

Taba Miklós, a Nemzeti Filmiroda igazgatója értékelt

Az intézmény a filmtörvény alapján június 4-e óta működik mint filmszakmai hatóság azzal a fő céllal, hogy biztosítsa a közpénzek hatékony, átlátható és ellenőrizhető elosztását. Az iroda az elmúlt időszakban közel 360 mozgóképszakmai szereplőt vett nyilvántartásba, amelyre azért van szükség, hogy az esetleges visszaélők a későbbiekben ne juthassanak állami támogatáshoz. „A munka során kilenc esetben jelezték, hogy nem tudnak elszámolni egyes pénzekkel, így őket nem is regisztráltuk. Az iroda másik fő feladata a korhatár-besorolás, eddig 648 filmalkotást soroltunk be, illetve 59 film kapott art minősítést” – mondta Taba Miklós. Az iroda legfontosabb eredménye az adókedvezmény létrehozása volt, amelynek segítségével a magántőke az egyes produkciókban húsz százalékkal lehet jelen. Előző év végéig 19 magyar alkotás tudott élni az adókedvezménnyel, s 3 külföldi produkcióval együtt 693 millió forint értékben kaptak adóigazolást. A filmiroda a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával közösen magyar és angol nyelven kiadványt állított össze Magyar Film 2004 címmel. A kötet fejezetei a mozgóképtörvény első évéről, a filmes adókedvezményekről, a Mozgóképek Közalapítványról, az európai Media Plus-programról és az Eurimages filmalapról, a forgalmazás, terjesztés és mozizás tavalyi eredményeiről, a magyar filmek külföldi szerepléséről és a Nemzeti Filmarchívum tevékenységéről tájékoztatják a hazai és külföldi érdeklődőket. (mno.hu és nol.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

A Nap-keltét támadja a Fidesz

MSZP-s propagandaműsorban tartja a Nap-keltét a Fidesz, ezért a gyártóval kötött megállapodás felülvizsgálatára szólította fel a Magyar Televíziót. Az MTV reggeli hírműsorának csapata „az MSZP mögött áll” – állapította meg közleményében a Fidesz kulturális tagozatának médiaszekciója. Példaként említette, hogy Fiala János a Keresztúz című műsorban Hiller István szocialista pártelnökhöz a következő szavakat intézte: „...kérdő társaimmal egyetemben azt a szellemet képviselem, hogy hajrá MSZP”. Fiala kijelentésétől egyik kérdező társa – Bánó András és Kocsi Ilona – sem határolódott el. Holub Katalin, az MTV szóvivője közölte: Nika György aktuális igazgató vizsgálatra kérte az ügyben Gyárfás Tamást, a Nap-kele producerét. Hozzátette, ezt követően a Nap-kele szerkesztősége elhatárolódott a kijelentéstől és sajnálatosnak tartotta, hogy a műsorvezető az élő adásban ezt nem tette meg. A szóvivő emlékeztetett arra: a Nap-kele külső gyártású produkció, ezért Gyárfás Tamás dönti el, hoz-e, és ha igen, milyen szankciót az ügyben. Azt egyelőre nem tudni, hogy Bánó András műsorvezetőt miképpen szankcionálta Gyárfás. Kérdés emellett, hogy mit keres az adóforintokból finanszírozott MTV-ben az a Fiala János, akinek a Budapest Rádióban elhangzott műsorát a médiahatóság gyűlöletkeltőnek minősítette és négymillió forintra bírságolta épp az elmúlt héten. (mno.hu, 2005. 02. 23. és Magyar Nemzet, 2005. 02. 25. 3. old.)

fogadtatás, szabályozás

A Viasat3 befejezi a földi sugárzást

A csatorna így elkerülheti, hogy országos adóvá minősítsék át, és például híradót kelljen sugározni.

Földfelszíni műsorsugárzási engedélyének megszüntetéséről állapodott meg az Országos Rádió és Televízió Testülettel a Viasat3 televíziót működtető társaság – közölte Kocsis Attila, a Viasat3 vezérigazgatója csütörtökön az MTI-vel.

„A Viasat3 műsora (...) kizárólag kábeles és műholdas előfizetői rendszereken érhető el” – mondta, hozzátéve, a budapesti AM-Mikro és az egész országban fogható műholdas UPC Direct hálózataival együtt a csatorna jelenleg több mint 1,7 millió háztartásban fogható.

2004 végére a csatorna országos kereskedelmi közönségaránya a 18-49 éves felnőtt lakosság körében megközelítette az 5 százalékot, sőt a nyár során a 6 százalékot is meghaladta. A csatorna hirdetési bevételei csaknem 50 százalékkal növekedtek 2004 első 9 hónapjában 2003 azonos időszakához képest, míg kifejezetten a III. negyedévben ez a növekedés a 80 százalékot is meghaladta. (index.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, fogyasztás, szabályozás, tartalomkínálat

Kritika a Magyar Mozgóképek Közalapítvány működéséről

A filmtámogatásokkal kapcsolatos adatok visszatartása miatt ÁSZ-vizsgálatot kér a 4 milliárdos állami alapot kezelő Magyar Mozgóképek Közalapítvány ellen egy animációs filmeseket tömörítő érdekvédelmi egyesület. A Magyar Animációsfilmes Szakmai és Érdekvédelmi Egyesület (Manifeszt) azért fordult a számvevőszékhez, mert választ sem kapott azokra a levelekre, amelyekben a közalapítvány törvényes és átlátható működésére vonatkozó kérdéseiket tették fel az MMK főtitkárának. A Manifeszt korábban már tájékoztatást kért az MMK-elnöktől arról, hogy milyen szabályzati pontok alapján kaphat 1989 óta folyamatosan támogatást Jankovics Marcell Az ember tragédiája című egész estés filmjére. A tizenöt éve készülő produkció – hivatalos összesítés hiányában – becslések szerint 150 millió forintot.

Az MMK játékfilmes szakkollégiumában sem szolgáltat adatokat arról, hogy hány pályázatból választották ki a támogatott alkotásokat. Többen jelezték, hogy az MMK eddig hivatalosan soha nem számolt el azokkal a bevételekkel, amelyeket a pályázati díjak befizetésével nyert. A közalapítvány ugyanis nem csak azokat a pénzeket nyeli le, amelyeket az – indoklás nélkül – elutasított pályázók fizettek be, hanem pályázottnál kisebb összeget nyert támogatások esetében sem fizeti vissza a pályázati díj különbözetét. Hivatalos információt azokról az összegekről sem adott az MMK, amiket megítéltek ugyan valamely film elkészítésére, ám váratlan problémák miatt a forgatás nem indult meg, így az összeg a szervezet kasszájában maradt. Az elmúlt évben az Eurofilm Kft. vihette el az összes támogatás egyötödét. Az Indexnek nyilatkozó szakemberek arra is felhívták a figyelmet, hogy az MMK filmes támogatási rendszerét a filmtörvény tavaly májusi hatályba lépésekor meg kellett volna változtatni, de ez nem történt meg.

A beadvány felhívja az ÁSZ figyelmét arra is, hogy a 2004-ben az MMK szakkollégiuma 18,3 millió forinttal kevesebb pénzt osztott el a beígért keretnél, de arról többszöri kérésre sem adott információt, mire használta fel az összeget. A közalapítvány honlapján elérhető információk alapján animációs filmek gyártásának támogatására 235 millió forint állt rendelkezésére, ám ebből a tavalyi két pályázaton összesen csak 216, 7 millió forintot osztottak ki.

érdekvédelem, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

A Fidesz szerint az MTI eltussolta Gyurcsány kijelentését

A Fidesz az ORTT-hez fordul, mert elfogadhatatlannak tartja, hogy az MTI tegnap nem adta ki közleményüket, melyben a kormányfő szaúd-arábiai labdarúgó-válogatottat sértő kijelentésére reagáltak, illetve az ominózus esetről csak ma számoltak be – jelentette be Révész Máriusz szóvivő.

Ez a hírszerkesztési gyakorlat a közpénzből működő nemzeti hírügynökségtől elfogadhatatlan – jelentette be Révész Máriusz. (mno.hu, 2005. 02. 08.)

szabályozás

Beperli a Napi Ász a Magyar Televíziót

Bírósághoz fordul a Napi Ász című bulvárlap, mert a Magyar Televízió üzleti titokként kezeli és nem mutatja meg a nyilvánosságnak az Országos Meteorológiai Szolgálatról illetve a meteorológusokat menedzselő bt.-vel kötött szerződéseit. Péterfalvi Attila adatvédelmi biztos szerint a kért adat közérdekű.

A Magyar Televízió az időjárás adatok közlésére kötött szerződést az Országos

Meteorológiai Szolgálattal, ugyanakkor a Kabala Bt.-vel is, ahol kültagként szerepel két meteorológus, úgy mint Németh Lajos és Vissy Károly. (mno.hu, 2005. 02. 02.)
<i>szabályozás</i>
<i>Csúszik az Antenna Hungária privatizációja</i> A versenyfelügyelet által indított eljárás miatt nehéz lesz tartani az év első felévére kitűzött határidőt az Antenna Hungária privatizációjával kapcsolatban. A Gazdasági Versenyhivatal azt kívánja megállapítani az eljárásban, hogy a társaság tisztességtelenül határozza-e meg műsorterjesztési, nevezetesen országos televízióműsor földfelszíni műsorszórási illetve műsorszétoztási árait. A Napi Gazdaság cikke szerint a bejelentés a lehető legrosszabbkor jött a privatizáció szempontjából, ugyanis aligha akad olyan befektető, amelyik ilyen bizonytalansági tényező mellett megvenné a céget. (mno.hu, 2005. 02. 22.)
<i>szabályozás, társaság</i>
<i>Elfogadták a közmédiumok beszámolóját</i> Az Országgyűlés kulturális és sajtóbizottsága, a költségvetési, illetve az emberi jogi, kisebbségi, és vallásügyi bizottság is általános vitára alkalmasnak találta az MTV, a Duna Televízió, és a MR tevékenységéről szóló beszámolókat. (mno.hu, 2005. 02. 23.)
<i>szabályozás</i>
<i>Elnémul a Tilos Rádió</i> Február 26. éjféltől március 23-ig nem sugároz műsort a Tilos Rádió, mivel a bíróság másodfokon is helybenhagyta az ORTT 30 napos felfüggesztést előíró döntését. Emlékezetes: 2003 karácsonyán az egyik műsorvezető ittasan arról beszélt: kiirtaná az összes keresztényt. Mivel a Tilos a büntetésből öt napot már tavaly „letöltött”, most 25 napra hallgat el a médium. A Fővárosi Bíróság azonban úgy ítélte meg, hogy a médiahatóságnak nem volt joga a pályázatokból való kizárásra. A Tilos ezért tavalyi támogatásaival együtt – az ominózus kijelentés óta – nyolcmillió forintos támogatást vehetett fel a Műsorszolgáltatási Alaptól. (mno.hu, 2005. 02. 24. és Magyar Nemzet, 2005. 02. 25., 2. old.)
<i>gazdaság, szabályozás</i>
<i>Eltörölték a médiatörvény egy passzusát</i> Az alaptörvénnyel ellentétesnek találta és megsemmisítette az 1996-os médiatörvény egyik rendelkezését az Alkotmánybíróság (Ab). Ezután a közmédiumoknak nem lesz kötelező a Magyar Államkincstárnál vezetni a számlájukat. Úgy döntött a taláros testület, nem egyeztethető össze a tulajdon védelmével, hogy egy 1996-os rendelkezés szerint a közalapítványként működő közszolgálati médiumok számláit kötelezően a Magyar Államkincstár vezeti. A Magyar Rádió, a Magyar Televízió és a Duna Televízió közalapítványairól van szó. A szabályt megsemmisítették. A döntés indoka az volt, hogy a számlán nemcsak a központi költségvetésből származó pénz szerepelhet, hanem más összegek, így a készülékek üzemben tartási díja is. Ezt ugyan az utóbbi időben átvállalta az előfizetők helyett a költségvetés, ám a vegyes finanszírozáson ez nem változtat. Nem találták ugyanakkor alkotmányosértőnek azt, hogy az Országos Rádió és Televízió Testület és a Műsorszolgáltatási Alap számláit is a kincstárnak kell vezetnie. E két utóbbi szervezet ugyanis a bírák többsége szerint az államszervezet részének tekintendő. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 23., 2. old.)
<i>szabályozás</i>
<i>Négymilliós kötbér kifizetésére kötelezték a Budapest Rádiót</i> A Budapest Rádiót az ORTT február 17-i döntésével 4 millió forintos kötbér kifizetésére kötelezte gyűlöletkeltés és a kiskorúak védelmére szolgáló rendelkezések megsértése miatt. A rádió vezetősége valószínűleg fellebez a döntés ellen. Mint ismert, Fiala János Ennyi című műsorában tavaly október 12-én hangzott el Paizs Miklós gyűlöletkeltő verse, dalszövege. A döntés értelmében a médiatörvény 3. § (2) bekezdésének megsértése miatt 1.982.856 Ft

kötbért róttak ki a rádióra. A médiatörvény 3. § (2) bekezdése kimondja, hogy „a műsorszolgáltató köteles tiszteletben tartani a Magyar Köztársaság alkotmányos rendjét, tevékenysége nem sértheti az emberi jogokat, és nem lehet alkalmas a személyek, nemek, népek, nemzetek, a nemzeti, etnikai, nyelvi és más kisebbségek, továbbá valamely egyház vagy vallási csoport elleni gyűlölet keltésére.” A médiahatóság megállapította továbbá, hogy a műsor nem megfelelő időszámban közölte Paizs olyan megnyilatkozásait, amelyek alkalmasak lehetnek a fiatalok szellemi, erkölcsi fejlődésének káros befolyásolására. Mint ismert, Paizs többek között Orbán Viktor, Kövér László, Csurka István, Grespik László meggyilkolására, Lovas István újságíró kibevezésére és a Magyar Nemzet munkatársainak fejbe rúgására szólított fel. A Budapest Rádióknak ezért az 5/C § (3), 5/D.§ (2) bekezdésének valamint az 5/B § (3) és 5/C. § (2) bekezdésének megsértése miatt további 1.982.856 forint kötbért kell fizetnie. A törvény kimondja: „azt a műsorszámot, amely alkalmas a tizenhat éven aluliak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésének kedvezőtlen befolyásolására, különösen azáltal, hogy közvetett módon utal erőszakra, illetve szexualitásra, vagy témájának meghatározó eleme az erőszakos módon megoldott konfliktus, a III. kategóriába kell sorolni. Az ilyen műsorszám minősítése: tizenhat éven aluliak számára nem ajánlott. A műsorszám közzétételének kezdetekor közölni kell annak minősítését. A III. kategóriába sorolt műsorszám megfelelő jelzéssel ellátva 21.00 és 05.00 óra között tehető közzé.” (mno.hu, 2005. 02. 25.)

gazdaság, szabályozás

Fokozott fellépés a kalózfilmek ellen – Már Magyarországon is dolgozik az FBI

Tovább fokozza a szerzői jogsértések ellen indított küzdelmét az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közhasznú Alapítvány (ASVA). A társaság a jövőben ellenőrizni kívánja a mozik belső szabályzatát, az amerikai sikerfilmek szinkronizálásban részt vevő négy nagy stúdiót, valamint vizsgálatot tervez a hazai DVD-gyártóknál is. Magyarországon minden második DVD illegális, így a filmiparban tevékenykedő jogtulajdonosoknak okozott kár becsült értéke a Motion Picture Association számításai szerint évi 20 millió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Ehhez hasonló a helyzet Csehországban, miközben Ukrajnában, Romániában és Szerbiában a feketepiac mindent ural. Szakértők szerint itthon mintegy tucatnyi „profí” üzemelteti azt a rendszert, amelyben becslések szerint több tízezren vesznek részt. A filmek többségét a mozikból és szinkronstúdiókból lopják el. Az ASVA kalkulációiból az is kiderül, hogy a feketepiac forgalma Magyarországon negyede a 92 milliárd forintos legális piacnak. A legrosszabb a VHS-k és a DVD-k helyzete, ahol a legálissal teljesen azonos méretűre teszik a feketepiacot.

Összehasonlításképpen: az USA-ban a filmes illegális piac forgalmát 2004-ben 3,5 milliárd dollárra becsülték, szakértők szerint az idén már 5,3 milliárdra nőhet ez a szám. Kálmán András jelezte: céljuk, hogy minden eszközzel megpróbálják a feketepiac további terjedését megakadályozni. Magyarországon egyébként tavaly 312 szerzői jogsértéssel kapcsolatos ügyben jártak el az ASVA munkatársai, közülük többekkel szemben a károsultak polgári pereket is indítottak. Várhatóan az idén még több esetben kell majd a rendőrséggel együttműködő szervezetnek fellépnie. Közben megérkezett Magyarországra az az FBI-ügynök is, aki a helyi nyomozókkal próbál majd szorosabb együttműködést kialakítani. Kálmán András jelezte: a szövetségi nyomozó a közép- és kelet-európai régió illegális filmterjesztése elleni fellépés koordinációjáért is felelős lesz. Az igazgató ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a jövőben nagyobb hangsúlyt kívánnak fektetni az ismeretterjesztésre is, hogy tudatosítsák az emberekben: bűncselekményt követnek el az internetes filmterjesztéssel. Az ASVA idén 119 millió forintot fordít reklám- és PR-tevékenységre – 40 millióval többet, mint 2004-ben. (mno.hu, 2005. 02. 03., MBBJ, 2005. 02. 07., 14. old.)

érdekképviselés, felhasználási jog, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Magyar Oscart alapított az RTL Klub

A tervek szerint évente megrendezendő versenyben az utóbbi nyolc év húsz, legalább százezer nézőt vonzó alkotása, illetve azok producerei, rendezői által nevezett színészek indulhatnak, mondta Kolosi Péter programigazgató, aki bízik benne, hogy idén készül annyi százezer nézőnél többet vonzó sikerfilm, hogy már érdemes legyen megrendezni a jövő évi gálát is. A film-kategória nyertesei ötvenmillió forintot vehetnek át a gálán, az összeget következő közös alkotásukra kell fordítaniuk. Kolosi Péter tájékoztatás szerint a kiírás kritériumainak megfelelő filmek közül internetes, sms- és képeslapos szavazással választhatják ki a nézők azt az öt alkotást, amelyek az egyharmad arányban a filmes szakma szervezeteinek delegáltjaiból, kétharmadban pedig a voksoló nézők közül kisorsoltakból álló zsűri tagjai elé kerülnek. A legjobb „minőségi közönségfilmeket” elismerő Aranycsirke díjat abból a pénzkeretből finanszírozza a kereskedelmi csatorna, amelyet a médiatörvény szerint magyar alkotások támogatására kell fordítania. A szavazáson nem csak az RTL Klubbal koprodukcióban készülő filmekre lehet szavazni, az egyetlen szempont a százezret elérő nézőszám.

A Tv2 a filmszemle alatt osztott ki hasonló nagyságrendű 25 millió forintos támogatást, ennek ellenére mindkét kereskedelmi csatorna filmfinanszírozási gyakorlatát bírálja az ORTT, amely tavaly júliusban 300-300 millió forintos kötbért rótt ki mindkét adóra, mert a médiahatóság szerint 2001-ben és 2002-ben az RTL Klub és a TV2 is a törvényben előírtnál kevesebbet költött magyar nyelvű filmek támogatására. (index.hu, 2005. 02. 14.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Mediatörvény – figyelmeztetés Brüsszelből

A médiatörvény EU-konform módosításának elmaradása miatt az Európai Bizottság beperelheti Magyarországot.

Brüsszel a közelmúltban hivatalos értesítést küldött a kormánynak, amelyben 30 – köztük a médiatörvényre vonatkozó – irányelv átvételét hiányolta. Komoly problémát jelenthet a médiatörvény módosítása, hiszen a kétharmados törvény jelenleg nincs is napirenden, s már a csatlakozási tárgyalások idején is gond volt, hogy évekig egyáltalán nem, s később sem a vonatkozó uniós irányelvnek megfelelően módosították a törvényt. Eljárást a bizottság kezdeményezhet, ám a bíróság első elmarasztalása nem jár vagyoni szankcióval. Ha azonban ezután sem történik meg a harmonizáció, egy újabb elmarasztalás már bírság megfizetését írhatja elő. Erre a közösség történetében kétszer volt példa. (kreativ.hu, 2005. 02. 17.)

EU, szabályozás

Nem fogadták el a Magyar Rádió közszolgálati beszámolóját

Nem fogadta el a Magyar Rádió Rt. tavalyi utolsó negyedévi közszolgálati beszámolóját a Magyar Rádió Közalapítvány kuratóriumi.

Gellért Kis Gábor, a Közalapítvány Kuratóriumának elnöke elmondta: a beszámolót négyen elutasították, míg hárman elfogadták. Hozzátette: a kormánypárti tagok azért nem fogadták el a dokumentumot, mert úgy látják, hogy a Magyar Rádióban továbbra sem pártatlan és kiegyensúlyozott a tájékoztatás. (mno.hu, 2005. 02. 07.)

szabályozás, fogadtatás

NHH: az Antenna Hungária JPE szolgáltató a műsorterjesztési piacon

A Nemzeti Hírközlési Hatóság Tanácsa (NHHT) legfrissebb határozat tervezetében az Antenna Hungária Rt.-t (AHRt.) jelentős piaci erejű (JPE) szolgáltatóként azonosította az országos földfelszíni analóg rádió és analóg televízió műsorszórásai szolgáltatás nagykereskedelmi piacain – áll a hatóság közleményében. Az NHHT, az NHH és jogelődjei történetében első alkalommal alkotott határozatot, illetve határozat tervezetet a rádió és televízió műsorszórásai piaccal kapcsolatban. A hatóság a most JPE szolgáltatóként azonosított AHRt-re az elektronikus hírközlési törvény alapján négy kötelezettséget – átláthatóság, egyenlő elbánás, számviteli szétválasztás és hozzáféréssel és összekapcsolással

kapcsolatos kötelezettség – rótt ki. Mint ismeretes, az NHHT – a Európai Unió Bizottságának ajánlásával összhangban – 18 szolgáltatási piacon végzi a piac-meghatározási és piacelemzési tevékenységét, melynek végén az egyes piacokon dönt a jelentős piaci erejű szolgáltatók kijelöléséről, illetve a JPE szolgáltatókat terhelő kötelezettségekről. A határozattervezetet az érintett szolgáltatók a Hírközlési Értesítőben való megjelenést követő 20. napig véleményezhetik, majd az Európai Unió Bizottságának jóváhagyása után jelenik meg a végleges határozat. (prim.hu, 2005. 02. 11.)

EU, szabályozás

Nem sértette meg a médiatörvényt az MTV

Nem sértette meg a Magyar Televízió a kiegyensúlyozott tájékoztatás törvényi követelményeit a decemberi népszavazás estéjén sugárzott műsorával – állapította meg az országos médiahatóság. A műsorral kapcsolatos állampolgári beadványt először az ORTT panaszbizottsága vizsgálta, azt állapítva meg, hogy a népszavazási eredményekkel is foglalkozó Friderikusz-produkció kiegyensúlyozottan tájékoztatta a nézőket. A panaszos ezért másodfokon a médiahatóság testületéhez fordult beadványával. Ennek kapcsán az ORTT irodája a kifogásolt műsorról összességében azt állapította meg, hogy az nagyjából megfelelt a médiatörvénynek, annak ellenére, hogy Hajós András humoristának a szerepeltetése ugyan nem volt szerencsés, de ezáltal nem történt törvénysértés. (Magyar Nemzet, 2005. 02. 10., 2. old.)

szabályozás

SBS – Észak-Európában vásárol

Magyarországon a TV2 csoport tulajdonosaként jelen lévő nemzetközi médiavállalkozás, az SBS Broadcasting S.A. bejelentette, hogy a száz százalékos tulajdonában lévő svéd leányvállalata, a Kanal 5 Holding AB 269,6 millió euróért megveszi a CMore Group AB-t. A CMore csoport az egyetlen szolgáltató, amely prémium sport és filmszórakoztatókat üzemeltet az észak-európai régióban a Canal+ és a CMore márkanévek alatt, és Svédországban, Norvégiában és Finnországban piacvezető.

A csoportnál van a legtöbb nemzeti és nemzetközi sportesemény közvetítési joga, beleértve a brit FA Premier League, az olasz Serie A mérkőzéseit, a svéd és norvég profi futball, valamint a svéd jégkorong bajnokok ligáját és az észak-amerikai profi jégkorong liga mérkőzéseit. A vállalati akvizíció hatályba lépése a helyi illetékes versenyhivatalok jóváhagyásától függ, várhatóan 2005. második negyedévében zárul le. (kreativ.hu, 2005. 02. 11.)

felhasználási jog, gazdaság, társaság, szabályozás

Elmarasztalta az ORTT a Kapos Televíziót

A Panaszbizottság után az ORTT is elmarasztalta a médiatörvény megsértése miatt a televíziót. A panaszt a megyei önkormányzat nyújtotta be 2004 októberében, amikor a Kapos Televízió híradója azt állította: a megyei önkormányzat miatt nem tudta tájékoztatni a nézőket egy eseményről. Ezzel szemben a tudósításban olyan információk hangzottak el, melyeket az önkormányzat szolgáltatót. Az ORTT egyet értve a Panaszbizottsággal, jogosnak ítélte a megye panaszát. Az ORTT arra az álláspontra jutott, hogy a televízió a riportban csak a saját véleményét jelenítette meg, az önkormányzatot nem szólaltatta meg. Ezzel a Kapos TV megsértette a médiatörvényt, hiszen nem kiegyensúlyozottan tudósított. A fentiekben túl a műsorszolgáltató véleményét is nyilvánított az ügyben, amivel szintén megsértette a médiatörvényt. (Somogyi Hírlap, 2005. 02. 01.)

szabályozás

Társaság

A Hír TV korábbi hírigazgatója lesz az Echo Televízió vezére

Bejegyzés alatt áll a 250 millió forinttal alapított Echo Hungaria TV Rt., amely a nyáron elinduló televíziót működteti majd – mondta Széles Gábor, a társaság tulajdonosa, a Videoton és az Ikarus elnöke.

Az Echo Televízió a Műszertechnika Rt. tulajdonában lévő, a főváros XIV. kerületében, a Thököly és a Mexikói út sarkán lévő épületben fog működni. Az üzletember egy politikailag semleges, a gazdasági élettel is körültekintően és hangsúlyosan foglalkozó TV-t akar. Azonban az alapító cáfolta azt a korábban sajtóban elterjedt értesülést, hogy gazdasági televíziót létesítene.

A tervek szerint a nyári próbaadások után szeptembertől már folyamatos programot sugároz a TV, amelybe Széles Gábor közlése szerint a 21. század technikáját építik be. A TV első évi költségeit 600 millió forintra taksálja az üzletember. Széles Gábor több kábeltelevíziós társasággal is szerződést kíván kötni annak érdekében, hogy jövőre már terjeszthessék hálózatukon az adást.

A TV vezérigazgatójának Gulyás Istvánt, a Hír TV korábbi hírigazgatóját nevezte ki Széles Gábor. (nol.hu, 2005. 02. 10., kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

Tizenkétfélmilliárd forintot költöttünk emelt díjas hívásokra

Az előző évinél 30 százalékkal többet, 12 milliárd forintot költöttünk el tavaly emelt díjas telefonhívásokra, a többi között szavazásra, csengőhangokra, mobil- és kvízzjátékokra. Csak a három Való Világ műsorban 20 millió szavazatot számoltak össze, a szavazóshow-k estéin a mobilszolgáltatóknál 2-10-szeresére nő az SMS-forgalom.

Az összeg 90 százaléka a 8-10 meghatározó szereplőhöz kötődik, a maradékon kisebb cégek tucatjai, mások szerint százai osztoznak. A Matáv és az IKO Production Kft. például nemrégiben jelentette be, hogy 3,2 milliárd forint jegyzett tőkével létrehozták az IKO-Matáv Media Holdingot, hogy az eddigieknél is jobban kihasználhassák a távközlés és a média együttműködésében rejlő üzleti lehetőségeket. A cégnek két leányvállalata van, az egyik értéknövelt interaktív távközlési és tartalomszolgáltatással, a másik a magyar és nemzetközi médiatartalmak jogainak megszerzésével foglalkozik. Mellettük a holding 31 százalékos tulajdonosa az RTL Klubnak is. A létrehozott vállalat az emelt díjas tartalomszolgáltatási piac 30 százalékat tudhatja magáénak. Az emelt díjas tartalomszolgáltatás megjelenése a médiában különösen látványos. Ma már nem indulhat tévéműsor anélkül, hogy legalább egy SMS-szám ne volna, amelyen a nézők elmondhatják véleményüket. De az egyes produkciókhoz kapcsolódó háttérképek, csengőhangok is elterjedt formái a néző és a műsor közötti kapcsolattartásnak. Az olyan telefonos játékok, amelyeken komolyabb pénzeket lehet nyerni, tavaly váltak igazán felkapottá. Az IKO New Media ilyen produkcióiban például 2004-ben a mintegy ötezer nyertes több mint 300 millió forintot vihetett haza. Nemcsak az elektronikus, hanem a nyomtatott sajtó is egyre érdeklődőbb az utóbbi időkben az emelt díjas tartalmak iránt. A trend azonban változik, az újságok igénylik, hogy az ő tartalmaik, például híreik is váljanak elérhetővé az emelt díjas tartalomszolgáltatások keretében. (nol.hu, 2005. 02. 08.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

Alcatel, Microsoft – internetes tévésövetség

Stratégiai együttműködést kötött februárban az internetes televíziózáshoz szükséges szoftverek piacán eddig konkurenciaként működő Alcatel és Microsoft. A két cég közös programot indít egy integrált tévémegoldás forgalmazására. A megállapodás szerint az Alcatel adja a hálózati és rendszerintegrációs eszközöket, míg a másik fél a szükséges

alkalmazásokkal segíti a közös munkát. A két cég az együttműködéstől az internetes televíziózás költségeinek csökkenését, a megoldás gyorsabb elterjedését, illetve új szolgáltatások elterjedését várja.

A The Wall Street Journal Europe becslése szerint míg 2005-ben négy millió darabot értékesítenek majd az internetes televíziózáshoz szükséges vevőkészülékekből, 2009-re ez a szám eléri majd a 18 millió darabot. (kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

fogyasztás, társaság, technológia

Cseh médiapiac – a CME visszaszerezte a TV Novát

A Central European Media Enterprises (CME) médiavállalkozás 642 millió dollárért többségi részesedést vásárolt, így újra tulajdont szerzett Kelet-Európa egyik legnépszerűbb tévéállomásában, a TV Novában.

A CME közvélemény-kutatása szerint 43,4 százalékos eredménnyel a TV Novának van a legmagasabb egész napra vetített nézettsége Csehországban. A cég szerint további növekedés várható, miután a hirdetőkkal – akik eddig szerintük alulértékelték a cseh közönséget – reálisabb, piackövető reklámdíjakat fizettetnek.

A társaságnak vannak érdekeltségei Romániában, Horvátországban, Szlovákiában és Ukrajnában, de kacsingat a lengyel piac felé is. A CME ezzel a bevásárlással vezető kereskedelmi médiatulajdonos lett a közép-európai térségben 85 millió nézővel. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

gazdaság, fogyasztás, társaság, fogadtatás

Cselényi László a Duna TV új elnöke

Cselényi Lászlót, az Uránia Nemzeti Filmszínház igazgatóját választotta a Duna Televízió elnökévé csütörtökön a közszolgálati médiumot felügyelő Hungária Televízió Közalapítvány kuratóriuma. Megválasztása után az új elnök arról beszélt az MTI-nek: saját arculatú, markánsan nemzeti, össznemzeti jellegű kulturális-művészeti csatornát kíván a Duna Televízióból létrehozni.

Cselényi László televíziós rendező, szerkesztő 1951-ben született Kolozsváron, 1996-tól a Duna Televízió szerkesztője, a Minoritates Mundi szerkesztőség vezetője, a millenniumi műsorok főrendezője, 2002 óta a budapesti Uránia Nemzeti Filmszínház Kht. ügyvezetője. Munkásságát 1999-ben Európa- és Tamási Áron-díjjal ismerték el. (index.hu, 2005. 02. 17.)

társaság, fogadtatás

Csúszik az Antenna Hungária privatizációja

A versenyfelügyelet által indított eljárás miatt nehéz lesz tartani az év első félévére kitűzött határidőt az Antenna Hungária privatizációjával kapcsolatban.

A Gazdasági Versenyhivatal azt kívánja megállapítani az eljárásban, hogy a társaság tisztességtelenül határozza-e meg műsorterjesztési, nevezetesen országos televízióműsor földfelszíni műsorszórási illetve műsorszétoztási árait. A Napi Gazdaság cikke szerint a bejelentés a lehető legrosszabbkor jött a privatizáció szempontjából, ugyanis aligha akad olyan befektető, amelyik ilyen bizonytalansági tényező mellett megvenné a céget. (mno.hu, 2005. 02. 22.)

szabályozás, társaság

Duna Tv: felmentették a két alelnököt és a Híradó főszerkesztőjét

Cselényi László, a Duna Televízió újonnan megválasztott elnöke személyi változásokban döntött. Az új vezető felmentette az alelnököket és a Híradó főszerkesztőjét.

Belénessy Csaba és Borsány-Gyenes András alelnökök munkaviszonya megszűnik a Duna Televízióban, az új elnök felmentette Németh Árpádot, a Híradó főszerkesztőjét beosztásából. Cselényi László ezzel egyidőben új alelnököket nevezett ki Pörös Géza és Pomezanski György személyében. A Híradó új főszerkesztője Szaniszló Ferenc lett. (mno.hu, 2005. 02. 21.)

társaság

Lemondott a CNN hírigazgatója

Lemondott az amerikai hírtelevízió, a CNN hírigazgatója az Irakban meghalt újságírók halálával kapcsolatban tett kijelentése miatt. Eason Jordan még a davosi világgazdasági fórumon adott annak a véleményének hangot, hogy Irakban több újságíró is a szövetségesek lóttek le. Később részben visszavonta és pontosította a kijelentést, ám az ügy olyan botrányt kavart, hogy a csatorna jó hírnevének védelmére hivatkozva beadta lemondását. (mno.hu, 2005. 02. 12.)

társaság, fogadtatás

Lengyelország – regionálisan terjeszkedő médiacégek

A lengyel piac egyik meghatározó médiavállalkozására, az ITI Holdingra szép napok várhatnak, elnökké választották ugyanis a pénzintézetek fenegyerekének titulált Wojciech Kostrzewat.

Wojciech Kostrzewának ambiciózus tervei vannak, azt szeretné, hogy az ITI 2010-re regionális szereplővé váljon. Az elemzők szerint a tervek reálisak, ez pedig komoly hatást gyakorolhat a lengyel médiapiac többi szereplőjének üzleti esélyeire is. (kreativ.hu, 2005. 02. 02.)

társaság, fogadtatás

SBS – Észak-Európában vásárol

Magyarországon a TV2 csoport tulajdonosaként jelen lévő nemzetközi médiavállalkozás, az SBS Broadcasting S.A. bejelentette, hogy a száz százalékos tulajdonában lévő svéd leányvállalata, a Kanal 5 Holding AB 269,6 millió euróért megveszi a CMore Group AB-t. A CMore csoport az egyetlen szolgáltató, amely prémium sport és filmcsatornákat üzemeltet az észak-európai régióban a Canal+ és a CMore márkanévek alatt, és Svédországban, Norvégiában és Finnországban piacvezető.

A csoportnál van a legtöbb nemzeti és nemzetközi sportesemény közvetítési joga, beleértve a brit FA Premier League, az olasz Serie A mérkőzéseit, a svéd és norvég profi futball, valamint a svéd jégkorong bajnokok ligáját és az észak-amerikai profi jégkorong liga mérkőzéseit. A vállalati akvizíció hatályba lépése a helyi illetékes versenyhivatalok jóváhagyásától függ, várhatóan 2005. második negyedévében zárul le. (kreativ.hu, 2005. 02. 11.)

felhasználási jog, gazdaság, társaság, szabályozás

Tartalomkínálat

Taba Miklós, a Nemzeti Filmiroda igazgatója értékelt

Az intézmény a filmtörvény alapján június 4-e óta működik mint filmszakmai hatóság azzal a fő céllal, hogy biztosítsa a közpénzek hatékony, átlátható és ellenőrizhető elosztását. Az iroda az elmúlt időszakban közel 360 mozgóképszakmai szereplőt vett nyilvántartásba, amelyre azért van szükség, hogy az esetleges visszaélők a későbbiekben ne juthassanak állami támogatáshoz. „A munka során kilenc esetben jelezték, hogy nem tudnak elszámolni egyes pénzekkel, így őket nem is regisztráltuk. Az iroda másik fő feladata a korhatár-besorolás, eddig 648 filmalkotást soroltunk be, illetve 59 film kapott art minősítést” – mondta Taba Miklós. Az iroda legfontosabb eredménye az adókedvezmény létrehozása volt, amelynek segítségével a magántőke az egyes produkciókban húsz százalékkal lehet jelen. Előző év végéig 19 magyar alkotás tudott élni az adókedvezménnyel, s 3 külföldi produkcióval együtt 693 millió forint értékben kaptak adóigazolást. A filmiroda a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával közösen magyar és angol nyelven kiadványt állított össze Magyar Film 2004 címmel. A kötet fejezetei a mozgóképtörvény első évéről, a filmes adókedvezményekről, a Mozgóképek Közalapítványról, az európai Media Plus-programról és az Eurimages filmalapról, a forgalmazás, terjesztés és mozizás tavalyi eredményeiről, a magyar filmek külföldi szerepléséről és a Nemzeti Filmarchívum tevékenységéről tájékoztatják a hazai és külföldi érdeklődőket. (mno.hu és nol.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

A Hír TV korábbi hírigazgatója lesz az Echo Televízió vezére

Bejegyzés alatt áll a 250 millió forinttal alapított Echo Hungaria TV Rt., amely a nyáron elinduló televíziót működteti majd – mondta Széles Gábor, a társaság tulajdonosa, a Videoton és az Ikarus elnöke.

Az Echo Televízió a Műszertechnika Rt. tulajdonában lévő, a főváros XIV. kerületében, a Thököly és a Mexikói út sarkán lévő épületben fog működni. Az üzletember egy politikailag semleges, a gazdasági élettel is körültekintően és hangsúlyosan foglalkozó TV-t akar. Azonban az alapító cáfolta azt a korábban sajtóban elterjedt értesülést, hogy gazdasági televíziót létesítene.

A tervek szerint a nyári próbaadások után szeptembertől már folyamatos programot sugároz a TV, amelybe Széles Gábor közlése szerint a 21. század technikáját építik be. A TV első évi költségeit 600 millió forintra taksálja az üzletember. Széles Gábor több kábeltelevíziós társasággal is szerződést kíván kötni annak érdekében, hogy jövőre már terjeszthessék hálózatukon az adást.

A TV vezérigazgatójának Gulyás Istvánt, a Hír TV korábbi hírigazgatóját nevezte ki Széles Gábor. (nol.hu, 2005. 02. 10., kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

Chat: a legérdekesebb virtuális beszélgetések könyv alakban

Az Origo csevegőszobájában rendszeresen szervezett virtuális beszélgetéseken az internetezők által feltett kérdésekre azonnal, online adnak választ a meghívott közismert vendégek. A kezdeményezés 2000-ben indult, azóta közel négyszáz vendég kapott meghívást és találkozott virtuálisan közönségével. A most megjelent kiadvány a szerkesztők által az elmúlt évek terméséből legérdekesebbnek ítélt 49 beszélgetését tartalmazza. A könyvben szereplő kérdéseket kivétel nélkül a portál olvasói tették fel, ha úgy tetszik, a meghívott vendégekkel, közszereplőkkel közösen ők írták a könyvet. (terminal.hu, 2005. 02. 25.)

fogadtatás, tartalomkínálat

A pannonosok már mobilon is nézhetik az RTL Klub műsorát

A Pannon GSM és az RTL Klub interaktív tartalomszolgáltató partnere, az IKO New Media

együttműködése nyomán 2005. február 14-től mobilon is nézhetőek a kereskedelmi csatorna legnépszerűbb műsorai a Pannon GSM hálózatán. Az a Pannon GSM-előfizető, akinek WAP-hozzáférése és erre alkalmas készüléke van, mobilja segítségével nyomon követheti az RTL Klub legnépszerűbb műsorait, sorozatait, így a Barátok közt éppen adásba került részét – illetve a megelőző részeket is – a Fókusz, később a Heti Hetes legérdekesebb riportjait, poénjait, de látható-hallható az Autómánia, filmelőzetesek, retro- és Pannon GSM reklámfilmek, természetfilmek, extrém sportos, kandi kamerás filmek, illetve magyar előadók zenei klipjei is. Az RTL Klub mellett a Cool Tv műsorából a Kontra és a Gerilla Grill is megtekinthető lesz mobilon. (prim.hu, 2005. 02. 14.)

tartalomkínálat

A popup ablakoknak vége, de itt az új reklámforma

A felpattanó, avagy popup ablakok korának alkonya akkor köszöntött be végleg, amikor tavaly nyáron a Microsoft kiadta a Windows XP operációs rendszeréhez elkészített második javítócsomagját. Ez ugyanis egy, az ilyen reklámok blokkolására képes funkcióval vértette fel az Internet Explorert. Ennél már jóval korábban, körülbelül 2001-ben terjedni kezdett az úgynevezett lebegő (floater) vagy átfedő (overlay) – esetleg átszaladó, azaz popover – kialakítású reklámforma, mely azonban a korábban a hirdetőik körében nagy népszerűségnek örvendő felpattanó ablakok miatt csak az elmúlt pár hónapban bontogatja igazán a szárnyait. Ezen hirdetési típusra ugyanis nincsen befolyással se az Internet Explorer popup blokkoló funkciója, se a legtöbb hasonló feladatot ellátó szoftver. A Nielsen/Netratings piackutató cég felmérése szerint tavaly decemberre az egy évvel korábbi, hasonló időszakhoz képest 32 százalékkal emelkedett ezen, többnyire a Macromedia Flash Playerét használó reklámforma gyakorisága, míg a felpattanó ablakok 41 százalékos visszaesést mutattak 2003 decemberéhez viszonyítva. Mégis mi az oka annak, hogy a számos online hirdetési típus közül pont ezen megoldások a legkedveltebbek a hirdetőik körében? A hagyományos, banner alapú hirdetések esetén az átkattintások száma durván az összes megjelenített reklámcsík fél százalékára tehető, a popup ablakok és a floaterok esetében ugyanez az érték már 3-5 százalék között áll. Igaz, némely tanulmány szerint az átkattintások jelentős része akkor következik be, amikor az internetező megpróbál megszabadulni a hirdetéstől.

Nem véletlen tehát, hogy a leginkább figyelemfelkeltő reklámozás egyben a legnagyobb mértékben zavaró is. Egy 2500 brit internetező részvételével lezajlott felmérés szerint az internet-felhasználók majdnem felét zavarta, zavarja a felpattanó ablakok jelenléte – nem meglepő módon ugyanekkorára tehető azok száma is, akik a floatereket hasonlóan zavarónak tartják. Többek között ez az oka annak, hogy a nagy webhelyeken limitálva is van az ezen hirdetési forma egy felhasználó számára megjelenített mennyisége: a New York Times újság webportálján például minden látogatás alkalmával csak egyszer láthat ilyet egy olvasó. (terminal.hu, 2005. 02. 28.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Tizenkétmilliárd forintot költöttünk emelt díjas hívásokra

Az előző évinél 30 százalékkal többet, 12 milliárd forintot költöttünk el tavaly emelt díjas telefonhívásokra, a többi között szavazásra, csengőhangokra, mobil- és kvízzjátékokra. Csak a három Való Világ műsorban 20 millió szavazatot számoltak össze, a szavazóshow-k estéin a mobilszolgáltatóknál 2-10-szeresére nő az SMS-forgalom.

Az összeg 90 százaléka a 8-10 meghatározó szereplőhöz kötődik, a maradékon kisebb cégek tucatjai, mások szerint százai osztoznak. A Matáv és az IKO Production Kft. például nemrégiben jelentette be, hogy 3,2 milliárd forint jegyzett tőkével létrehozták az IKO-Matáv Media Holdingot, hogy az eddigieknél is jobban kihasználhassák a távközlés és a média együttműködésében rejlő üzleti lehetőségeket. A cégnek két leányvállalata van, az egyik értéknövelt interaktív távközlési és tartalomszolgáltatással, a másik a magyar és nemzetközi médiatartalmak jogainak megszerzésével foglalkozik. Mellettük a holding 31 százalékos tulajdonosa az RTL Klubnak is. A létrehozott vállalat az emelt díjas tartalomszolgáltatási piac 30 százalékat tudhatja magáénak. Az emelt díjas tartalomszolgáltatás megjelenése a médiában különösen látványos. Ma már nem indulhat tévéműsor anélkül, hogy legalább egy SMS-szám ne volna, amelyen a nézők elmondhatják véleményüket. De az egyes produkciókhoz kapcsolódó háttérképek, csengőhangok is elterjedt formái a néző és a műsor közötti kapcsolattartásnak. Az olyan telefonos játékok, amelyeken komolyabb pénzeket lehet nyerni, tavaly váltak igazán felkapottá. Az IKO New Media ilyen produkcióiban például 2004-ben a mintegy ötezer nyertes több mint 300 millió forintot vihetett haza. Nemcsak az elektronikus, hanem a nyomtatott sajtó is egyre érdeklődőbb az utóbbi időkben az emelt díjas tartalmak iránt. A trend azonban változik, az újságok igénylik, hogy az ő tartalmaik, például híreik is váljanak elérhetővé az emelt díjas tartalomszolgáltatások keretében. (nol.hu, 2005. 02. 08.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

A Viasat3 befejezi a földi sugárzást

A csatorna így elkerülheti, hogy országos adóvá minősítsék át, és például híradót kelljen sugározni.

Földfelszíni műsorsugárzási engedélyének megszüntetéséről állapotodott meg az Országos Rádió és Televízió Testülettel a Viasat3 televíziót működtető társaság – közölte Kocsis Attila, a Viasat3 vezérigazgatója csütörtökön az MTI-vel.

„A Viasat3 műsora (...) kizárólag kábeles és műholdas előfizetői rendszereken érhető el” – mondta, hozzátéve, a budapesti AM-Mikro és az egész országban fogható műholdas UPC Direct hálózataival együtt a csatorna jelenleg több mint 1,7 millió háztartásban fogható.

2004 végére a csatorna országos kereskedelmi közönségaránya a 18-49 éves felnőtt lakosság körében megközelítette az 5 százaléket, sőt a nyár során a 6 százaléket is meghaladta. A csatorna hirdetési bevételei csaknem 50 százalékkal növekedtek 2004 első 9 hónapjában 2003 azonos időszakához képest, míg kifejezetten a III. negyedévben ez a növekedés a 80 százaléket is meghaladta. (index.hu, 2005. 02. 04.)

gazdaság, fogyasztás, szabályozás, tartalomkínálat

Arab nyelvű tévét indítana Európában az USA

Arab nyelvű műholdas tv-csatornát akar indítani Európában az Egyesült Államok. A tervezett csatorna napi 24 órán át sugározna híreket és közéleti műsorokat az Európában élő muzulmán közösségeknek, főleg Franciaországban és Németországban, ahol Európa legnagyobb muzulmán közösségei élnek. A 3,5 millió dolláros indulótőkét abból a 81 milliárd dolláros költségvetési póttételből hasítanák ki, amelyet az iraki katonai műveletekért a Bush-kormányzat a kongresszustól. (mno.hu, 2005. 02. 27.)

gazdaság, tartalomkínálat

Újra forgatják az Egy szoknya, egy nadrág című filmet

Márciusban kezdi forgatni az Egy szoknya, egy nadrág című 1943-as magyar vígjáték új

változatát Kabay Barna és Gyöngyössy Bence producer-társrendező páros. „Két korábbi remake-jük, A Hippolyt és a Meseautó százezreket vonzott a mozikba” – közölte a produkció sajtófőnöke. A producer-rendezők filmjét az RTL Klub helyett ezúttal a TV2 támogatja. A 300 millió forintból készülő film bemutatóját decemberre tervezik. (index.hu, 2005. 02. 23.)

gazdaság, tartalomkínálat

Guantanamo Guide-valóságshow

A legnagyobb példányszámú német bulvárlap *A britek a tv-ben eljátszák Guantanamót* címmel tudósít a televíziózás újabb mélypontjáról. Az angol Guantanamo Guide névre keresztelt valóságshow-ban az önkénteseket ketreche zárják, és műsornak nevet adó támaszponton megszokott módszerrel kínozzák. A résztvevők közé tartozik három muzulmán és négy fehér fiatal. Az amerikai kihallgatási szakértők 48 óráig kínozták a foglyokat. Magát a műsort február végén sugározzák. A foglyoknak szexuális és vallási megaláztatásokat kellett eltűrniük, nem hagyták őket aludni, valamint hőmérsékleti sokknak is kitették őket. Hét óra után az első játékos önként elhagyta a ketrecet, míg a másikat testének vészes lehülése miatt kivitték a műsorból. A műsort készítő Channel 4 csatorna nem kívánja megérteni a felháborodást. Dorothy Byrne a híradó vezetője kijelentette: „azt kívántuk megmutatni nézőinknek, hogy milyen módszereket alkalmaznak Guantanamóban. Azt kérdeztük magunktól, hogy vajon a kínzás miként működik, és mit árul el az értékeinkről. A résztvevők kezdettől fogva tudták, hogy mire vállalkoznak.” (mno.hu, 2005. 02. 11.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Győzike, a nézett roma

A Gáspár Győzővel készült kukkoló-show első adása nem igazolta a korábban megkérdezett szakértők aggályait. Ők a romákkal szembeni előítéletek erősödésétől tartottak a valóságshow kapcsán.

A főszereplő eddigi médiaszereplései és a műsort beharangozó rövid filmek alapján attól féltek, hogy a Romantic énekesre ráerősít a romákkal kapcsolatos sztereotípiákra.

A Győzike-show-t első epizódját 1,8 millióan nézték az RTL Klubon, félmillióval többen, mint a TV 2-n párhuzamosan sugárzott Bagi-Nacsa-kabarét, és háromszor annyian, mint a köztvény adott segélykoncertet. Antalóczy Tímea szociológus – aki a múlt héten az előzetes hírek alapján „a különböző kultúrák közti párbeszéd látszatát keltő üzleti vállalkozásnak” nevezte a show-t, amely semmiképp nem járulhat hozzá az előítéletek csökkentéséhez – az első rész megnézése után úgy vélte: Győzike jobb képet mutat magáról, mint a korábbi médiaszereplésin. Azt Antalóczy Tímea szerint komoly kutatásoknak kell kideríteniük, hogy milyen hatással lesz a műsor a romák megítélésére. A reality műfajjal is foglalkozó szakértő szerint a bemutatkozó műsorban volt pozitívum: az erős családi összetartás. Győzike annak a sztereotípiának felel meg, ahogyan a nem romák képzelik el a romákat. A nézők érettségén múlik, hogy valóban általánosítanak-e az énekes viselkedése alapján – nyilatkozta Ignác József, a Rádió C főszerkesztője. György Péter esztéta úgy vélte: „a rossz ízlésű úrgazdag és a csekély értelmű medveboc” szerepét felvevő Győziket kihasználja az RTL Klub, az énekesnek pedig semmi köze sincs a roma populáció döntő többségének mindennapi életéhez. Ám féltő, hogy a nézőkben összekeveredik a Győzike által megjelenített kép a romákról kialakítottal. Elkésérítőnek és siralmasnak nevezte a show indulásának a híret Daróczi János, a Magyar Televízió Roma Magazinjának szerkesztője, aki az előzetesek alapján rosszabbra számított, mint amit végül látott. Szerinte az RTL eszközként használja Győziket, aki hozza önmagát, s végtére is szerethető figura. Csakhogy a műsor hamis képet ad a magyarországi romák helyzetéről. A médiának óriási szerepe van abban, hogy a társadalom nagyobbik része milyen képet alakít ki a romákról. Természetesen köztük is vannak gazdag emberek, ahogyan Győzike is az, akinek a nagybevásárlása lehet, hogy bosszantott sok szegényt. Daróczi szerint éppen Győzike szerepeltetése mutat rá arra, hogy a szélsőséges körülmények között élők helyett mennyire hiányoznak a képernyőről a hétköznapi romák. (nol.hu, 2005. 02. 09.)

fogadtatás, fogyasztás, tartalomkínálat

Klubrádió – már Gyöngyösön is

Tovább bővítette sugárzási körzeteit a Klubrádió, miután januártól Gyöngyösön és környékén is elindította adását. A Klubrádió a Gyöngyösön és 50 kilométeres körzetében sugározza műsorát januártól. Ezzel a rádió már hét megyében, hat megyeszékhelyen az ország területének közel 30 százalékán az interneten is hallható.

A 2001 decembere óta működő rádió tavaly nyáron Bács-Kiskun megyében erősítette pozícióit, ahol a kecskeméti Partner Rádió megvásárlásával a Klubrádió újabb 100-150 ezer potenciális hallgatót szerzett. A gyöngyösi terjeszkedéssel 200 ezer fővel nőtt az elérhető hallgatók száma. (kreativ.hu, 2005. 02. 04.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Magazin hírlevél üzletembereknek és IT szakembereknek

Napilapok címlapjához hasonló hírlevéllel jelentkezik az IT-Business. Február 1-jétől az IT-Business Today című napi hírlevél egészíti ki az informatikával és üzlettel foglalkozó IT-Business hetilap megjelenéseit. A nap hazai és külföldi híreit, karrierinformációkat, pályázatinfót, napi eseményajánlót, valamint az IT-Business és az IT-Security ajánlóját olvashatjuk a napi kiadványban. (prim.hu, 2005. 02. 14.)

tartalomkínálat

Magyarul sugároz a nagyváradí Partium Rádió

Az Országos Audiovizuális Tanács (CNA) jóváhagyta a Nagyváradon beindult Partium Rádió névre hallgató rádióadó működését.

A térség első kereskedelmi csatornája a nap 24 órájában magyar nyelven sugároz. A rádió a kereskedelmi jelleg mellett a közszolgálati feladatot is felvállalja, s amennyiben sikeresnek bizonyul, a tulajdonsok szeretnének hasonló „kísérleteket” tenni az Érmellék, és Szalonta környékén is. (mno.hu, 2005. 02. 25.)

tartalomkínálat

DigiTV

December 21-én elindult a DigiTV nevű román DTH előfizetéses műholdas szolgáltatás. A jelenleg 30 csatornát kínáló csomagban helyet kapott a Duna TV, a Reality TV és az Animal Planet pedig magyarul is hallgatható. Az RCS (eddig csak) kábelszolgáltató által működtetett vállalkozás célja a kábellel el nem ért otthonok műsorokkal való ellátása a nyugati 1 fokon üzemelő Intelsat 10-02 segítségével. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 02. 03., 21. old.)

tartalomkínálat

Ingyenes a Real Madrid TV!

Újabb klubtörténeti esemény színhelye volt tegnap a Real Madrid központja, a Bernabeu-stadion. Florentino Perez elnök bejelentette, hogy a nagy egyletek, mint a Manchester United vagy a Boca Juniors példáját követve, a királyi klub is elindítja saját csatornáját Real Madrid Televisión (RMTV) néven. Perez szerint azért volt szükség a 24 órán át sugárzó televízió megalakítására, hogy a drukkerok számára közvetlenül eljusson minden, egyelőre a futballcsapatot érintő friss információ. És, ami igazán fontos: ingyen kapják a híreket, senkinek sem kell előfizetnie az RMTV-re. A tévé az Astra és a Hispasat műholdakon keresztül jut a világba, és elvileg Magyarországon is fogható. (Mai Nap, 2005. 02. 01., 22. old.)

tartalomkínálat

Technológia

Alcatel, Microsoft – internetes televíziózás

Stratégiai együttműködést kötött februárban az internetes televíziózáshoz szükséges szoftverek piacán eddig konkurenciaként működő Alcatel és Microsoft. A két cég közös programot indít egy integrált tévé megoldás forgalmazására. A megállapodás szerint az Alcatel adja a hálózati és rendszerintegrációs eszközöket, míg a másik fél a szükséges alkalmazásokkal segíti a közös munkát. A két cég az együttműködéstől az internetes televíziózás költségeinek csökkenését, a megoldás gyorsabb elterjedését, illetve új szolgáltatások elterjedését várja.

A The Wall Street Journal Europe becslése szerint míg 2005-ben négy millió darabot értékesítenek majd az internetes televíziózáshoz szükséges vevőkészülékekből, 2009-re ez a szám eléri majd a 18 millió darabot. (kreativ.hu, 2005. 02. 24.)

fogyasztás, társaság, technológia

Lassul a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése

Lassulni látszik a mobilok multimédiás felhasználásának terjedése – állapította meg a Jupiter brit informatikai kutatóintézet egy minap közzétett tanulmányában, míg egy másik tanulmány a mobiltelefonokra szóló tévé műsorok megkezdésének késését jósolja. A kutatók szerint az akkumulátorok kapacitása és a telefonok mérete a két legnagyobb akadály annak útjában, hogy a mobilok igazi multimédiás eszközzé váljanak. A felhasználók fő szempontja ugyanis az, hogy a telefon kicsi legyen, és sokáig működjön egy feltöltéssel. A mai, többfunkciós mobiltelefonok már képesek video- és képzünetek továbbítására, letöltésére, továbbá fényképezőgépek és játékeszközök is egyben. Ha ehhez még az egyszerű webkapcsolat, a gyors zeneletöltés lehetősége és a tévé műsorok vétele is csatlakozik, akkor jelentősen meg kell növelni akkumulátor kapacitását. A Gartner kutatóintézet tanulmánya a mobil telefonokra szóló, valós idejű televízióadás késlekedését vetíti előre, legalábbis Európában. A tanulmány azt is hangsúlyozza, hogy a fogyasztók vélhetően a tévé nézés mostani költségeivel hasonlítják majd össze a mobiljukon élvezhető adás árát is, ez pedig azt jelenti, hogy túl sok pénzt nem akarnak majd erre fordítani. A Gartner végső következtetése az, hogy 2007 előtt nem valószínű a mobiltelefonon vehető tévéadások beindulása. (prim.hu, 2005. 02. 16.)

technológia, fogadtatás, gazdaság

Nagy-Britanniában építik ki a világ első digitális mozihálózatát

Az Egyesült Királyság Filmtanácsa elhatározta, hogy az elkövetkező másfél év folyamán 250 vetítőteremmel létrehozza a világ első digitális mozihálózatát. A 11,5 millió fontos (kb. 4 milliárd forint) beruházás kivitelezője a szerződés szerint az „Arts Alliance Digital Cinema” (AADC) elnevezésű társaság lesz, amely körülbelül 150 mozgóképszínházban mintegy 250 digitális vetítőtermet alakít majd ki. Ez a mennyiség megegyezik a világon jelenleg létező összes ilyen terem számával. A projekt keretében nagyfelbontású vetítőgépeket, illetve megfelelő szerverszámítógépeket helyeznek majd el a mozikban. A filmszínházakba hordozható merevlemezen érkeznek majd az egyenként körülbelül 100 GB-os filmek, amelyeket innen először a szerverre másolnak, majd az AADC által alkalmazott új kivetítőkön keresztül 2048 x 1080 pixeles felbontásban jelenítenek meg a kivetítőn.

A digitális kópiák használatának számtalan előnye van a celluloidszalaggal szemben – a tartós minőség mellett talán a legfontosabb az olcsóság, amely mindenképpen a speciális helyzetű, nem tömegfilmeknek kedvez. Úgynevezett „művészfilmeket”, vagy dokumentumfilmeket eddig például többnyire csak a nagyvárosok kifejezetten ezekre szakosodott, és államilag támogatott filmszínházaiiban lehetett látni, az olcsó, gyakorlatilag korlátlan számban készíthető digitális kópiák révén azonban megérheti kisebb számú, vidéki

közönségeknek is levetíteni őket. Ráadásul, míg a népszerű filmek drága és elégtelen mennyiségű kópiáit eddig csak meghatározott időre bérelhették a kisebb mozik, ez alatt az idő alatt pedig kénytelenek voltak naponta többször is vetíteni őket, addig a digitalizálás révén ez a probléma is könnyedén megoldódik, mivel minden filmszínháznak lesz saját kópiája. Az AADC tervei szerint a brit országos digitális mozihálózat első tagjai már idén ősszel megkezdhetik a működést. (prim.hu, 2005. 02. 27.)

gazdaság, technológia

Igény szerinti televíziózás

Képzeljük el, hogy este vacsora után leülünk a fotelba, és a tévéket bekapcsolva egy interaktív menü fogad minket, ahol több tucat film közül választhatunk, pont úgy, mintha saját videotékánk lenne. Csak néhány gombnyomás a távirányítón, és máris elindul a kívánt mozi. El lehet felejteni a kötött műsorrendet, a televízió-újságot és a reklámokat is!

Bill Gates álláspontja szerint ez a jövő televíziózása. Las Vegasban tartott előadása során az új technológiák szerepéről beszélt, és szinte már temette a hagyományos műsorszórást. Többfajta video-on-demand (igény szerinti videózás) szolgáltatás létezik már ma is, ezek valószínűleg egymást kiegészítve terjednek majd el az igen közeli jövőben. Gondoljunk csak a digitális műsorszórásra vagy a nemrég hazánkban is elindult internetes filmszolgáltatásra.

A hagyományos televíziós társaságok közül sokan rettegnek az új technológiától – hiszen így megszűnik majd a csatornahűség fogalma -, mások pedig nyugalomra intenek: mindig lesznek olyanok, akik szeretik, ha mások foglalkoznak a műsorrend összeállításával. (nol.hu, 2005. 02. 25.)

fogadtatás, technológia

Új internet Ázsiából?

Most Japán az internetet vette célba: Indiával megállapodást kötött egy új generációs internetprotokoll (IP) kidolgozására, amely az eddiginél nagyobb adatmennyiséget és jóval gyorsabban képes továbbítani. Ehhez optimálisnak látszik a fejlett japán hardver és a fejlett indiai szoftverpotenciál kombinálása, Japán már az elmúlt években is növekvő számban alkalmazott indiai szoftverfejlesztőket. Nem titkolt célja a megállapodásnak, hogy ez a hatékonyabb ázsiai információtovábbítási technológia legyen a közeljövőben az egész világon használatos standard.

Amolyan „kiegészítő” feladatként a két ország azt is elhatározta, hogy létrehozza a negyedik generációs (4G) mobiltelefon-rendszert, amellyel a nagy felbontású képanyag is gyorsan továbbítható. (nol.hu, 2005. 02. 04.)

technológia