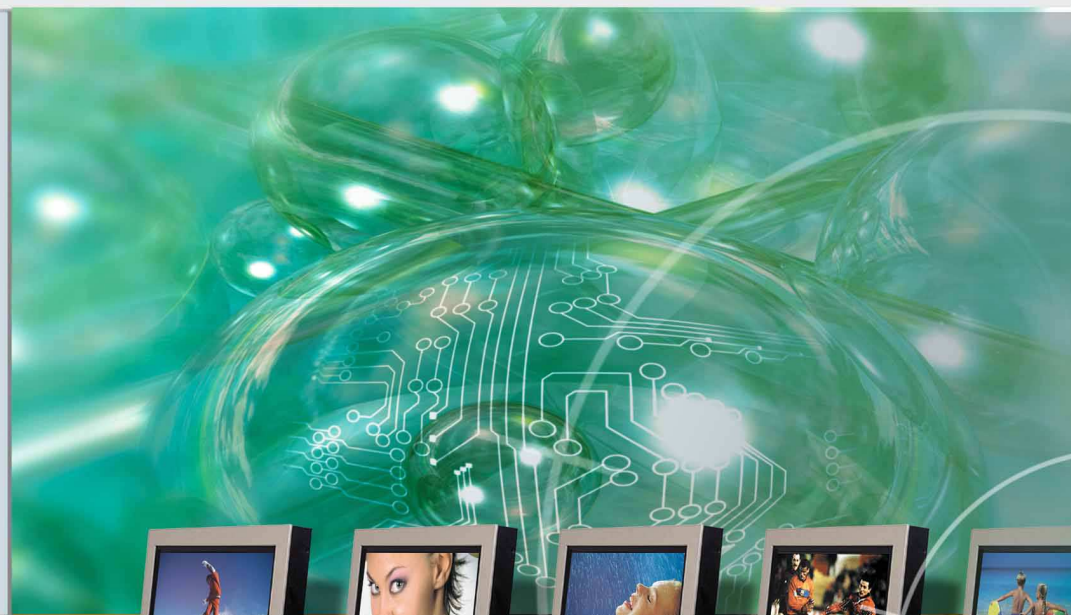


Készült az ORTT
Stratégiai Kutatások és Elemzések Programja
megbízásából



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

Készítette:

Paál Vince

MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE

2005. április

Tartalomjegyzék

<i>Bevezető magyarázatok</i>	<i>3</i>
<i>Érdekképviselés</i>	<i>6</i>
<i>EU</i>	<i>8</i>
<i>Fesztivál</i>	<i>11</i>
<i>Fogadtatás</i>	<i>12</i>
<i>Fogyasztás</i>	<i>24</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>33</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>46</i>
<i>Társaság</i>	<i>57</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>62</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 segítségével gyűjtjük össze. Ezáltal több mint 200 magyar 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 médiahírekben

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 újdonságokról (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 hírnek több komponense lehet, ezért ezek egyidejűleg több kategóriába is besorolást nyertek.

Érdekképviselet

Saját jogaikért küzdenek a hazai fájlcsere-élők

A szerzői jogvédő egyesületek mintájára a fájlcsere-élőket használók jogainak védelmére hívtak életre civil szervezetet a peer-to-peer alkalmazásokat használók. A másolható javakat fogyasztók érdekeit védő civil szervezet, a MACI egyelőre még nem hivatalosan bejegyzett szervezet, de máris lelkes rajongótáborral büszkélkedik.

A civilben elsősorban az informatikai szakmákban munkálkodó kezdeményezők célja, hogy a sokszor ellentmondásos nyilatkozatok és a szerteágazó jogi szabályozás közepette egyértelmű és közérthető iránymutatást adjanak az internetezőknél, hogy a multimédiás fájlok használata során mihez van joguk, s mihez nincs.

A civil szervezet jövőbeni tevékenységéről szólva Leskó Norbert alapító elmondta: elsősorban a multimédiás anyagok és a fájlcsere-élők közti összefüggéseket kívánják boncolgatni. Az alapító szerint a drága szoftvereknek van alternatívájuk, és több egyesület, illetve alapítvány is foglalkozik a szabad szoftverek népszerűsítésével, azonban a tájékoztatás és a fogyasztóvédelem vonatkozásában a legnagyobb fehér folt a zenék és a filmek terén van – a MACI pedig itt van feladata. (origo.hu, 2005. 04. 05.)

érdekképviselet, fogadtatás

Változtatni kell a filmalapítványt – vélik két produceri szervezet képviselői

Szinte minden évben indulatos viták tárgya a Magyar Mozgóképi Közalapítvány (MMK) – a nagyjátékfilmekre szánt támogatások elosztása után. Az idei eset abban kivétel, hogy ezúttal botránnyá dagadt a tiltakozás.

A mintegy 50-60 magánproduceri irodát tömörítő két szervezet, a Független Producerek Szövetsége (FPSZ) és a Magyar Producerek Szövetsége (MPSZ) képviselői abban egyetértenek, hogy az MMK sok tekintetben önmagát túlélt szervezet, noha az önkormányzatiságot, a közalapítványi formát egyikük sem kérdőjelezi meg. A magánszektorban azonban nincs képviselete a közalapítvány alapítói körében, ahol a régi állami stúdiók emberei ülnek. Az elosztásról szólva Sipos Áron a túlhaladott rendező-központúságot kárhoztatja. A támogatások odaítélésénél gyakran még mindig a rendező neve számít, és nem a gyártó szakmai hitele, eredményei.

Amit leginkább hiányolnak, és amit a tavaly év elején hatályba lépett filmtörvény megígért, de nem teljesült, az a normatív támogatás: az itthon sok nézőt vonzó és/vagy nemzetközi elismerést kiváltó filmek alkotói pályázat nélkül kapnának egy bizonyos összeget következő filmjükhöz. Ez a támogatási forma külföldön már régen bevált. Hazai feltételeit azonban csak mostanra tette közzé az MMK.

Az ügyben megszólalók ugyanakkor nem értenek egyet azzal, hogy az állami támogatást kizárólag vagy túlnyomórészt ebben a formában kellene folyósítani. Ha csak az itthoni nézőszámot vesszük, a jelenkori magyar film egyik nemzetközileg legismertebb rendezője, Tarr Béla sosem kaphatna támogatást - jegyzi meg egyikük. A művészfilmek, a kezdő alkotók, az automatikus támogatásból kiesett gyártók, továbbá a dokumentum- és ismeretterjesztő, valamint kisfilmek finanszírozása miatt a forgatókönyv alapján történő támogatást is fenn kell tartani. A műfajok támogatásának kialakított arányait azonban nem tartják be az MMK-nál, sokan panaszkodnak: a játékfilmesek a legerősebb érdekérvényesítők, ők kapják a támogatások a javát. Az MMK hibái mellett a mostani feszültség egyik fő okaként említik, hogy az ígérthez, a várthoz képest felére esett vissza az állami támogatás (3,3 milliárd forint). Két év után ismét bizonytalan helyzet alakult ki a filmszakmában, megint nem lehet tervezni.

Az MMK-támogatásokból legtöbbet kapott játékfilmgyártók 1998-2004:

Gyártó cég	Vezető	Megítélt támogatási összeg
Eurofilm Stúdió Kft.	Miskolczi Péter	740 millió
TT. Filmműhely Kft.	Tarr Béla	460 millió
Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	84 millió (sic!)
Új Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	330 millió
Hunnia Filmstúdió Kft.	Sándor Pál	370 millió
Tivoli-Filmprodukción Kft.	Szekeres Dénes	330 millió
Inforg Stúdió Kft.	Muhi András	300 millió
Katapult Film Kft.	Angelus Iván	270 millió
Focus Film Kft.	Sipos Áron	250 millió
Honeymoon Films	Nyeste Péter	250 millió

(nol.hu, 2005. 04. 29. és 30.)

érdekképviselés, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

EU

Internet a villamoshálózaton

Az Európai Bizottság közzétette a villamoshálózaton át történő internetezés jogi kereteire vonatkozó ajánlását.

A szakértők szerint ezzel lehetővé válik az, hogy az új technológia, amelynek próbaüzeme már 2001 óta folyt mintegy 40 országban, gyors fejlődésnek induljon. A bizottság azt reméli, hogy a szélessávú internetezésnek olcsóbb, egyben még több háztartásba jutó lehetősége jön létre. A lakások villamosvezetékén keresztül jutnak az internetjelek a vevőkészülékhez az új fejlesztések eredményeképpen úgy, hogy a jelek nem zavarják a rádió- és a televízió-vételi viszonyokat. A felhasználóknál igen egyszerű a szükséges átalakítások elvégzése: az alig egy órányi munkát jelent, és a mai szélessávú szolgáltatásokkal lényegében azonos áron megteremthető az új internetezési lehetőség.

Európában Németországban, Spanyolországban és Ausztriában csatlakoztak a legtöbben az „áramos” kísérleti internethez. Ausztriában 37 ezer háztartást kötött be a Linz AG, amely mellett a Tiwag is terjeszti a rendszert. Az új technológia vonzó lehet azokon a távol eső területeken, ahol a háztartások száz százalékát rákötötték a villamoshálózatra. (mtv.hu, 2005. 04. 08.)

EU, fogyasztás, gazdaság, szabályozás, technológia

A svédek büntetnék a fájlcsereelőket

A svéd kormány nemrég egy olyan törvényjavaslatot dolgozott ki, amely nem csupán a szerzői jogvédelem alá eső anyagok internetes közzétételét, hanem azok letöltését is büntetné. A skandináv ország igazságügyi minisztere szerint a törvénymódosításra azért van szükség, hogy az emberek megtanulják, mi legális és mi nem – írja az AFP.

A széles sávú hozzáférések számát tekintve az európai élbolyba tartozó Svédországban komoly problémát jelent a kalózkodás. A jelenség ellen aktívan küzdő hivatal, az Antipiratbyrån vezetője szerint az ország 9 millió lakosából legalább félmillió használ fájlcsereelő szoftvereket filmek, zeneszámok és szoftverek illegális letöltésére vagy megosztására. Évente nagyjából 15 millió példányra rúg az internetről jogtalanul letöltött filmek száma. Az országban egymillió lakosra 7000 lefülelt illegális tartalommegosztás jut évente, ez a szám pedig messze meghaladja az EU-átlagot, amely csupán 2000. A számok azonban nem győztek meg mindenkit a törvénymódosítás szükségességéről. Három ellenzéki párt már előre jelezte: nem szavazzák meg május 25-én parlament elé kerülő javaslatot, nem hiszik ugyanis, hogy a letöltések büntetése jelentené a megoldást. (itnews.hu, 2005. 04. 04.)

szabályozás, EU, fogyasztás

Az európai filmörökség

Az Európai Parlament kulturális bizottsága elfogadta Hegyi Gyula „Az európai filmörökség védelme” címmel készített jelentését, majd megszavazta jogszabályjavaslatát.

Hegyi kijelentette: „Az amerikaiak állandóan támadják a világkereskedelmi fórumokon és más helyeken az európai országokat azért, mert államilag támogatják a filmgyártást. A jogszabály alapot teremtene arra, hogy a kormányok támogathassák a filmgyártást, amely az unióban nagyon helyes gyakorlat.” Hegyi Gyula a jelentéssel kapcsolatban elmondta: Magyarországon, akár a könyvek esetében, a filmeknél is van köteles példány, és ő ezt az archiválási rendszert szeretné kötelező jelleggel az egész unióban bevezettetni azért, hogy Európa filmes öröksége fennmaradjon. Az unióban ugyanis vannak országok, ahol az archiválás önkéntes alapon történik. (Magyar Nemzet, 2005. 04. 22., 15. old.)

szabályozás, EU

Az audiovizuális szektor és az uniós belső piaci szolgáltatások szabályozása

Mint arról az utóbbi időben egyre többet hallhatunk, az Európai Bizottság és a Tanács az

egységes uniós belső piacon nyújtott szolgáltatások átfogó szabályozásán dolgozik. Az új keretirányelv célja az, hogy az EU a tagállamokban nyújtott különböző szolgáltatásokra egységes szabályozást alkosson, vagyis minden uniós vállalkozás azonos feltételekkel nyújthassa azokat a közös piac egész területén. A keretirányelv a „származási ország” alapelvein nyugszik, azaz ha egy szolgáltatást az azt nyújtó társaság székhelyén a hatóságok engedélyezték, akkor az ugyanolyan feltételekkel bármelyik másik tagállamban is nyújtható. Már az irányelv-tervezet első változatában is szerepeltek bizonyos ágazatok, amelyek kivételt képeznek ezen elv alól (pl. a távközlési szolgáltatások), és ezek száma az irányelv vitája során egyre szaporodik. A Bizottság ugyan az audiovizuális szolgáltatások kivételként való kezelésével nem ért egyet, egyre erősebbek az ezt szorgalmazó vélemények. Az új keretirányelv kioltaná a létező speciális tagállami szabályozásokat – pl. a médiatulajdonlási, az engedélyezési, must-carry rendelkezéseket –, a mostani tervezet szerint ugyanis csak azok a korlátozások maradhatnak fenn, amelyek a közrend, közérkölc, illetve a kiskorúak védelmével vannak összefüggésben. Ezzel kapcsolatban az Európai Műsorszolgáltatók Szervezetének (EBU) legutóbbi állásfoglalása azt javasolja, hogy az audiovizuális szektort emeljék ki a szolgáltatási keretirányelv tervezetének hatálya alól, és az audiovizuális ágazatra továbbra is csak a 89/552/EK vonatkozzon.

A 2002-ben elfogadott szabályozási csomagot a tagállamoknak 2003 nyaráig kellett átültetni jogrendszerükbe. Ez ugyan megtörtént, a szabályozás eredeti szándékának megvalósítása viszont várhatóan hosszabb folyamat lesz. Fontos célkitűzés – különösen a digitális műsorszórás és műsortovábbítás piacán –, hogy megszűnjön az az állapot, amelyben a hírközlési szolgáltatók a különböző hozzáférési szabványok, egymással nem kompatibilis vevőkészülékek alkalmazásával korlátozzák a műsorszolgáltatókat a nézők elérésében, illetve a nézőket a műsorszolgáltatókhoz való hozzáférésben. Ez az előfeltétele például a digitális földi műsorszolgáltatás elterjedésének is. Ugyancsak további szabályozást igényel bizonyos tartalomszolgáltatási kérdéseknek – pl. must-carry rendelkezéseknek – digitális környezetben való rendezése. Magyarország a folyamat elején tart azzal, hogy a kormány márciusban elfogadta a digitális földi műsorszolgáltatás bevezetéséről szóló határozatot, amely erre az évre elsősorban a bevezetéshez szükséges jogi előfeltételek megteremtését (így például a médiatörvény módosítását) jelöli feladatul.

A kiskorúak védelmének és a válaszadás jogának újraszabályozása az online szolgáltatásokban

Az Európai Unió Tanácsának 1998-as ajánlása a kiskorúak védelmének alapelveit határozza meg az audiovizuális szolgáltatások és az internetes tartalomszolgáltatás területén. Tavaly az EU napirendre tűzte az ajánlás felülvizsgálatát azzal a céllal, hogy annak hatályát kiterjessze valamennyi online módon nyújtott elektronikus médiaszolgáltatásra, illetve beemelje a szabályozásba az online környezetben alkalmazandó válaszadás jogát. Amíg a tagállamok szakértői egyetértettek abban, hogy a kiskorúak védelmének alapvető szabályait valamennyi online médiaszolgáltatás esetében egyformán alkalmazni kell, a válaszadás jogával kapcsolatban nem jött létre egyetértés. Többen – például az Egyesült Királyság szakemberei is – hangsúlyozták: mivel a sajtóbeli helyreigazítás, illetve a kötelező válasz intézménye nem minden államban ismert, az a szerencsétlen helyzet alakulhat ki, hogy az ajánlás a lapok elektronikus változatát szigorúbban szabályozná, mint a nyomtatott verziót, holott a két tartalom általában nem válik el egymástól. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 20.old.)

EU, szabályozás

Digitális start 2007-ben

A magyar kormány március 2-i ülésén megtárgyalta és elfogadta a földfelszíni digitális televíziós műsorszórásra való átállás stratégiai célkitűzéseiről és az elsődleges kormányzati feladatokról szóló előterjesztést. E szerint a kormány elsődleges feladata a szolgáltatás elindítását lehetővé tevő szabályozási környezet kialakítása és a szükséges frekvenciák

biztosítása. A tervek szerint a szolgáltatás 2007-ben indulhat el az ország sűrűn lakott területein. A fokozatos kiterjesztést követően az analóg műsorszórás teljes leállítása 2012-re várható.

A DVB-T elindításával kapcsolatban alapvető kérdés az állami szerepvállalás mértéke. Megoszlanak a vélemények arról, hogy az állam lehet-e finanszírozója, indirekt vagy közvetlen támogatója: a kormányhatározat-tervezet jelenleg az állami szerepvállalás „minimum-verzióját” tartalmazza. A szolgáltatóknak és/vagy a felhasználóknak (például a digitális vételhez szükséges set-top-boxok beszerzéséhez) nyújtott támogatásokat a kormányzat a következő néhány évben nem tervez. A fiskális támogatást az EU amúgy sem nézi jó szemmel: Németországban és Svédországban Brüsszel már vizsgálatot folytat a műholdas és kábeles szolgáltatók által sérelmezett támogatások kapcsán. Az ügy lezárásáig az Unióban minden, a földfelszíni digitális műsorszóráshoz kapcsolódó állami támogatást befagyasztanak. A kábelszolgáltatók üdvözlik, hogy az anyagban konkrétan is szerepel: a digitális televíziózáshoz szükséges állami támogatás csak technológia-semleges módon biztosítható, ám kifogásolják, hogy az előterjesztés kifejezetten a földi digitális sugárzás elindításának módját részletezi és nem ad átfogó koncepciót, pedig a háztartások vételi mód szerinti megoszlását tekintve a kábeltelevíziót elérők aránya a legnagyobb, 60 százalék. A UPC az év második felétől tervezi elindítani a digitális műsorszórásbővítést. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 8.old.)

EU, gazdaság, szabályozás, technológia

Fesztivál

Magyar filmsiker a párizsi Baltyk-o-Balkan filmfesztiválon

Fliegauf Benedek Dealer és a szlovákiai Kerekes Péter 66 szezon című filmje megosztva nyerte el a legjobb filmnek járó fődíjat a párizsi Baltyk-o-Balkan kelet-európai és balkáni filmeket bemutató filmfesztiválon. (mti.hu, 2005. 04. 28.)

fesztivál, fogadtatás

A Magyar Kábelkommunikációs Szövetség közgyűlése

A Magyar Televízió új csatornáiról Kovács György, az ORTT elnöke elmondta, a médiatörvény alapján nem dönthető el egyértelműen, hogy a közszolgálati csatorna indíthat-e újabb adókat. A Testület tagjainak többsége azonban úgy vélekedett, mivel a jogszabály nem zárja ki ennek lehetőségét, az MTV kezdeményezésének a médiahatóság zöld utat ad. Kovács György ugyanakkor hangsúlyozta, hogy a Testület felhívta a figyelmet az ezzel járó finanszírozási kérdésekre. Ezzel kapcsolatban a közösségi jogelvek csupán a versenyt torzító támogatást tiltják. Elképzelhető egy duális rendszer: e szerint a közszolgálati funkciók közpénzekből fedezhetők, az egyéb kereskedelmi műsorokkal járó kiadások pedig reklámbevételekből. Noha a sajtó már sokat foglalkozott a Demokrácia csatornával, az ORTT-hez eddig nem érkezett meg az adó elindításáról szóló kérelem. Kovács György a digitális átállással kapcsolatban kiemelte, a technológiaváltás csak gazdaságos üzemméret mellett valósulhat meg a kábeliparágban, ehhez a sok kishálózatot össze kell kötni. Az ORTT ennek elősegítése érdekében azt fontolgatja, hogy a jövőben támogatni fogja a rendszerek összekapcsolását is. Az elnök a médiatörvény módosítását jelölte meg a közeljövő legfontosabb feladatának, e nélkül ugyanis nem valósulhat meg az új technológiák elterjedése.

Szalai Annamária másképp vélekedik a kérdésről. A Testület fideszes tagja nem tartja eleve elvetendő gondolatnak az új csatornák megjelenését, de szerinte bizonytalan, hogy milyen forrásból valósítható meg, és úgy látja, meg kell vizsgálni azt is, hogy a kezdeményezés valóban összhangban van-e a közösségi jogelvekkel. Az új közcsatornák bevezetéséhez egy meghatalmazás szükséges, amelyet csak a médiatörvény adhatna meg, ehhez azonban módosítani kellene a jogszabályt. Szalai Annamária úgy véli, versenyjogi problémákat is felvet az új adók megjelenése, mert a hazai tartalomipar egy szereplője önkényesen megváltoztathatja a magyarországi médiapiacot. Az ügynek a must-carry is egy lényeges eleme, hiszen nem tisztázott, hogy a továbbítással járó többletköltségeket vajon kinek kell állnia: az operátoroknak kell lenyelniük ezt az összeget, vagy a díjakban azt továbbhárítva az előfizetőknek. Szalai Annamária ezzel kapcsolatban hangsúlyozta, közös felelősségük a kábelszakmával, hogy a must-carry fogalmát értelmezzék.

Dr. Gönczöl Tünde, a Gazdasági Versenyhivatal Infokommunikációs Irodájának vezetője ismét felhívta a figyelmet arra, hogy a GVH munkáját megkönnyítené, ha a szolgáltatók egyértelműen szétválasztanák a hálózatok fenntartásával kapcsolatos költségeket – amelyeket a hatóság nem von kétségbe – és a szolgáltatások díjait. Az idei vizsgálatokról az irodavezető elmondta, egy olyan esetről már tudnak, amikor az operátor csak együtt tette elérhetővé hálózatán a kábeltelevíziót és az internetet. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 13.old.)

fesztivál, szabályozás, gazdaság

Fogadtatás

Gyermek-pornót kutató szoftver

Az FBI adatai azt bizonyítják, hogy 1996-hoz képest 2000%-kal gyarapodott a pedofil oldalak száma, s a kanadai rendőri szervek pedig legkevesebb 100.000-re becsülik a hasonló tartalmú site-ok számát. A Microsoft mérnökei összefogva a kanadai Royal Mounted Police-szal, és a torontói rendőrséggel kifejlesztettek egy olyan szoftvert, amely segítséget nyújthat a hatóságoknak az internetes gyermek-pornográfia elleni harcban.

A Microsoft közölte, hogy a program képes lesz az eddig különállóan rendelkezésükre álló információk között (kreditkártya adatok, s az internetes chatroom-okban való aktivitás) összefüggést találni, amiből aztán a rendőrség szakemberei következtethetnek a pedofiliát keresők, és kínálók kilétére.

A projektet, amelybe a Microsoft megközelítőleg 4 millió dollárt fektetett, támogatta még az Interpol, a Scotland Yard, és a Department of Homeland Security is. (prim.hu, 2005. 04. 10.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, technológia

Pornográf média, felelőtlen szülők, beszennyezett gyerekek

Szakemberek szerint a média árasztotta szexuális képi ingerözön kiskorúakra gyakorolt hatása felér egy ismétlődő szexuális abusus-szal.

Megkérdezett szakemberek szerint a már egész kiskorban jelentkező természetes szexuális érdeklődést élesen el kell választani a szexuális kapcsolattól, illetve annak láttatásától. Nem ártatlan játékok ezek ugyanis, hanem életre szóló traumát okozhatnak. Porkolábné Balogh Katalin pedagógiai szakpszichológus a normavesztéssel kísért, megdöbbentő jelenségek legkézenfekvőbb okát a médiában látja. Az a nyers szexualitást ábrázoló képi ingerözön, ami elárasztja az utcákat és az otthonokat, születéstől fogva bombázza a gyermekeket. A kiskorúak pedig különösen nehezen dolgozzák fel ezeket a hatásokat, amelyek gyakran a felnőtteket is sokkolják. Így a kicsik gyakran egymás között vezetik le a látottak okozta feszültséget, amit akár helyénvalónak is hisznek, mert senki sem tájékoztatta őket ennek ellenkezőjéről. A gyerekek számára különösen feldolgozhatatlan, nagyon nehezen is beszélnek róla, hogy egy nagyon érzékeny és kíváncsi életkorban ennyire a szemük láttára zajlik minden. Nagyon sokszor azt hisszük, ha a gyerek lát valamit, az nem abusus. Az óvodás korú gyermekek ott tartanak a szexuális fejlődésben, hogy elkezdenek érdeklődni a másik nem iránt, de a pusztá szemrevételezésnél meg tudna állni a dolog, ha a körülöttük levő világ szexuálisan nem lenne annyira izgató. Aminek a fantáziájában kellene maradnia, az – sőt annál meredekebben több is – ott van a realitásban, s miután ez borzasztóan megijeszti, gyakran ezt a szorongást játssza ki magából a gyermek. (hetek.hu, 2004. 05. 08.)

fogadtatás

Mi számít közszolgálatinak?

Mi minősül közszolgálati műsornak? A médiahatóság 480 millió forintra büntetné az RTL Klubot, mert a tévé a 2004-es évről szóló beszámolójában több olyan műsort sorolt a közszolgálati kategóriába, amelyik valójában nem az.

Miután az RTL a szerződésében azt vállalta, hogy naponta teljes műsoridejének 32 százaléka, esti főműsor-idejének pedig 36 perce lesz közszolgálati, ennek nem teljesítése esetén minden hiányzó percért több mint egymillió forinttal büntethető. A médiatörvény kevés fogódzót ad a vita eldöntésére. A jogszabályban felsorolt példák között vannak például a gyermekműsorok, ugyanakkor az RTL esetében a büntetés előkészítői nem sorolták ide a hétvégenként reggel sugárzott rajzfilmeket. Ugyanez a helyzet az Iker-show, illetve az Ország tesztje, A nagy évisméltés esetében is. Márpedig egy-egy ilyen hosszabb műsor utólagos besorolása befolyásolja, hogy az RTL teljesíti-e vállalásait. Az adatokat ugyanis a hatóságnál nem átlagolják, hanem minden napot külön-külön vizsgálhatnak. Ahány perccel

kevesebb a teljesítés a vállalásnál, annyiszor több mint egymillió forint a büntetés. Így jött össze az RTL-nek 300 millió a Szeress most! hazai gyártású sorozatból. Az ORTT apparátusa dönti el, hogy mi közszolgálati és mi nem.

Korábban a TV2-t elmarasztalták ilyen indoklással. Miután a kereskedelmi tévé többször sem tudta teljesíteni azon vállalásait, amelyeknek döntő részben a frekvencia elnyerését köszönhetette, a hatóság engedélyezte az arányok csökkentését. Ha a mostanihoz hasonló szigorral járt volna el a testület, akkor a TV2-nek majdnem egymilliárd forintot kellett volna fizetnie. (nol.hu, 2005. 04. 07.)

fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Fél évet csúszhat a Demokrácia TV

A januári tervekhez képest is később indul a Magyar Televízió (MTV) harmadik csatornája, a törvényhozással és a parlamenti hírekkel foglalkozó nonstop sugárzó MTV Demokrácia. Ezzel és a Széles Gábor nevével fémjelzett GTV-vel háromszereplősre bővül a hírtévé piac, ami túl soknak is bizonyulhat. Szakértők ugyanis biztosra veszik, a magyar piac három azonos tematikájú és felépítésű hírtelevíziót nem tud eltartani. (mno.hu, 2005. 04. 06.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Már bárki műholdról szemlélheti a földfelszínt

A Google nemrég műholdas technikával bővítette térképböngésző szolgáltatását.

Jelen esetben arról van szó, hogy az USA-beli internetes vállalat űrből készített fotókat, azaz „légi felvételeket” tesz böngészhetővé felhasználói között. Mindezt nem csak ad hoc módon, hanem konkrétan arról a területről, amelyre az internetező kíváncsi. A kutakodók megadhatnak például egy címet, majd a Satellite linkre kattintva meg is nézhetik azt, hogyan néz ki felülről, az űrből. Ezt a képet természetesen lehet nagyítani, kicsinyíteni, illetve a kurzor mozgásával a szomszédos területek is „felfedezhetők”.

Az azonban szinte bizonyosra vehető, hogy a magánszféra védelméért küzdő szervezeteknek lesz még egy-két szava ehhez a „kémkedő eszközhöz”; annak ellenére is, hogy annak pontossága azért még nem az igazi: például egy újságot olvasó embert nem igazán lehet felismerni a felvételekről, pláne azt nem, hogy mit olvas. Igaz, ez már „csak” technikai kérdés, és a fejlődés ütemét nézve talán nem várat sokáig magára az sem, hogy igen nagy részletesség mellett lehessen a Föld felszínét nézegetni. (terminal.hu, 2005. 04. 06.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Saját jogaikért küzdenek a hazai fájlcserezők

A szerzői jogvédő egyesületek mintájára a fájlcserezőket használók jogainak védelmére hívtak életre civil szervezetet a peer-to-peer alkalmazásokat használók. A másolható javakat fogyasztók érdekeit védő civil szervezet, a MACI egyelőre még nem hivatalosan bejegyzett szervezet, de máris lelkes rajongótáborral büszkélkedik.

A civilben elsősorban az informatikai szakmákban munkálkodó kezdeményezők célja, hogy a sokszor ellentmondásos nyilatkozatok és a szerteágazó jogi szabályozás közepette egyértelmű és közérthető iránymutatást adjanak az internetezőknek, hogy a multimédiás fájlok használata során mihez van joguk, s mihez nincs.

A civil szervezet jövőbeni tevékenységéről szólva Leskó Norbert alapító elmondta: elsősorban a multimédiás anyagok és a fájlcserezők közti összefüggéseket kívánják boncolgatni. Az alapító szerint a drága szoftvereknek van alternatívájuk, és több egyesület, illetve alapítvány is foglalkozik a szabad szoftverek népszerűsítésével, azonban a tájékoztatás és a fogyasztóvédelem vonatkozásában a legnagyobb fehér folt a zenék és a filmek terén van – a MACI pedig itt van feladata. (origo.hu, 2005. 04. 05.)

érdekképviselet, fogadtatás

Aranycsirkét nyert Koltai Róbert és a Kontroll

A legjobb közönségfilm kategóriában a Kontroll, míg az alkotások főszereplői közül Koltai Róbert nyerte az idén először gálaműsor keretében a Budapest Kongresszusi Központban

átadott Aranycsirke-díjakat.

A film kategória nyertesei ötvenmillió forintot is kapnak a díj mellé, amit következő közös alkotásukra kell fordítaniuk, azzal a megkötéssel, hogy a forgatást még az idén el kell kezdeni. A legjobbnak talált színész a nemesfémekkel borított, háziszárnyast mintázó szobrocscs mellett hárommillió forintot nyert. A legjobb „minőségi közönségfilmeket” elismerő Aranycsirke díjat abból a pénzkeretből finanszírozza az RTL Klub kereskedelmi csatorna, amelyet a médiatörvény szerint magyar alkotások támogatására kell fordítania.

A kiírás kritériumainak megfelelő filmek közül internetes, sms- és képeslapos szavazással választhatták ki korábban 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 kerültek. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

fogadtatás, gazdaság

A Kontroll lenyűgözte a New York Times kritikását

Antal Nimród Kontrollját vetítik New Yorkban a mozik. A. O. Scott, a New York Times egyik legnevesebb kritikusának cikkében elragadtatással nyilatkozott a magyar filmről. (index.hu, 2005. 04. 01.)

fogadtatás

Elkészült a Nemzeti Szélessávú Stratégia

Elsősorban a „szélessávú közmű” kiépítésének, illetve a releváns közigazgatási, üzleti és kulturális tartalmak fejlesztésének támogatását hangsúlyozza és - a szélessávú internetezés elterjedésének gyorsítása érdekében – több százmilliárd forint fejlesztési forrás bevonását javasolja az elkövetkező években az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) megbízásából a Telkes Tanácsadó Rt. vezette tanácsadói konzorcium által elkészített Nemzeti Szélessávú Stratégia (NSZS).

Az NSZS keretében készült helyzetértékelés szerint a lakossági internet-penetráció és a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetés szám tekintetében továbbra is jelentős Magyarország lemaradása az Európai Unióhoz és a világ fejlettebb gazdaságaihoz képest. Ugyanakkor európai összevetésben is biztató adat, hogy Magyarországon a szélessávú előfizetések aránya az összes internet-előfizetésen belül már megközelítette az 50%-ot, és az NSZS előrejelzése szerint 2006 végére eléri a 60%-ot.

A helyzetértékelés az erősségek közé sorolta emellett a hírközlési tarifák csökkenő trendjét, az infrastruktúrák közötti verseny szempontjából kiemelt jelentőségű, 70% feletti hazai kábeltelvíziós lefedettséget, az uniós összevetésben is kiugróan magas felsőoktatási és középiskolai internet- és számítógép-hozzáférési mutatókat, valamint azt a tény, hogy a projekt keretében készült lakossági felmérés szerint az internet megítélése a lakosság körében alapvetően pozitív.

A hosszabb távú növekedési kilátások szempontjából azonban különösen aggasztó, hogy a magyar népesség közel 60%-a digitálisan írástudatlannak tekinthető: sem internet-, sem PC-használati tapasztalattal nem rendelkezik. Az IHM ezt a helyzetet célzott és a szolgáltatók bevonására építő kommunikációs és képzési projektekkel tervezi megváltoztatni. A stratégia a prioritások kijelölésénél főként a hozzáférés, a tartalom és az esélyegyenlőség problémájára koncentrálna, és az alábbi konkrét stratégiai célokat fogalmazza meg:

a szélessávú internetpenetráció (100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma) 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Közigazgatási szolgáltatások igénybe vétele 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Kereskedelem részaránya 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

90%-os lakossági szélessávú lefedettség 2008 végéig, teljes lefedettség 2010-ig;

a „digitálisan írástudatlan” lakosság részaránya 2008-ig kevesebb, mint 50%, 2013-ig kevesebb, mint egyharmad.

A Szélessávú Közmű program finanszírozására a 2006-os költségvetési évben mintegy 17-18 milliárd forint szükséges. Ebből az összegből a különböző determinációk miatt (Közháló, GVOP programok) mintegy 10-11 milliárd forint részben az IHM költségvetésében, részben a 2004-2006-os Nemzeti Fejlesztési Tervbenben (NFT I.) biztosított.

Az adókedvezmények becsült 5 milliárd forint körüli forrásigénye a központi költségvetést terhelő tételként jelenik meg. A fejlesztéspolitikai eszközök finanszírozásához az IHM 2006. évi költségvetéséből további mintegy 2 milliárd forint szükséges. A 2007-2013-as fejlesztési periódus tekintetében a „Szélessávú Közmű” keretében javasolt programok előzetes, indikatív forrásigénye 290 milliárd forint. Ez az összeg egyaránt magában foglalja a várható magán-, uniós és nemzeti finanszírozást.

Az előzetes számítások szerint a közoktatás esetében a legmagasabb a becsült forrásigény: az „Intelligens iskola” program a Szélessávú Közmű finanszírozási igényének több mint 70 százalékát jelenti. (sg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, gazdaság, technológia, fogyasztás

Változtatni kell a filmalapítványt – vélik két produceri szervezet képviselői

Szinte minden évben indulatos viták tárgya a Magyar Mozgóképek Közalapítvány (MMK) – a

nagyjátékfilmekre szánt támogatások elosztása után. Az idei eset abban kivétel, hogy ezúttal botránnyá dagadt a tiltakozás.

A mintegy 50-60 magánproduceri irodát tömörítő két szervezet, a Független Producerek Szövetsége (FPSZ) és a Magyar Producerek Szövetsége (MPSZ) képviselői abban egyetértenek, hogy az MMK sok tekintetben önmagát túlélt szervezet, noha az önkormányzatiságot, a közalapítványi formát egyikük sem kérdőjelezi meg. A magánszektorban azonban nincs képviselője a közalapítvány alapítói körében, ahol a régi állami stúdiók emberei ülnek. Az elosztásról szólva Sipos Áron a túlhaladott rendező-központúságot kárhoztatja. A támogatások odaítélésénél gyakran még mindig a rendező neve számít, és nem a gyártó szakmai hitele, eredményei.

Amit leginkább hiányolnak, és amit a tavaly év elején hatályba lépett filmtörvény megígért, de nem teljesült, az a normatív támogatás: az itthon sok nézőt vonzó és/vagy nemzetközi elismerést kiváltó filmek alkotói pályázat nélkül kapnának egy bizonyos összeget következő filmjükhez. Ez a támogatási forma külföldön már régen bevált. Hazai feltételeit azonban csak mostanra tette közzé az MMK.

Az ügyben megszólalók ugyanakkor nem értenek egyet azzal, hogy az állami támogatást kizárólag vagy túlnyomórészt ebben a formában kellene folyósítani. Ha csak az itthoni nézőszámot vesszük, a jelenkori magyar film egyik nemzetközileg legismertebb rendezője, Tarr Béla sosem kaphatna támogatást - jegyzi meg egyikük. A művészfilmek, a kezdő alkotók, az automatikus támogatásból kiesett gyártók, továbbá a dokumentum- és ismeretterjesztő, valamint kisfilmek finanszírozása miatt a forgatókönyv alapján történő támogatást is fenn kell tartani. A műfajok támogatásának kialakított arányait azonban nem tartják be az MMK-nál, sokan panaszkodnak: a játékfilmesek a legerősebb érdekvégyesítők, ők kapják a támogatások a javát. Az MMK hibái mellett a mostani feszültség egyik fő okaként említik, hogy az ígérthez, a várthoz képest felére esett vissza az állami támogatás (3,3 milliárd forint). Két év után ismét bizonytalan helyzet alakult ki a filmszakmában, megint nem lehet tervezni.

Az MMK-támogatásokból legtöbbet kapott játékfilmgyártók 1998-2004:

Gyártó cég	Vezető	Megítélt támogatási összeg
Eurofilm Stúdió Kft.	Miskolczi Péter	740 millió
TT. Filmműhely Kft.	Tarr Béla	460 millió
Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	84 millió (sic!)
Új Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	330 millió
Hunnia Filmstúdió Kft.	Sándor Pál	370 millió
Tivoli-Filmprodukción Kft.	Szekeres Dénes	330 millió
Inforg Stúdió Kft.	Muhi András	300 millió
Katapult Film Kft.	Angelus Iván	270 millió
Focus Film Kft.	Sipos Áron	250 millió
Honeymoon Films	Nyeste Péter	250 millió

(nol.hu, 2005. 04. 29. és 30.)

érdekképviselet, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Lemondott Naszvadi a filmbotránny miatt

Lemondott kuratóriumi tagságáról Naszvadi György volt államtitkár, a Magyar Mozgókép Közalapítvány (MMK) körül kialakult helyzet miatt. Az MMK ellenőrző bizottsága egy Jancsó-film 120 milliós állami támogatását összeférhetetlennek ítélte, mivel az alkotó operátora Grunwalsky Ferenc, az alapítvány elnöke. A kuratórium több olyan filmnek is ítélte oda támogatást, amellyel kapcsolatban felmerült az összeférhetlenség gyanúja. Az elmúlt években azok a cégek és rendezők jutottak zavartalanul újabb és újabb milliós

támogatásokhoz, amelyek és akik számos félbemaradt, vagy el sem kezdett munkával jogosultak lettek jelentős összegek felvételére. (mno.hu, 2005. 04. 29.)

fogadtatás, gazdaság

A bulvár irányába nyitnak?

Távozik a Budapesti Reggel című lap főszerkesztője, Pauska Zsolt. A főszerkesztőcsere háttérben feltehetően az áll, hogy a tavaly októberben indult újságot a várakozások alatti példányszámban vásárolják. A MATESZ adatai szerint az utolsó negyedévben átlagban 50 ezer példányban fogyott a lap, de ennek jelentős része úgynevezett mennyiségi, azaz ingyenesen (marketing-promócióban) terjesztett.

A Reggel nagy várakozásokkal indult. Az Axel Springer Budapest és Pest megye híreit kiemelt figyelemmel kísérő, de országos kitekintésű napilapot akart indítani, amely betör a bulvár és a közéleti napilapok közötti piaci résbe. A nagyszabású bevezető kampánnyal és előfizetői nyereményjátékkal az olvasók elé tárt újság a főváros regionális napilapjaként határozza meg önmagát, amely újszerű formavilágot tárt a magyar olvasók elé.

Egyelőre sikertelenül. Értesülések szerint a lapkiadó úgy döntött: inkább a bulvár irányába nyit. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogyasztás, fogadtatás, társaság

Gerillakampány és vírusmarketing: harc az ingyen reklámért

A hagyományos keretek között (reklámblokkok, újsághirdetések, óriásplakátok) megjelenített reklámokra már érzéketlenné vált fogyasztókat olyan marketingeszközökkel kell megszólítani, amelyekről nem kapnak a pénztárcájukhoz: ilyen a megszokott reklámhelyek helyett más felületeket használó gerillamarketing és a web által életre hívott vírusmarketing.

„A hagyományos gerillamarketing alapszabálya, hogy a hirdető nem fizet a felületért. Ahhoz azonban, hogy a termék ingyen pr-hoz jusson, a márkának kissé háttérbe kell húzódnia, hiszen ha ordít róla, hogy reklám, akkor a médiumok rövid úton kivágják beszámolóikból” – magyarázza Barna Tamás, a Republic of Art reklámügynökség ügyvezető igazgatója. Ebből a szempontból sikeresnek mondható az a tavaly novemberben szervezett tüntető akció, amelyen szőke nők tiltakoztak egy felszolgálóként csakis szőke nőket alkalmazó vendéglátóhely hím-soviniszta reklám-szlogenje ellen, „véletlenül” éppen az egység megnyitása előtt.

A fiatalok alkotta kisebb közösségekért és az ingyen reklámért folyó harcban bevetett vírusmarketing célja ugyancsak az, hogy az emberek személyes csatornáikon, önszántukból továbbítsák az üzeneteket. „Olyan vicces üzenetet, küldeményt kell gyártani, amely egy közösség, baráti kör számára értékkel bírhat, így számíthatunk rá, hogy továbbküldik azt” – mondja Bánki Attila, a Grey interaktív ügynökségének munkatársa. Maga a kreatív anyag lehet egy kép, egy film, flash-animáció, egy meglévő reklám vicces, vagy pikáns adaptációja. A fájlt ezt követően informális csatornákra juttatják el: úgynevezett „magvető oldalakra” (vicces képeket-filmeket kínáló gyűjtő-site), vagy ismerős címlistákra küldhető el az üzenet. Emlékeztünk arra a Ford car filmre, amelyben a napfénytető lefejezi a bemászni készülő macskát, vagy arra a Volkswagen-reklámra, amelyben az öngyilkos merényletre készülő szélsőségesek tervéből csak az öngyilkosság sikerül, mivel az autóba rejtett robbanóanyag a karosszériát nem veti szét.

A néha kissé bizarr reklámokban érintett cégek igyekeznek elhitetni, hogy a szpotok szándékaik ellenére készültek. A szakemberek azonban arra figyelmeztetnek, hogy szabadidős tevékenységként senki nem forgat le milliós költségvetésű filmeket. Épp fordítva: a kizárólag webes megjelenésre szánt film masszív költsége arról árulkodik, hogy pénzes megrendelő áll mögötte. A hvg.hu által megkérdezett reklám-szakemberek egyetértettek abban, hogy a hazai megrendelők még nem tartják kézenfekvőnek, hogy a vírus- vagy gerillamarketinghez nyúljanak, már csak azért sem, mert tartanak a kevésbé elnéző társadalmi

fogadtatástól.

A kampányok etikai-jogi vonatkozásairól. A reklámüzenetek célja, hogy üssenek, a célt pedig gyakran csak normaszegéssel sikerül elérni. Az etikai kódexek nem kötelező érvényűek, így konkrét bírságot nem, inkább elfordulást és ellenérzéseket válthatnak ki azok a reklámok, amelyek mások érzékenységét sérthetik, vagy fájdalmát erősíthetik. A pökhendi és arrogáns viselkedés a várttal éppen ellentétes érzelmeket válthat ki. (hvg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Mp3-ba tömörített miséket töltenek le a hívők

Az Egyesült Államokban nagy hagyományai vannak a fejlett technológiák felhasználásának a hittérítésben, illetve a hit gyakorlásában. Így például évtizedek óta vannak televíziós istentiszteletek, minden valamit magára is adó gyülekezetnek van internetes honlapja és a hordozható médialejátszó készülékek, mint amilyen például az Apple iPod elterjedésével új divat hódít: népszerűek lettek a digitálisan, mp3-ban rögzített, majd újra lejátszott misék.

A vallás egy olyan területté nőtte ki magát, amely kitűnően kihasználja az internet nyújtotta lehetőségeket. Egy felmérés szerint 2004-ben 82 millió amerikai (az internetezők kétharmada) szörfölt azért a világhálón, hogy valamilyen vallási témában tájékozódjon. De nemcsak az Egyesült Államokban hódít az új divat, hanem Európában is. Németországban például nagy népszerűségnek örvend a Sermon Online nevű vallási portál. (sg.hu, 2005. 04. 19.)

fogadtatás, fogyasztás

Leáldozóban a nyomtatott újságok kora

Rupert Murdoch médiamogul szerint a nyomtatott sajtó saját fennmaradása érdekében többé nem hunyhat szemet az internet növekvő népszerűsége felett.

„A nyomtatott újságoknak meg kell találniuk a módját, hogy elérjék a fiatalokat, akik a híreket már gyökeresen más módon szerzik be” – fogalmazott Murdoch. „Ők már nem igényelnek intellektuális isten-figurákat, akik megmondják nekik, mi a fontos, és mi nem. Ha ezt nem vesszük tudomásul, a nyomtatott újságírás rövidesen a 'futottak még' kategóriába kerül.”

A legtöbb újságnak ugyan van weboldala, de a médiamogul véleménye szerint ezek nem sokat érnek, ha a lapoknak csupán lagymatag utánzatai. Ezeknek az oldalaknak nem közvetíteni kell, hanem önállóan megállni a helyüket, akár egy olyan hírportálnak, mint amit a Google vagy a Yahoo működtet. (origo.hu, 2005. 04. 14.)

fogadtatás

Veszteséges lapoknak hoznának létre sajtóalapot

A veszteségesen működő politikai lapokat támogató sajtóalap létrehozása mellett érvelt Bajomi-Lázár Péter, a Médiakutató című lap főszerkesztője. „A piac önmagában nem gondoskodik a gondolatok sokszínűségéről”, különösen a magyarországihoz hasonló kisebb államok esetében – mondta, hozzátéve, „egy jól megtervezett sajtóalap igenis működőképes, és a megfogalmazott célokat képes elérni”.

„Gazdasági függetlenség nélkül nincsen politikai függetlenség” – jelentette ki Bajomi-Lázár Péter, hivatkozva arra a becslésre, amely szerint néhány éve az állami támogatásoknál jóval több pénzt, hirdetési bevételeik mintegy nyolc-tíz százalékát szereztek meg politikai háttérű „szürke” pénzként. Mint mondta, Európa több államában vannak már kedvező tapasztalatok a sajtóalappal: van, ahol közvetett módon, például a lapok áfájának alacsonyan, legfeljebb hat százalékon tartásával, de olyan is, ahol a nyereséges orgánumok profitjának részleges újraosztásával oldják ezt meg.

Az ilyen pénzalap létrehozása segíti a további tulajdonosi koncentráció elkerülését, a régi lapok megszűnését akadályozza, az új orgánumok piacra lépését támogatja, miközben javítja a nyomtatott sajtó helyzetét, lehetővé teszi annak távolabb kerülését a politikától. Felhívta ugyanakkor a figyelmet, csak azokban az államokban értek el sikereket, ahol nem minden

lapot támogattak, hanem csak a veszteségeket.

Bajomi-Lázár Péter szerint indokolt lehet, hogy „a közérdekre való hivatkozással az állam beavatkozzon a piaci viszonyokba”, akár erőteljesebben is, mint más ágazatokban, segítve egyebek mellett a hátrányos helyzetű, megjelenési fórummal nem rendelkező csoportok megszólalását. Arról, hogy ez a rendszer a bulvárlapok profitjából támogatja a minőségi újságokat, úgy nyilatkozott, a sajtóalap „nem elitista, éppenséggel emancipációs szerepet tölthet be”, megemlítve azt is, tartalom semleges rendszer kell, ezért nem tartja kizárandónak a támogatottak köréből a szélsőséges orgánumokat sem. (hvg.hu, 2005. 04. 13.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Kutatás készült a magyar internetezési szokásokról

A VMR2005 médiakutatás adatai szerint a magyar internetezők között még mindig a férfiak és a fiatalok vannak többségben: felhasználók 59 százaléka férfi, 55 százaléka pedig 30 év alatti. Azok körében, akik napi rendszerességgel használják a világhálót, még erőteljesebben érvényesül a férfias jelleg: 65 százalék a férfiak aránya.

A legjellemzőbb internetes tevékenység még mindig a levelezés, valamint az általános információkeresés: előbbire 96, utóbbira 91 százalék használja legalább hetente az internetet, ugyanakkor évről évre nő a levelezésen, böngészésen túlmutató tevékenységeket végzők aránya. Online magazinokat az internetezők 77 százaléka olvas rendszeresen. Vásárlás, utazás előtti információgyűjtésre az internetezők 54 százaléka hívja rendszeresen segítségül a világhálót, gazdasági információkat 56 százalékuk keres legalább heti rendszerességgel, hivatali ügyek online módon történő intézése pedig a gyakori internetezők 35 százalékára jellemző. A magyar netezők 37 százaléka rendszeresen játszik az interneten, de fizetős szerencse-, illetve nyereményjátékokon csak 4 százalékuk vesz részt. Hasonló arányok figyelhetők meg az online tartalmak letöltése esetén is: 40 százalék rendszeresen tölt le online tartalmakat, de csak 4 százalék szokott fizetni is ezért.

A legalább hetente egyszer internetezők körében a banner a legelfogadottabb online hirdetési forma, de „népszerű” a nyereményjátékkal egybekötött hirdetés, valamint a szponzoráció is. A hírlevélben látott reklámot az internetezők 35, a megrendelt reklám e-mailt 27 százaléka fogadja el. Az internetezők leginkább a spamekkel és az egérmutatót követő hirdetésekkel szemben elutasítók, előbbi mindössze 1 százalékuk, utóbbi pedig 2 százalékuk tolerálja, de a pop-up hirdetések elfogadottsága is csak 6 százalékos. Az internetezők valamivel több, mint egytizede abszolút elutasító: semmilyen online hirdetési formát nem fogad el. (hsw.hu, 2005. 04. 13.)

fogadtatás, fogyasztás

Jobboldali kritika az elektronikus médiáról

A Polgári Médiaszalon rendezvényén Borókai Gábor, a Heti Válasz szerkesztőbizottságának elnöke, Csontos János, a Magyar Nemzet munkatársa, Siklósi Beatrix újságíró és Szalai Annamária, az ORTT Fidesz által delegált tagja vett részt.

Csontos János szerint pontosan meg kellene határozni a közszolgálat tartalmát, azt, hogy mi ennek a minimuma, tehát hány híradót, egyéb közszolgálati műsort kell sugározni. Szerinte ezt a kereskedelmi tévéknek kellene finanszírozni, és ezután dolgozhatnának profitért.

Borókai Gábor kifejtette, hogy az összesen 65 milliárd forintnyi éves hirdetési összegből 95 százalék a két nagy kereskedelmi csatornához jut el, a többin az egyéb televíziók osztoznak. Kérdés, hogy szabad-e ennyire perifériára szorítani a közszolgálatot, és arra kényszeríteni, hogy részt vegyen a kereskedelmi versenyben. Példaként elmondta, ha a magyar televízióban egy színházi előadás közvetítését háromszázezer ember nézi meg, ami kereskedelmi mércével alacsony nézettségnek számít. „Acél elvtárs helyébe a nézettség lépett” – jegyezte Borókai Gábor.

Szó volt a beszélgetésen arról, hogy a két nagy kereskedelmi televízió koncesszióját rövidesen meg kell újítani, vagy pályázatot kell kiírni. Szalai Annamária elmondta, hogy a

hosszabbításhoz véleményük szerint kétharmados többség kellene úgy, mint a pályázatnál, a kormányoldalnak azonban más a véleménye. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, szabályozás

Szükség lenne a „A Nagy Könyv” sikerére

A műsor licencét az MTV 8 millió forintért szerezte meg a BBC-től, majd támogatóul megnyerte a kulturális tárcát is. A köztvéve valamivel több, mint 100 millió forintot áldoz a programfolyamra, s hasonló nagyságú összeggel száll be a minisztérium is. A pénzt az MTV-vel szerződésben álló könyvtáraknak juttatják majd el, hogy megvásárolhassák a legjobb 12 közé jutott műveket. Mintegy félmilliárd forintot tett félre a Nemzeti Kulturális Alapprogram is a műsorhoz kapcsolódó későbbi akciók támogatására. Az 1 milliárd forintra kalkulált végösszegeből azonban egyelőre több százmillió forint hiányzik. A szervezők ugyanis számítottak az ORTT pénzére is, ám menet közben kiderült, az idén ilyen célra már nem írnak ki pályázatot (van viszont az ORTT-nek pár százmillió forintos tartaléka, nem kizárt tehát, hogy utólag be lehet majd tömni a program költségvetésében lévő lyukat. A kutatók szerint jól jönne „A Nagy Könyv” sikere, az olvasás ugyanis egyre inkább háttérbe szorul a szabadidős tevékenységek között. Az utóbbi évtizedekben folyamatosan csökkent mind a rendszeres olvasók népességén belüli aránya, mind a könyv- és újságforgatásra szánt idő. Egyes kutatások egészen ijesztő számokat mutatnak: az úgynevezett funkcionális analfabéták – az inkább csak formálisan írni-olvasni tudók – arányát ma 20-25 százalék közé teszik Magyarországon. E kör jellemzően három rétegből kerül ki: az alacsony iskolai végzettségűek, az idősek és a kisközségekből élők közül. Az olvasásra szánt időként jelenleg hétköznap alig pár percről lehet beszélni, s a hétvégén is fél és háromnegyed óra közötti az átlag. A tévénézés uralkodó helyzete megingathatatlanul látszik: a felnőtt lakosság szabadidejének 60 százalékát áldozza erre. A felnőttek 9 százaléka olvas rendszeresen könyvet, napilapot és folyóiratot: ők főleg a magasan képzett városi fiatalok közül kerülnek ki. A számok e tekintetben is drámai változást mutatnak a megelőző nagy 1985-ös felméréshez képest: akkor ugyanis a „mindenevő” olvasók aránya éppen ennek a kétszeresét, 18%-ot tett ki. Az ezredfordulón pusztán 40 százalék mondta magáról, hogy rendszeresen olvas valamilyen napi- vagy hetilapot, a könyvolvasás mutatói pedig még ennél is rosszabbak. A felnőttek több mint fele tartozott azok közé, akik a felmérést megelőző évben egyetlen könyvet sem olvastak el, ez az arány az 1964-es első felmérés óta egészen a nyolcvanas évek közepéig 40 százalék körül volt. A Magyar Művelődési Intézet és az Akadémia Szociológiai Intézetének közös, 2003-2004-es felmérése pedig azt jelezte, hogy mindössze a felnőttek egyharmada mondta magáról, hogy úgy olvas valamilyen könyvet, hogy legalább hetente kinyitja. A helyzet a fiataloknál is aggasztó, s mindez nem írható csak a (kereskedelmi) televíziók előretörésének a számlájára. Nagy Attila olvasásszociológus középiskolások között végzett, 2003-ban publikált vizsgálata során azt tapasztalta, hogy a gyerekek 2 százalékának otthonában egyetlen könyv sincs. A szakképzősöknél ez az arány 7 százalék, a kelet-magyarországi középiskolásoknál pedig már 14 százalék. A diákok persze elvileg rendszeresen olvasnak, főleg iskolai kötelezettségből, s ők a könyvtárak legszorgalmasabb látogatói is. Ám ez a mutató is csalóka: az említett középiskolai felmérés szerint a szakképzősök egynegyede tankönyvön kívül semmit sem olvas, s a gimnazisták negyede is legfeljebb évente egy könyvet a kötelező irodalmon felül. Így nem meglepő, hogy az olvasásszociológiai adatok szerint éles cezúrát jelent az iskola befejezése: sokan akkor gyakorlatilag örökre abbahagyják az olvasást. (HVG, 2005. 04. 02., 105-107. old.)

gazdaság, fogyasztás, fogadtatás

Megbukott a „A Nagy Könyv” a televízióban?

A több százmillió adóforintból agyonreklámozott és felfuttatni próbált Nagy Könyv-játék vetélkedőjére alig negyedmilliónyan voltak kíváncsiak, miközben az egyik kereskedelmi tévén sugárzott sztárpofozkodásra majd tízszer annyian voltak vevők. Negyedmillió

nézőszámot különben a kereskedelmi tévék hétköznapi délelőtti szokatlan produkálni.

A regényekre az első fordulón negyvenezer szavazat érkezett, így legalább ennyi embert illett volna a képernyők előtt tartani, ha már hajlandók voltak pénzt költeni kedvenc olvasmányuk győzelme érdekében. Lényeges az is, hogy a műsor ideje alatt az MTV egyes csatornájára ugyan rákapcsolt egymillió néző legalább egy percig, de aztán ezek háromnegyede továbblépett, mert nem tartotta elég érdekesnek a látottakat. Az is beszédes adat, hogy a regényvetélkedő nézőinek háromnegyede ötven évnél idősebb volt, tehát a köztévé nem találta meg azt a formát, amelyben meg tudta volna szólítani a fiatalabbakat – aki erre azt mondja, hogy a fiatalok nem olvasnak, az gyorsan nézze meg a Harry Potter-könyvek eladási statisztikáit vagy éppen ezeknek a köteteknek az eredményét a vetélkedőn. A hirdetőik számára fontos korosztályból alig városnyi ember, hetvenhetezer néző volt kíváncsi erre a műsorra.

Vannak a világon olyan televíziós műhelyek, akik a tartalomnak tudnak olyan formát adni, hogy élvezettel habzsolja a közönség. A kereskedelmi tévék nagyon megtanulták a csomagolás művészetét.

A Nagy Könyv beharangozó szpotjaiban is fel lehetett fedezni a szakmai modernitás csírát, de a műsor már megragadt a közszolgálati középszer színvonalán – gyaníthatóan legalább annyi pénzből, mint a kereskedelmi tévék húzóműsorai. (Magyar Nemzet, 2005. 04. 28., 7. old.)

fogadtatás, fogyasztás

Megszüntették a sértő hangú rádióreklámot

A hallgatók tömeges felháborodása, írásbeli és telefonon keresztül panaszáradata miatt felfüggesztették a Vasárnapi Hírek című baloldali hetilap reklámozását a Magyar Rádióban. A közrádió szerint ugyanis a világ teremtésére vonatkozó ószövetségi idézetet felhasználó hirdetés („A hetedik napon vegyen ön is Vasárnapi Híreket!”) hallgatói reklamációk özönét zúdította az intézményre. Ebben feltehetőleg közrejátszott az is, hogy a baloldali hetilap megjelenése reggelére, tehát éppen a Vasárnapi Újság című konzervatív rádióműsor idejére rendelte meg a reklámját.

Ács György, a lap szerkesztőbizottságának elnöke azt mondta, nem állt szándékukban senkit megsérteni, és ennek még a feltételezése is méltatlan. Ugyanakkor roppant barátságatlan lépésnek nevezte, hogy a közszolgálati rádió hatósági döntés nélkül függesztette föl a reklám sugárzását. (Magyar Nemzet, 2005. 04. 25., 2. old.)

fogadtatás

Rosszaságot tanulnak a kicsik a reklámokból

Reklámokba kellene ágyazni a tananyagot. A gyerekek ugyanis azokból többet tanulnak, mint az iskolai tanórák alatt. Mégsem jár jól senki, hiszen a vásárláshoz nem jön meg a kedvük. Veszélyes árut sóznak a reklámok a legfiatalabbakra, akaratlanul. Nagyságrendekkel rosszabbat annál, mint amit valójában népszerűsítenek. Értékeket kínálnak, kihasználva a gyerekek azonosulási kényszerét. Csokikat, üdítőket, játékokat ajánlanak, a kicsik azonban viselkedési formákat vesznek át. A kicsik még a felnőtteknek szóló reklámok üzeneteit is kultúrájuk részévé teszik. Kortársaikkal ezekről beszélnek, ezekből merítenek viselkedésük, értékrendjük alakítását. Sőt, ezeket szeretik igazán. Mágnesként vonzzák őket az izgalmas, mozgalmas kisfilmek. Az egyhangú otthoni környezetben a hirdetések látványvilága rabul ejti őket. A gyerekek ugyanis érzékenyek a minőségre, a reklámfilmek pedig a lehető legmagasabb színvonalon készülnek. A másik jelentős veszély a folyamatosan megújuló termékekben rejlik – hívja fel a figyelmet a szakember. – A gyártók havonta újabb, jobb samponokat, fogkrémeket, kozmetikumokat dobnak piacra. Csak az új termék divatos, a régi elavult. Ennek köszönhetően a gyerekek egyfajta eldobható értékrendet alakítanak ki. Sajnos ez hat a családban betöltött szerepekre, a személyes kapcsolatokra is. Azt sugallja, hogy fel lehet rúgni a megszokott rendet, minden újdonságot ki lehet próbálni. Semmihez nem kell

kötődni, és ez jópofa dolog. Felméréséből kiderült; hogy a tizennégy éves gyerekek az idősebb korosztálynak szóló hirdetéseket kedvelik. A nekik szólókat viszont utálják.

Valódi céljukat így nem érik el a reklámozók. A fiatalok nincsenek szabad vásárlási helyzetben. Nem tudnak semmit megvenni, csak a felnőtteken keresztül. De nem is akarnak megvenni semmit. Mátraházi Tibor szerint eszükbe sem jut, hogy zsebpénzüket a médiában agyonreklámozott árucikkekre költsék. Egyetlen vágyuk van: hasonlítani szeretnének a filmekben szereplő emberekhez. (Reggel, 2005. 04. 21., 15. old.)

fogadtatás

A megyei lapokat kedvvel olvassák

A 15 éves tanulók a tévézésben az elsők Európában, szövegértésben az utolsók. Minden harmadik 18 év alatti diáknak vannak szövegértési problémái, ezért nem csoda, hogy nem olvasnak újságokat. Az egyedüli kivételt a megyei napilapok jelentik, a megkérdezettek háromnegyede rendszeresen forgatta azokat. Alkalmanként a heti- és havi lapokat forgatják, mert azok tördelése egyre jobban jeleníti meg a kereskedelmi televíziók képi világát. Szabadidejük nyolcvan százalékát a tévézés tölti ki derült ki a GfK Hungária Piackutató Intézet nemrégiben végzett országos kutatásából. A felmérés szerint a 14-16 évesek kétharmada, a 17-18 évesek több mint harmada egyáltalán nem vesz kezébe újságot. Akik olvasnak, azok jelentős része csak a bulvársajtót részesíti előnyben. A 18-19 évesek – akik már szavazhatnak –, barátaik, ismerőseik véleménye alapján dilettánsok a felmerülő politikai és személyi kérdésekben, mert az alapvető tényekkel sincsenek tisztában. A legfőbb gondot a kutatók a szövegértési nehézségekben látják, hiszen egy-egy hivatalos irat vagy gyógyszer-tájékoztató használata is gondot okozott a tanulók kétharmadának. A legkülönlegesebb az, hogy kilencéves korukban a magyar diákok az európai rangsor harmadik helyét foglalják el szövegértésben, 15 évesen viszont az utolsót a PISA-jelentések szerint. Ez a meglehetősen sötét kép nemcsak Magyarországot jellemzi a tizenévesek újságolvasási szokásait, de tizenöt évvel ezelőtt jellemző volt Nyugat-Európa legtöbb államában. Ezekben az országokban mozgalom indult az újságok megszerettetésére, s rögtön az indulásnál meglepő eredményre jutottak: az ifjak nem ismerik az újságok szerkezetét annak ellenére sem, hogy sokuknál a szülői házban évtizedek óta ugyanazok a lapok forognak. A kiadók ezért úgy gondolták, az iskolák felől közelítik meg a diákokat. Ausztria, Német- és Franciaország után Nagy-Britanniában is országos terjesztésű napilapokból kaptak különböző feladatokat a gyerekek: ábrákat kellett gyűjteniük, érdekes híreket, népszerű emberektől aforizmákat, de a komolyabb biológiai, földrajzi feladatok feldolgozásánál forrásként is használták a lapokat. (Vas Népe, 2005. 04. 20., 17. old.)

fogyasztás, fogadtatás

„A magyar film ... a legrágább a világon”

„Szükség van arra, hogy ne kiszolgáljuk, hanem alakítsuk a közízlést. A Filmmúzeum [csatorna] működése és sikere, mutatja azt, hogy egy olyan dolog, amiért sokan egy fabatkát sem adtak volna, a mai napig virágzik és működik, és komoly rajongótábora van” – mondja Prokopp Dóra. „Sokan úgy gondolták, azért indítottuk ezt a csatornát, mert a magyar filmeket nagyon olcsón lehet megszerezni. Ez egy nagyon nagy tévedés. A magyar szerzői jogok úgy alakultak az elmúlt években, hogy irgalmatlan nagy jogterhekkkel jár, ha ma egy magyar filmet műsorra tűzünk. Legyen szó nagy játékfilmről, vagy bármilyen televíziós anyagról. Létezik két olyan társaság, vagyis előadó-, jogvédő intézet, akiknek a tarifaterhei a sokszorosára emelik a magyar filmek sugárzási jogát. (...) nincs rá keretünk, hogy megvegyük a leges legrágább magyar pillanatokat.” (Szabi, 2005. 04. 12., 10. old.)

fogadtatás, gazdaság

Számok tükrében: bérfilmgyártás Kelet-Európában

Felfedezték az amerikai és a nyugat-európai filmstúdiók Kelet-Európát: a kilencvenes évek elejétől fogva Csehországot és Magyarországot választották előszeretettel forgatási

helyszínül, ám az utóbbi években hasonló megfontolásokból lényegesen megnőtt az érdeklődés Románia iránt. A három ország versenyében az ezredfordulón még megkérdőjelezhetetlennek tűnt a magyarországihoz hasonlóan tekintélyes filmes hagyományokkal büszkélkedő Csehország elsőse. Csehországban az idő tájt a külföldi filmstúdiók – az Európai Audiovizuális Intézet adatai szerint 20 filmet forgattak, ami mintegy 15 ezer embernek adott munkát, és 7,5 milliárd koronányi bevételt hozott. A külföldi filmek készítésében Csehországot előbb Magyarország, majd 2002-től fogva Románia is beérte, mígnem utóbbi mindkettőt megelőzte. A romániai filmgyártáson nagyot lendített, hogy a hollywoodi Miramax filmstúdió, bár eredetileg a prágai Barrandovban akarta forgatni amerikai polgárháborús filmjét, a Hideghegyet, végül a 30-35 százalékkal alacsonyabb költségű bukaresti Castel filmgyárat választotta, amely 100 millió eurót keresett a „filmes bér munkán”. (HVG, 2005. 04. 16., 39. old.)

gazdaság, fogadtatás

Fogyasztás

Gyermek-pornót kutató szoftver

Az FBI adatai azt bizonyítják, hogy 1996-hoz képest 2000%-kal gyarapodott a pedofil oldalak száma, s a kanadai rendőri szervek pedig legkevesebb 100.000-re becsülik a hasonló tartalmú site-ok számát. A Microsoft mérnökei összefogva a kanadai Royal Mounted Police-szal, és a torontói rendőrséggel kifejlesztettek egy olyan szoftvert, amely segítséget nyújthat a hatóságoknak az internetes gyermek-pornográfia elleni harcban.

A Microsoft közölte, hogy a program képes lesz az eddig különállóan rendelkezésükre álló információk között (kreditkártya adatok, s az internetes chatroom-okban való aktivitás) összefüggést találni, amiből aztán a rendőrség szakemberei következtethetnek a pedofiliát keresők, és kínálók kilétére.

A projektet, amelybe a Microsoft megközelítőleg 4 millió dollárt fektetett, támogatta még az Interpol, a Scotland Yard, és a Department of Homeland Security is. (prim.hu, 2005. 04. 10.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, technológia

Internet a villamoshálózaton

Az Európai Bizottság közzétette a villamoshálózaton át történő internetezés jogi kereteire vonatkozó ajánlását.

A szakértők szerint ezzel lehetővé válik az, hogy az új technológia, amelynek próbaüzeme már 2001 óta folyt mintegy 40 országban, gyors fejlődésnek induljon. A bizottság azt reméli, hogy a szélessávú internetezésnek olcsóbb, egyben még több háztartásba jutó lehetősége jön létre. A lakások villamosvezetékén keresztül jutnak az internetjelek a vevőkészülékhez az új fejlesztések eredményeképpen úgy, hogy a jelek nem zavarják a rádió- és a televízió-vételi viszonyokat. A felhasználóknál igen egyszerű a szükséges átalakítások elvégzése: az alig egy órányi munkát jelent, és a mai szélessávú szolgáltatásokkal lényegében azonos áron megteremthető az új internetezési lehetőség.

Európában Németországban, Spanyolországban és Ausztriában csatlakoztak a legtöbben az „áramos” kísérleti internethez. Ausztriában 37 ezer háztartást kötött be a Linz AG, amely mellett a Tiwag is terjeszti a rendszert. Az új technológia vonzó lehet azokon a távol eső területeken, ahol a háztartások száz százalékát rákötötték a villamoshálózatra. (mtv.hu, 2005. 04. 08.)

EU, fogyasztás, gazdaság, szabályozás, technológia

Már 800 ezer háztartásban az Írisz TV

További 150 ezer háztartásban fogható április 1-től az SBS Broadcasting második magyar televíziós csatornájának, az elsősorban nőknek szóló Írisz TV -nek az adása. Ezzel a főműsor-időben a Club TV frekvenciáján sugárzó adó a MatávKábel TV Kft. fejlesztéseinek köszönhetően növelte lefedettségét.

A csatorna nézettségi mutatói az indulás óta folyamatosan emelkednek: az elérés idén napi átlagban 96.257, a közönségarány átlagosan 0,1-0,3 százalék körül mozog a 18-49 éves nőkre vonatkozóan, de gyakran eléri a 1,2-1,5 százalékot, ami egy tematikus kábelcsatorna esetében kiváló eredménynek számít. Ezzel a csatorna a célközönség esetében maga mögé utasítja az összes többi kábelcsatornát, a Spektrumnál átlagosan 60, a VIVA TV-nél pedig 30 százalékkal több női nézőt ültet a televízió elé, és a kisebb technikai lefedettsége ellenére alkalmanként megközelíti az HBO nézettségét is. Az SBS Broadcasting az Írisz TV mellett a TV2 csoport tulajdonosa is, így a csatorna hirdetési idejének értékesítését megbízottként a TV2 végzi. (btl.hu, 2005. 04. 07.)

fogyasztás, társaság

Az országos kereskedelmi csatornák nézettsége

Az 13. hetet tekintve továbbra is tartja magát az a tendencia, mely szerint a hétköznapiakon

az RTL Klub, hétvégén pedig a TV2 nyer a kereskedelmi csatornák hétvégi nézettségi versenyében.

Bár hétköznapokon az esti produkciók között általánosságban az RTL Klub vezeti a versenyt, a TV2 Columbo című sorozata rendre több nézőt vonz a konkurens csatorna műsorainál.

A szombat estéinket hetedik hete uralja a Megasztár című produkció. A duettek estéjét a teljes lakosság körében 1.858.106 fő nézte, míg az RTL Klubon ugyanezen időszámban vetített műsorok nézőszáma csupán 1.341.862 fő volt. (hullamvadasz.hu, 2005. 04. 06.)

fogyasztás

A svéddek büntetnék a fájlcsereelőket

A svéd kormány nemrég egy olyan törvényjavaslatot dolgozott ki, amely nem csupán a szerzői jogvédelem alá eső anyagok internetes közzétételét, hanem azok letöltését is büntetné. A skandináv ország igazságügyi minisztere szerint a törvénymódosításra azért van szükség, hogy az emberek megtanulják, mi legális és mi nem – írja az AFP.

A széles sávú hozzáférések számát tekintve az európai élbolyba tartozó Svédországban komoly problémát jelent a kalózkodás. A jelenség ellen aktívan küzdő hivatal, az Antipiratbyrån vezetője szerint az ország 9 millió lakosából legalább félmillió használ fájlcsereelő szoftvereket filmek, zeneszámok és szoftverek illegális letöltésére vagy megosztására. Évente nagyjából 15 millió példányra rúg az internetről jogtalanul letöltött filmek száma. Az országban egymillió lakosra 7000 lefülelt illegális tartalommegosztás jut évente, ez a szám pedig messze meghaladja az EU-átlagot, amely csupán 2000. A számok azonban nem győztek meg mindenkit a törvénymódosítás szükségességéről. Három ellenzéki párt már előre jelezte: nem szavazzák meg május 25-én parlament elé kerülő javaslatot, nem hiszik ugyanis, hogy a letöltések büntetése jelentené a megoldást. (itnews.hu, 2005. 04. 04.)

szabályozás, EU, fogyasztás

Tévés hírműsorok nézettségi adatai

Az év első három hónapjában az RTL Klub Híradóját nézték a legtöbben derül ki az AGB Hungary adataiból.

Az esti hírműsorok nézettségi versenyében az RTL Klub este fél hétkor kezdődő Híradó-ja nyert a január 3. és március 28. közti intervallumban, ekkor átlagosan 1 millió 631 ezer néző kapcsolt oda, ami 35,9 százalékos közönségarányt jelent. A második helyre a TV2 szintén 18 óra 30 perckor kezdődő Tények című hírműsora futott be, 32,6 százalékos közönségaránnyal, 1 millió 483 ezer állandó nézővel.

Az MTV Híradó este című műsora egy órával később kezdődik, akkor már komoly ellenfeleket kap a kereskedelmi csatornáktól, ugyanis az RTL Klubon a rendre legnézettebb műsorok közt tanyázó Legyen ön is milliomos fut, miközben a TV2 egy könnyed magazinműsorral, az Aktív-val csábítgatja a nézőket. A 17,4 százalékos közönségarány azonban nem rossz, teljes lakosságot tekintve: ez általában 887 ezer néző jelent.

A kereskedelmileg fontosabb, 18-49 éves kor közti korcsoportnál, a vizsgált három hónapban 214 ezer néző figyelte az MTV hírműsorát (10,5 százalék), 654 ezren kapcsoltak az RTL Klub Híradójára (37,4 százalék), és általában 578 ezer néző választotta a Tények-et (33,1 százalék), azaz – ahogy az más műsorfajtáknál is megfigyelhető – a reklámozók által fontosnak tartott korosztály kevésbé nézi a Magyar Televíziót, mint az idősebb tévézők. (origo.hu, 2005. 04. 01.9)

fogyasztás

Elkészült a Nemzeti Szélessávú Stratégia

Elsősorban a „szélessávú közmű” kiépítésének, illetve a releváns közigazgatási, üzleti és kulturális tartalmak fejlesztésének támogatását hangsúlyozza és - a szélessávú internetezés elterjedésének gyorsítása érdekében – több száz milliárd forint fejlesztési forrás bevonását javasolja az elkövetkező években az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) megbízásából a Telkes Tanácsadó Rt. vezette tanácsadói konzorcium által elkészített Nemzeti Szélessávú Stratégia (NSZS).

Az NSZS keretében készült helyzetértékelés szerint a lakossági internet-penetráció és a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetés szám tekintetében továbbra is jelentős Magyarország lemaradása az Európai Unióhoz és a világ fejlettebb gazdaságaihoz képest. Ugyanakkor európai összevetésben is biztató adat, hogy Magyarországon a szélessávú előfizetések aránya az összes internet-előfizetésen belül már megközelítette az 50%-ot, és az NSZS előrejelzése szerint 2006 végére eléri a 60%-ot.

A helyzetértékelés az erősségek közé sorolta emellett a hírközlési tarifák csökkenő trendjét, az infrastruktúrák közötti verseny szempontjából kiemelt jelentőségű, 70% feletti hazai kábeltelvíziós lefedettséget, az uniós összevetésben is kiugróan magas felsőoktatási és középiskolai internet- és számítógép-hozzáférési mutatókat, valamint azt a tény, hogy a projekt keretében készült lakossági felmérés szerint az internet megítélése a lakosság körében alapvetően pozitív.

A hosszabb távú növekedési kilátások szempontjából azonban különösen aggasztó, hogy a magyar népesség közel 60%-a digitálisan írástudatlannak tekinthető: sem internet-, sem PC-használati tapasztalattal nem rendelkezik. Az IHM ezt a helyzetet célzott és a szolgáltatók bevonására építő kommunikációs és képzési projektekkel tervezi megváltoztatni. A stratégia a prioritások kijelölésénél főként a hozzáférés, a tartalom és az esélyegyenlőség problémájára koncentrálna, és az alábbi konkrét stratégiai célokat fogalmazza meg:

a szélessávú internetpenetráció (100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma) 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Közigazgatási szolgáltatások igénybe vétele 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Kereskedelem részaránya 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

90%-os lakossági szélessávú lefedettség 2008 végéig, teljes lefedettség 2010-ig;

a „digitálisan írástudatlan” lakosság részaránya 2008-ig kevesebb, mint 50%, 2013-ig kevesebb, mint egyharmad.

A Szélessávú Közmű program finanszírozására a 2006-os költségvetési évben mintegy 17-18 milliárd forint szükséges. Ebből az összegből a különböző determinációk miatt (Közháló, GVOP programok) mintegy 10-11 milliárd forint részben az IHM költségvetésében, részben a 2004-2006-os Nemzeti Fejlesztési Tervbenben (NFT I.) biztosított.

Az adókedvezmények becsült 5 milliárd forint körüli forrásigénye a központi költségvetést terhelő tételként jelenik meg. A fejlesztéspolitikai eszközök finanszírozásához az IHM 2006. évi költségvetéséből további mintegy 2 milliárd forint szükséges. A 2007-2013-as fejlesztési periódus tekintetében a „Szélessávú Közmű” keretében javasolt programok előzetes, indikatív forrásigénye 290 milliárd forint. Ez az összeg egyaránt magában foglalja a várható magán-, uniós és nemzeti finanszírozást.

Az előzetes számítások szerint a közoktatás esetében a legmagasabb a becsült forrásigény: az „Intelligens iskola” program a Szélessávú Közmű finanszírozási igényének több mint 70 százalékát jelenti. (sg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, gazdaság, technológia, fogyasztás

Tavaly 17 százalékkal nőtt az internet-előfizetések száma

Tavaly 17 százalékkal, 740 ezerre nőtt az internet-előfizetők száma Magyarországon, ezen

belül az ADSL-előfizetőké megduplázódott, elérte a 236 ezret.

A kábelen a világhálóhoz kapcsolódó előfizetők száma 76 százalékkal, 136 ezerre nőtt, miközben a hagyományos és lassú oldalletöltést biztosító dial-up internet-előfizetéseké 21 százalékkal 284 ezerre csökkentek. A személyi számítógépek száma 2004-ben 250 ezerrel, mintegy 10 százalékkal, 2,5 millióra emelkedett az országban.

Az internetezők számát mintegy 1,7 millióra becsülik, ebből 900 ezerre tehető az otthoni internethasználó. Felmérések szerint egy előfizetés 2,3 új internetezőt vonz. A 14-69 év közötti, gyakori internethasználók 43 százaléka naponta, 57 százaléka legalább hetente egyszer fellép a világhálóra, e csoport 59 százaléka nő. Az internetezők 14 százaléka 14-17 éves, 41 százaléka 18-29 éves, 23 százaléka 30-39 éves, 13 százaléka 40-49, míg 9 százaléka 50 és 69 év közötti. A világhálót használók 40 százaléka budapesti, 42 százaléka városokban él, míg 17 százalékot tesznek ki a falvakban lakók.

Felmérésükben vizsgálták az internet használatának helyét is, így 58 százalék otthon, 38 százalék a munkahelyén, 26 százalék iskolában, 14 százalék rokonnál, ismerősnél, 10 százalék könyvtárban, 5 százalék internetes kávézóban, míg 4 százalék e-Magyarország hozzáférési pontokon érte el a világhálót. (sg.hu, 2005. 04. 12.)

fogyasztás

A Fox News az idén új üzleti csatornát indíthat

A Fox News anyavállalata, a News Corporation idén januárban már bejelentette befektetőinek, hogy új üzleti csatornát indít 2005 második felétől, amely húszmillió néző számára lesz elérhető. A Fox News vezérigazgatója, Roger Ailes azt nyilatkozta, vállalata még vizsgálja, van-e valós igény a piacon egy harmadik üzleti hírekre specializálódott csatornának.

A felvetés jogos, hiszen sem a General Electric tulajdonában álló CNBC-nek, sem a Time Warner érdekeltségű CNN-nek nem megy túl jól a szekere mostanában. A nézők elpártolását az üzleti televízióktól a nézettségi adatok egyértelműen mutatják, bár erre a CNBC azzal védekezik, hogy a piackutató cégek nem mérik, hányan nézik az adást a hivatalokban vagy más nyilvános helyeken. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

A bulvár irányába nyitnak?

Távozik a Budapesti Reggel című lap főszerkesztője, Pauska Zsolt. A főszerkesztőcsere hátterében feltehetően az áll, hogy a tavaly októberben indult újságot a várakozások alatti példányszámban vásárolják. A MATE SZ adatai szerint az utolsó negyedévben átlagban 50 ezer példányban fogyott a lap, de ennek jelentős része úgynevezett mennyiségi, azaz ingyenesen (marketing-promócióban) terjesztett.

A Reggel nagy várakozásokkal indult. Az Axel Springer Budapest és Pest megye híreit kiemelt figyelemmel kísérő, de országos kitekintésű napilapot akart indítani, amely betör a bulvár és a közéleti napilapok közötti piaci résbe. A nagyszabású bevezető kampánnyal és előfizetői nyereményjátékkal az olvasók elé tárt újság a főváros regionális napilapjaként határozza meg önmagát, amely újszerű formavilágot tárt a magyar olvasók elé.

Egyelőre sikertelenül. Értesülések szerint a lapkiadó úgy döntött: inkább a bulvár irányába nyit. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogyasztás, fogadtatás, társaság

Támadnak a bloggerek

Már több mint tízmilliónyian blogolnak az USA-ban, de a média sztárjai azt mondják, hogy „elég, nem kérünk többet belőlük”. Egyre több netes napló foglalkozik ugyanis a sztárújságírókkal, akik nehezen törődnek bele, hogy a hitelességük és karrierjük forog kockán.

A blogok növekvő erejét és hatalmát jól példázza a kiadók egyre intenzívebb érdeklődése. A Hyperion könyvkiadó júniusban hozza ki a „The Washingtonienne” című regényt, amely

Jessica Cutler blogjából készül: Cutler egy éve vált híressé, amikor online naplójában elkezdett beszámolni a washingtoni politikusokkal folytatott szexuális kalandjairól. Mialatt Cutler blogjából regény lett, más könyvek megtartják blog-formátumukat. Ilyen például a „Baghdad Burning: Girl Blog from Iraq” (már lehet kapni a Feminist Press-nél), amelyben egy – Riverbend nicknév alatt publikáló – ismeretlen iraki nő ír a háborús bagdadi mindennapokról. (nol.hu, 2005. 04. 21.)

fogyasztás, tartalomkínálat

A Springer megvinné a ProSieben-Sat.1 csoportot

A Springer ki szeretné vásárolni a ProSiebenSat.1 részvényeket két évvel ezelőtt felvásárló amerikai Haim Saban média mogul. A Springer maga 12 százalékos pakettel rendelkezik. A Saban pakett iránt már a News Corp, a Disney és a Viacom is érdeklődött.

A Süddeutsche Zeitung értesülése szerint Mathias Döpfner, a Springer ügyvezető igazgatója 1,5 milliárd eurót kész adni az 50 százalék feletti tulajdonrész megszerzéséért.

A Springer már 20 éve igyekszik kibővíteni televíziós érdekeltségét, hogy szélesítse jelenlétét a német média piacon. Legnagyobb bázisa jelenleg a 12 milliós példányszámú Bild napilap. Próbálkozásait a felügyeleti hatóságok rendre kisiklatták, megakadályozandó, hogy a konzervatív média csoport túlzott hatalomra tegyen szert a német közvélemény befolyásolásában. (hvg.hu, 2005. 04. 19.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás, társaság

Mp3-ba tömörített miséket töltenek le a hívők

Az Egyesült Államokban nagy hagyományai vannak a fejlett technológiák felhasználásának a hittérítésben, illetve a hit gyakorlásában. Így például évtizedek óta vannak televíziós istentiszteletek, minden valamit magára is adó gyülekezetnek van internetes honlapja és a hordozható médialejátszó készülékek, mint amilyen például az Apple iPod elterjedésével új divat hódít: népszerűek lettek a digitálisan, mp3-ban rögzített, majd újra lejátszott misék.

A vallás egy olyan területté nötte ki magát, amely kitűnően kihasználja az internet nyújtotta lehetőségeket. Egy felmérés szerint 2004-ben 82 millió amerikai (az internetezők kétharmada) szörfölt azért a világhálón, hogy valamilyen vallási témában tájékozódjon. De nemcsak az Egyesült Államokban hódít az új divat, hanem Európában is. Németországban például nagy népszerűségnek örvend a Sermon Online nevű vallási portál. (sg.hu, 2005. 04. 19.)

fogadtatás, fogyasztás

Internetes újságot indít a Metro

Az ingyenes Metro újságot kiadó svéd Metro International csoport azt tervezi, hogy a világhálón is megjelenik. Az internetes stratégia megvalósítását a Metro Modern Media végzi.

Első lépésként Svédországban indul az internetes változat, mintegy 900 ezer apróhirdetéssel, majd Finnországban, Dániában és Hollandiában indítják el a szolgáltatást. A svéd cég távolabbi tervei között szerepel egy társkereső oldal és egy zeneletöltő szolgáltatás beindítása is.

A Metro International 17 országban 16 nyelven adja ki ingyenes lapját Európában, Amerikában és Ázsiában, amelyet 15 millióan olvasnak naponta. (origo.hu, 2005. 04. 13.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Kutatás készült a magyar internetezési szokásokról

A VMR2005 médiakutatás adatai szerint a magyar internetezők között még mindig a férfiak és a fiatalok vannak többségben: felhasználók 59 százaléka férfi, 55 százaléka pedig 30 év alatti. Azok körében, akik napi rendszerességgel használják a világhálót, még erőteljesebben érvényesül a férfias jelleg: 65 százalék a férfiak aránya.

A legjellemzőbb internetes tevékenység még mindig a levelezés, valamint az általános információkeresés: előbbire 96, utóbbira 91 százalék használja legalább hetente az internetet,

ugyanakkor évről évre nő a levelezésen, böngészésen túlmutató tevékenységeket végzők aránya. Online magazinokat az internetezők 77 százaléka olvas rendszeresen. Vásárlás, utazás előtti információgyűjtésre az internetezők 54 százaléka hívja rendszeresen segítségül a világhálót, gazdasági információkat 56 százaléuk keres legalább heti rendszerességgel, hivatali ügyek online módon történő intézése pedig a gyakori internetezők 35 százalékára jellemző. A magyar netezők 37 százaléka rendszeresen játszik az interneten, de fizetős szerencse-, illetve nyereményjátékokon csak 4 százaléuk vesz részt. Hasonló arányok figyelhetők meg az online tartalmak letöltése esetén is: 40 százalék rendszeresen tölt le online tartalmakat, de csak 4 százalék szokott fizetni is ezért.

A legalább hetente egyszer internetezők körében a banner a legelfogadottabb online hirdetési forma, de „népszerű” a nyereményjátékkal egybekötött hirdetés, valamint a szponzoráció is. A hírlevélben látott reklámot az internetezők 35, a megrendelt reklám e-mailt 27 százaléka fogadja el. Az internetezők leginkább a spamekkel és az egérmutatót követő hirdetésekkel szemben elutasítók, előbbi mindössze 1 százaléuk, utóbbit pedig 2 százaléuk tolerálja, de a pop-up hirdetések elfogadottsága is csak 6 százalékos. Az internetezők valamivel több, mint egytizede abszolút elutasító: semmilyen online hirdetési formát nem fogad el. (hsw.hu, 2005. 04. 13.)

fogadtatás, fogyasztás

Jobboldali kritika az elektronikus médiáról

A Polgári Médiaszalon rendezvényén Borókai Gábor, a Heti Válasz szerkesztőbizottságának elnöke, Csontos János, a Magyar Nemzet munkatársa, Siklósi Beatrix újságíró és Szalai Annamária, az ORTT Fidesz által delegált tagja vett részt.

Csontos János szerint pontosan meg kellene határozni a közszolgálat tartalmát, azt, hogy mi ennek a minimuma, tehát hány híradót, egyéb közszolgálati műsort kell sugározni. Szerinte ezt a kereskedelmi tévéknek kellene finanszírozni, és ezután dolgozhatnak profitért.

Borókai Gábor kifejtette, hogy az összesen 65 milliárd forintnyi éves hirdetési összegből 95 százalék a két nagy kereskedelmi csatornához jut el, a többin az egyéb televíziók osztoznak. Kérdés, hogy szabad-e ennyire perifériára szorítani a közszolgálatot, és arra kényszeríteni, hogy részt vegyen a kereskedelmi versenyben. Példaként elmondta, ha a magyar televízióban egy színházi előadás közvetítését háromszázezer ember nézi meg, ami kereskedelmi mércével alacsony nézettségnek számít. „Aczél elvtárs helyébe a nézettség lépett” – jegyezte Borókai Gábor.

Szó volt a beszélgetésen arról, hogy a két nagy kereskedelmi televízió koncesszióját rövidesen meg kell újítani, vagy pályázatot kell kiírni. Szalai Annamária elmondta, hogy a hosszabbításhoz véleményük szerint kétharmados többség kellene úgy, mint a pályázatnál, a kormányoldalnak azonban más a véleménye. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, szabályozás

Szükség lenne a „A Nagy Könyv” sikerére

A műsor licencét az MTV 8 millió forintért szerezte meg a BBC-től, majd támogatóul megnyerte a kulturális tárcát is. A köztévé valamivel több, mint 100 millió forintot áldoz a programfolyamra, s hasonló nagyságú összeggel száll be a minisztérium is. A pénzt az MTV-vel szerződésben álló könyvtáraknak juttatják majd el, hogy megvásárolhassák a legjobb 12 közé jutott műveket. Mintegy félmilliárd forintot tett félre a Nemzeti Kulturális Alapprogram is a műsorhoz kapcsolódó későbbi akciók támogatására. Az 1 milliárd forintra kalkulált végösszegből azonban egyelőre több százmillió forint hiányzik. A szervezők ugyanis számítottak az ORTT pénzére is, ám menet közben kiderült, az idén ilyen célra már nem írnak ki pályázatot (van viszont az ORTT-nek pár százmillió forintos tartaléka, nem kizárt tehát, hogy utólag be lehet majd tömni a program költségvetésében lévő lyukat. A kutatók szerint jól jönne „A Nagy Könyv” sikere, az olvasás ugyanis egyre inkább háttérbe szorul a szabadidős tevékenységek között. Az utóbbi évtizedekben folyamatosan csökkent mind a

rendszeres olvasók népességen belüli aránya, mind a könyv- és újságforgatásra szánt idő. Egyes kutatások egészen ijesztő számokat mutatnak: az úgynevezett funkcionális analfabéták – az inkább csak formálisan írni-olvasni tudók – arányát ma 20-25 százalék közé teszik Magyarországon. E kör jellemzően három rétegből kerül ki: az alacsony iskolai végzettségűek, az idősek és a kisközségekben élők közül. Az olvasásra szánt időként jelenleg hétköznap alig pár percről lehet beszélni, s a hétvégén is fél és háromnegyed óra közötti az átlag. A tévénézés uralkodó helyzete megingathatatlanul látszik: a felnőtt lakosság szabadidejének 60 százalékát áldozza erre. A felnőttek 9 százaléka olvas rendszeresen könyvet, napilapot és folyóiratot: ők főleg a magasan képzett városi fiatalok közül kerülnek ki. A számok e tekintetben is drámai változást mutatnak a megelőző nagy 1985-ös felméréshez képest: akkor ugyanis a „mindenevő” olvasók aránya éppen ennek a kétszeresét, 18%-ot tett ki. Az ezredfordulón pusztán 40 százalék mondta magáról, hogy rendszeresen olvas valamilyen napi- vagy hetilapot, a könyvolvasás mutatói pedig még ennél is rosszabbak. A felnőttek több mint fele tartozott azok közé, akik a felmérést megelőző évben egyetlen könyvet sem olvastak el, ez az arány az 1964-es első felmérés óta egészen a nyolcvanas évek közepéig 40 százalék körül volt. A Magyar Művelődési Intézet és az Akadémia Szociológiai Intézetének közös, 2003-2004-es felmérése pedig azt jelezte, hogy mindössze a felnőttek egyharmada mondta magáról, hogy úgy olvas valamilyen könyvet, hogy legalább hetente kinyitja. A helyzet a fiataloknál is aggasztó, s mindez nem írható csak a (kereskedelmi) televíziók előretörésének a számlájára. Nagy Attila olvasásszociológus középiskolások között végzett, 2003-ban publikált vizsgálata során azt tapasztalta, hogy a gyerekek 2 százalékának otthonában egyetlen könyv sincs. A szakképzősöknél ez az arány 7 százalék, a kelet-magyarországi középiskolásoknál pedig már 14 százalék. A diákok persze elvileg rendszeresen olvasnak, főleg iskolai kötelezettségből, s ők a könyvtárak legszorgalmasabb látogatói is. Ám ez a mutató is csalóka: az említett középiskolai felmérés szerint a szakképzősök egynegyede tankönyvön kívül semmit sem olvas, s a gimnazisták negyede is legfeljebb évente egy könyvet a kötelező irodalmon felül. Így nem meglepő, hogy az olvasásszociológiai adatok szerint éles cezúrát jelent az iskola befejezése: sokan akkor gyakorlatilag örökre abbahagyják az olvasást. (HVG, 2005. 04. 02., 105-107. old.)

gazdaság, fogyasztás, fogadtatás

Megbukott a „A Nagy Könyv” a televízióban?

A több százmillió adóforintból agyonreklámozott és felfuttatni próbált Nagy Könyv-játék vetélkedőjére alig negyedmilliónyan voltak kíváncsiak, miközben az egyik kereskedelmi tévén sugárzott sztárpofozkodásra majd tízszer annyian voltak vevők. Negyedmillió nézőszámot különben a kereskedelmi tévék hétköznap délelőtt szoktak produkálni.

A regényekre az első fordulóban négyszázezer szavazat érkezett, így legalább ennyi embert illett volna a képernyők előtt tartani, ha már hajlandók voltak pénzt költeni kedvenc olvasmányuk győzelme érdekében. Lényeges az is, hogy a műsor ideje alatt az MTV egyes csatornájára ugyan rákapcsolt egymillió néző legalább egy percig, de aztán ezek háromnegyede továbblépett, mert nem tartotta elég érdekesítőnek a látottakat. Az is beszédes adat, hogy a regényvetélkedő nézőinek háromnegyede ötven évnél idősebb volt, tehát a köztvé nem találta meg azt a formát, amelyben meg tudta volna szólítani a fiatalabbakat – aki erre azt mondja, hogy a fiatalok nem olvasnak, az gyorsan nézze meg a Harry Potter-könyvek eladási statisztikáit vagy éppen ezeknek a köteteknek az eredményét a vetélkedőn. A hirdetőik számára fontos korosztályból alig városnyi ember, hetvenhét ezer néző volt kíváncsi erre a műsorra.

Vannak a világon olyan televíziós műhelyek, akik a tartalomnak tudnak olyan formát adni, hogy élvezettel habzsolja a közönség. A kereskedelmi tévék nagyon megtanulták a csomagolás művészetét.

A Nagy Könyv beharangozó szpotjaiban is fel lehetett fedezni a szakmai modernitás csírát,

de a műsor már megragadt a közszolgálati középszer színvonalán – gyaníthatóan legalább annyi pénzből, mint a kereskedelmi tévék húzóműsorai. (Magyar Nemzet, 2005. 04. 28., 7. old.)

fogadtatás, fogyasztás

Megdőlt a látogatottsági rekord a könyvfesztiválon

Minden korábbi rekord megdőlt a XII. Budapesti Nemzetközi Könyvfesztiválon, amelyre három nap alatt hatvanegyezeren voltak személyesen is kíváncsiak. Ennél többen a Budapesti Kongresszusi Központban el sem férnének, ezért a rendezvény jövőre új helyszínt keres. Fokozott érdeklődés övezte a díszvendég, a brazil Paulo Coelho programjait, pillanatok alatt elfogyott Spiró György új könyve, a Fogság, s ezrek álltak sorba egy ír író, Darren Shan dedikálásán. (Magyar Hírlap, 2005. 04. 25., 1. old.)

fogyasztás

A megyei lapokat kedvvel olvassák

A 15 éves tanulók a tévézésben az elsők Európában, szövegértésben az utolsók. Minden harmadik 18 év alatti diáknak vannak szövegértési problémái, ezért nem csoda, hogy nem olvasnak újságokat. Az egyedüli kivételt a megyei napilapok jelentik, a megkérdezettek háromnegyede rendszeresen forgatta azokat. Alkalmanként a heti- és havi lapokat forgatják, mert azok tördelése egyre jobban jeleníti meg a kereskedelmi televíziók képi világát. Szabadidejük nyolcvan százalékát a tévézés tölti ki derült ki a GfK Hungária Piackutató Intézet nemrégiben végzett országos kutatásából. A felmérés szerint a 14-16 évesek kétharmada, a 17-18 évesek több mint harmada egyáltalán nem vesz kezébe újságot. Akik olvasnak, azok jelentős része csak a bulvársajtót részesíti előnyben. A 18-19 évesek – akik már szavazhatnak –, barátaik, ismerőseik véleménye alapján dilettánsok a felmerülő politikai és személyi kérdésekben, mert az alapvető tényekkel sincsenek tisztában. A legfőbb gondot a kutatók a szövegértési nehézségekben látják, hiszen egy-egy hivatalos irat vagy gyógyszer-tájékoztató használata is gondot okozott a tanulók kétharmadának. A legkülönlegesebb az, hogy kilencéves korukban a magyar diákok az európai rangsor harmadik helyét foglalják el szövegértésben, 15 évesen viszont az utolsót a PISA-jelentések szerint. Ez a meglehetősen sötét kép nemcsak Magyarországot jellemzi a tizenévesek újságolvasási szokásait, de tizenöt évvel ezelőtt jellemző volt Nyugat-Európa legtöbb államában. Ezekben az országokban mozgalom indult az újságok megszerettetésére, s rögtön az indulásnál meglepő eredményre jutottak: az ifjak nem ismerik az újságok szerkezetét annak ellenére sem, hogy sokuknál a szülői házban évtizedek óta ugyanazok a lapok forognak. A kiadók ezért úgy gondolták, az iskolák felől közelítik meg a diákokat. Ausztria, Német- és Franciaország után Nagy-Britanniában is országos terjesztésű napilapokból kaptak különböző feladatokat a gyerekek: ábrákat kellett gyűjteniük, érdekes híreket, népszerű emberektől aforizmákat, de a komolyabb biológiai, földrajzi feladatok feldolgozásánál forrásként is használták a lapokat. (Vas Népe, 2005. 04. 20., 17. old.)

fogyasztás, fogadtatás

Blikk, Sikk: új női hetilapok

Nemzetközi trendeket követve új női hetilapok jelentek meg a magyar piacon, miközben a kiadók és a hirdető is e terület kínálatának további bővülésére számítanak. A Blikk Nők a Ringier Kiadó Kft. és a német Bauer Verlag GmbH közös tulajdonában lévő Euromédia Bt. gondozásában jelenik meg, a Sikk pedig a Sanoma Budapest Kiadói Rt. kiadványa. Az alacsonyabb árkategóriájú női magazinok piaca Kelet- és Közép-Európában nagyon gyorsan bővült a közelmúltban. Magyarországon ugyanakkor jelenleg egyetlen lap képviseli csak ezt a piaci területet. Az nem valószínű, hogy az új hetilapok a magyarországi piacot gyökeresen át fogják alakítani.

Magyarországon az alsó kategóriás lapok egy eddig kihasználatlan, új piaci rést céloznak meg, az új olvasók mellett pedig arra számítanak, hogy sokan második lapként fogják

vásárolni őket. A Blikk Nők elindítását 350 millió forintos reklámkampány támogatja. A lap országosan terjesztett példányszáma 250 ezer és 350 ezer között alakul, 2005-ben pedig heti 150 ezer példányt szeretnének eladni.

A szintén országos terjesztésű Sikk 160 ezres terjesztett példányszámmal és 59 forintos bevezető árral indul. Később a lap árát 79 forintra emelik majd. A Blikk Nők ezzel szemben 49 forintba kerül. (Budapest Business Journal, 2005. 04. 11.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Él és virul a mobilspam

Tavaly Ázsiában már háromszor annyian kaptak kéretlen reklámüzenetet SMS-ben, mint e-mailen, az idén pedig várhatóan Európa is felzárkózik az e téren fejlettebb világrégiókhoz. A mobilra szánt reklám abban különbözik a mobilspamtól, hogy az előbbihez legális forrásból szerzik (többnyire vásárolják) a telefonszámokat, és ismert az üzenet feladója. A mobilspam ennek épp az ellenkezője: a számokat lopják vagy egy számítógépes programmal generálják, a feladó ismeretlen marad, és általában a küldésért sem fizetnek. A kéretlen üzenetek terítéséhez leggyakrabban azokat a még mindig létező internetes megoldásokat használják, amelyekkel ingyen lehet SMS-t küldeni. (Népszabadság, 2005. 04. 29., 31. old.)

tartalomkínálat, fogyasztás

Gazdaság

Gyermek-pornót kutató szoftver

Az FBI adatai azt bizonyítják, hogy 1996-hoz képest 2000%-kal gyarapodott a pedofil oldalak száma, s a kanadai rendőri szervek pedig legkevesebb 100.000-re becsülik a hasonló tartalmú site-ok számát. A Microsoft mérnökei összefogva a kanadai Royal Mounted Police-szal, és a torontói rendőrséggel kifejlesztettek egy olyan szoftvert, amely segítséget nyújthat a hatóságoknak az internetes gyermek-pornográfia elleni harcban.

A Microsoft közölte, hogy a program képes lesz az eddig különállóan rendelkezésükre álló információk között (kreditkártya adatok, s az internetes chatroom-okban való aktivitás) összefüggést találni, amiből aztán a rendőrség szakemberei következtethetnek a pedofiliát keresők, és kínálók kilétére.

A projektet, amelybe a Microsoft megközelítőleg 4 millió dollárt fektetett, támogatta még az Interpol, a Scotland Yard, és a Department of Homeland Security is. (prim.hu, 2005. 04. 10.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, technológia

Internet a villamoshálózaton

Az Európai Bizottság közzétette a villamoshálózaton át történő internetezés jogi kereteire vonatkozó ajánlását.

A szakértők szerint ezzel lehetővé válik az, hogy az új technológia, amelynek próbaüzeme már 2001 óta folyt mintegy 40 országban, gyors fejlődésnek induljon. A bizottság azt reméli, hogy a szélessávú internetezésnek olcsóbb, egyben még több háztartásba jutó lehetősége jön létre. A lakások villamosvezetékén keresztül jutnak az internetjelek a vevőkészülékhez az új fejlesztések eredményeképpen úgy, hogy a jelek nem zavarják a rádió- és a televízió-vételi viszonyokat. A felhasználóknál igen egyszerű a szükséges átalakítások elvégzése: az alig egy órányi munkát jelent, és a mai szélessávú szolgáltatásokkal lényegében azonos áron megteremthető az új internetezési lehetőség.

Európában Németországban, Spanyolországban és Ausztriában csatlakoztak a legtöbben az „áramos” kísérleti internethez. Ausztriában 37 ezer háztartást kötött be a Linz AG, amely mellett a Tiwag is terjeszti a rendszert. Az új technológia vonzó lehet azokon a távol eső területeken, ahol a háztartások száz százalékát rákötötték a villamoshálózatra. (mtv.hu, 2005. 04. 08.)

EU, fogyasztás, gazdaság, szabályozás, technológia

Szigorúbb lett az ORTT?

Az utóbbi években negyvenszeresére nőtt a kereskedelmi csatornákra kirótt bírságok összege. Vajon az egyre fokozódó nézettségi verseny következtében nőtt a törvénysértések száma, vagy az ORTT szigorított?

A kereskedelmi televíziózás rövid története során évről évre nőtt az ORTT által kiszabott bírságok száma, sőt a büntetések nagysága is meredeken emelkedett. Például 2000-ben az ORTT Műsorfigyelő- és Elemző Igazgatóság a megvizsgált műsorórák egyharmadában talált jogsértést, 2004-ben pedig már minden második órára jutott egy bírság, ráadásul tavaly már több mint 1,3 milliárd forint kötbért szabott ki az ORTT csak az országos kereskedelmi csatornákra, miközben 1998-ban, a kereskedelmi tévék első teljes működési évében a bírságok összege éppen hogy meghaladta a tizenötmillió forintot.

Az ORTT a két nagy kereskedelmi televízióra évenként a következő kötbér szankciókat szabta ki:

	TV2	RTL Klub
1998	15.008.000	803.000

1999	19.890.000	19.673.500
2000	94.489.000	47.849.800
2001	35.053.428	22.955.086
2002	40.911.026	48.691.868
2003	127.077.652	287.545.948
2004	473.820.943	833.087.999

Tavaly a magyar filmalkotások támogatására vonatkozó szabályozás megsértése miatt rótták ki a legnagyobb kötbért a testület, hiszen a Tv2 és az RTL Klub is 300 millió forintos számlát kapott a törvény megsértése miatt. Mindkét csatorna a bíróságon támadta meg a döntést, és az ügy bonyolultságát jól jellemzi, hogy a per egyik legfontosabb alakja Grétsy László nyelvész, aki szakértői véleményében megállapítja, hogy mire is vonatkozik a törvényben az a bizonyos „ez” mutató névmás. Az ORTT viszont úgy tartja, hogy a kereskedelmi csatornáknak igen is fizetniük kell, amiért a törvény szövegét kicsavarva inkább naponta jelentkező szappanoperára és bulvárhíradóra költöttek abból az összegből, amiből a magyar filmgyártást és a vizuális kultúra ápolását kellett volna támogatniuk.

Az ORTT a reklámidő-túllépés miatt is jelentős bírságokat ró ki, az RTL Klubnak például jelenleg is 180 millió forintnyi peresített, és ezért még ki nem fizetett büntetése van a médiahatósággal szemben. Általában nem azért büntetik meg az országos kereskedelmi csatornákat, mert túl sok reklámot sugároznak, hanem mert rosszul osztják el azokat, hiszen az igen szigorú magyar szabályozás szerint bárhogy számolt egy órában csak tizenkét perc lehet a reklám. Az Index információi szerint ez a rendszer annyira eltér az európai gyakorlattól, hogy a jogsértést felügyelő szoftvert is újból kellett programozni.

„Majd minden esetben az élő műsor miatti csúszásokra vezethető vissza a reklámidő-túllépés, a napi 15 százalékos kvótát azonban egyetlen egyszer sem léptük át” – mondta el Kolosi Péter, az RTL Klub programigazgatója, aki szerint az ORTT annak ellenére nagy összegű bírságokat szabott ki, hogy a csatornának egyértelműen nem származott többletbevétele a reklámidő-túllépésből. (index.hu, 2005. 04. 08.)

gazdaság, szabályozás

Mi számít közszolgálatinak?

Mi minősül közszolgálati műsornak? A médiahatóság 480 millió forintra büntetné az RTL Klubot, mert a tévé a 2004-es évről szóló beszámolójában több olyan műsort sorolt a közszolgálati kategóriába, amelyik valójában nem az.

Miután az RTL a szerződésében azt vállalta, hogy naponta teljes műsoridejének 32 százaléka, esti főműsor-idejének pedig 36 perce lesz közszolgálati, ennek nem teljesítése esetén minden hiányzó percért több mint egymillió forinttal büntethető. A médiatörvény kevés fogódzót ad a vita eldöntésére. A jogszabályban felsorolt példák között vannak például a gyermekműsorok, ugyanakkor az RTL esetében a büntetés előkészítői nem sorolták ide a hétvégenként reggel sugárzott rajzfilmeket. Ugyanez a helyzet az Iker-show, illetve az Ország tesztje, A nagy évisméltés esetében is. Márpedig egy-egy ilyen hosszabb műsor utólagos besorolása befolyásolja, hogy az RTL teljesíti-e vállalásait. Az adatokat ugyanis a hatóságnál nem átlagolják, hanem minden napot külön-külön vizsgálhatnak. Ahány perccel kevesebb a teljesítés a vállalásnál, annyiszor több mint egymillió forint a büntetés. Így jött össze az RTL-nek 300 millió a Szeress most! hazai gyártású sorozatból. Az ORTT apparátusa dönti el, hogy mi közszolgálati és mi nem.

Korábban a TV2-t elmarasztalták ilyen indoklással. Miután a kereskedelmi tévé többször sem tudta teljesíteni azon vállalásait, amelyeknek döntő részben a frekvencia elnyerését köszönhetette, a hatóság engedélyezte az arányok csökkentését. Ha a mostanihoz hasonló szigorral járt volna el a testület, akkor a TV2-nek majdnem egymilliárd forintot kellett volna fizetnie. (nol.hu, 2005. 04. 07.)

fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Rekordösszegű kártérítés várható spamelés miatt

Az Egyesült Államok igazságügyi minisztériumának floridai irodája most először kezdeményezett peres eljárást az állam nemrég ratifikált antispam törvényének alkalmazásával. A hatóságok azzal vádolnak két férfit, hogy olyan online üzleti vállalkozást működtettek, mely e-mailes csaláson alapult. Scott J. Filary és Donald E. Townsend elektronikus levélküldési akciója következtében legalább 65 ezer félrevezető e-mail jutott el különböző internetezőkhöz; mindez már 2003 óta halmozódik.

A 25 és a 34 éves amerikai férfiak a fenti mennyiség kétharmadát azóta produkálták, hogy az államban 2004. július 1-jén életbe lépett az elektronikus üzeneteket szabályzó helyi törvény, a Florida Electronic Mail Communications Act. A két elkövető – ha bebizonyosodik bűnösségük – 24 millió dolláros kártérítés elé nézhet, ami az egyik legnagyobb összeg, amiről ilyen esetekben valaha is szóba került. A lassan egy éve alkalmazásban levő törvény – hasonlóan a szövetségi Can-Spam Act névre hallgató szabályozáshoz – ugyanis minden egyes nem kívánt vagy megtévesztőnek bizonyult e-mail után kártérítésre kötelezi a vétke(s)ket: floridai lakosokhoz eljutott spamenként 500 dollárra. Súlyosbítja a büntetési tételt, hogy nem egyszerűen nem kívánt elektronikus levelet küldtek szét, hanem illegális szolgáltatásokat népszerűsítettek. (terminal.hu, 2005. 04. 06.)

gazdaság, szabályozás

Az MTV rekordbevételekre számít az idén

Minden korábinál több, 4,4 milliárd forint feletti reklámbevételel számol idén a Magyar Televízió. A jelentős létszámleépítés előtt álló közszolgálati adó a tavalyihoz hasonlóan mintegy 33 milliárd forint feletti összbevételel kalkulál. Az összeg nagy részét az üzembentartási és a műsorszórási díj, valamint a reorganizációra előirányzott állami keret biztosíthatja.

Az idén nem lesz az olimpiához és a labdarúgó Eb-hez hasonló, kiemelt, minőségi műsorkörnyezetet is kínáló esemény, ám az idei valamelyest szerényebb spotbevételek mellett jelentősebb lehet az egyéb kereskedelmi tevékenységekből származó összeg. Fischer András, a társaság kereskedelmi igazgatója szerint az MTV további növekedési lehetősége más célcsoport-vásárlás bevezetése is lehet. (hullamvadasz.hu, 2005. 04. 05.)

gazdaság

Várat magára az erdélyi tévé

Anyagi okok miatt egyelőre nem sikerül elindítani az erdélyi magyar televíziót – szögezte le Nagy Zsolt hírközlési és információtechnológiai miniszter, az adó létrehozásáért felelős Janovics Jenő Alapítvány kuratóriumi elnöke. Mint mondta, a magyar kormány által korábban kiutalt háromszázmillió forint nem elegendő a stúdió beindításához, más pénzüsszegek egyelőre nem állnak rendelkezésükre. Markó Béla miniszterelnök-helyettes a hétvégén Marosvásárhelyen kifejtette, az önálló erdélyi magyar televízió ötlete nem valósítható meg. A szövetségi elnök is a pénzhiányra hivatkozott, szerinte ugyanis a rendelkezésre álló háromszázmillió forint legalább kétszeresére lenne szükség. „Erre pedig a jelenlegi kormányfőtől már nem jött semmiféle ígéret” – fejtette ki Markó, aki jelen pillanatban inkább a román közszolgálati televízió marosvásárhelyi területi stúdiója létrehozására lát esélyt. Júliustól ugyanis újabb frekvenciával bővül a román televízió, így a kolozsvári adás hosszabb műsoridővel rendelkezik majd, Marosvásárhelyen pedig létrejöhet a román, illetve a magyar nyelvű stúdió – közölte Markó Béla. (kronika.dntcj.ro, 2005. 04. 04.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

Újabb e-pontok a határon túli magyarságnak

A közeljövőben újabb 28 e-Magyar-pont létesül Horvátországban és Ukrajnában. Hasonló szerződéseket február végén írtak alá szlovákiai, szerbiai, horvátországi és burgenlandi magyar egyesületekkel. Ezek alapján 55 e-Magyar-pont telepítése kezdődött meg. A tervek

szerint év végéig 300 közösségi hozzáférési pontot terveznek létrehozni, s ezeket e-magyar pontnak nevezik.

Az Információs és Hírközlési Minisztérium a „Szülőföldön az információs társadalomba” nevű első támogatási pályázatot tavaly novemberben hirdette meg a Puskás Tivadar Közalapítvány közreműködésével. A bírálóbizottság a rendelkezésre álló 228 millió forintból 225 millió 808 ezer forint odaítélésére tett javaslatot a pályázatra meghívott 11 határon túli szervezet részére. Ebből az összegből 140 millió 30 ezer forintot az e-Magyar-pontok létrehozására, több mint 26 millió forintot tartalomfejlesztésre, közel 15 millió forintot oktatásra, informatikai képzésre, közel 21 millió forintot a magyar kultúra digitális megőrzésére, s 24 millió forintot audiovizuális fejlesztésekre fordítanak.

Erdélyben a meghirdetett pályázat révén a Progress Alapítvány 89 ilyen pont létesítésére nyert jogot. A pályázat összértéke eléri a 101 millió forintot.

Kovács Kálmán hangsúlyozta: a kiírás szerint a pályázati csomagban egyéb kiegészítő elemek is találhatóak, ebből a pénzből kell létrehozni egyebek között a Hargita- és Bihar-hálót is, ami lehetőséget teremt, hogy Erdély délkeleti és nyugati része könnyebben csatlakozhasson a világhálóhoz. Kovács Kálmán szerint az e-magyar pontok létrehozásának az az előnye, hogy a határon túli magyar közösségek is hozzáférhetnek a magyarországi oktatási tananyag, és könyvtári anyag digitalizált változatához. A pályázat részeként a kolozsvári könyvtárban lévő mintegy 25 ezer könyvcímet is feldolgozzák, aminek köszönhetően ez az anyag is részévé válhat a magyarországi digitalizált könyvtárnak. Kovács Kálmán elmondta: most már szinte naponta kapcsolatba lép román kollégájával, ami alapja lehet annak a tervnek, miszerint a térséget Európa regionális tudásközpontjává tegyék. Szintén egyezség született egy három nyelvű, önkormányzati és gazdasági híreket tartalmazó román-magyar gyűjtőportál létrehozásáról, és egy közös gazdasági IT üzleti fórum megszervezéséről. (prim.hu, 2005. 04. 04. és Népszabadság, 2005. 04. 22., 17. old.)

gazdaság, technológia

Fél milliárd dollárért fejleszt a Google

A Google az Amerikai Tőzsdefelügyeletnek (SEC) benyújtott beszámolójában kijelentette, a 2004-es 319 millió dollárhoz képest idén jelentősen növelni kívánja a technológiai és más eszközökre költött összeget: méghozzá 500 millió dollárra, számol be a Washington Post. A cég azt is bejelentette, hogy alkalmazottai számát – amely 2004-re 3021 főre nőtt az egy évvel korábbi 1628-ról – ismét nagy mértékben növelni kívánja, hogy az megfeleljen a globális növekedési és kutatási terveknek, és hogy a cég sikerrel vegye fel a harcot a két legnagyobb versenytárral, a Microsofttal és a Yahoo-val. (ebroker.hu, 2005. 04. 01.)

gazdaság, társaság

Aranycsirkét nyert Koltai Róbert és a Kontroll

A legjobb közönségfilm kategóriában a Kontroll, míg az alkotások főszereplői közül Koltai Róbert nyerte az idén először gálaműsor keretében a Budapest Kongresszusi Központban átadott Aranycsirke-díjakat.

A film kategória nyertesei ötvenmillió forintot is kapnak a díj mellé, amit következő közös alkotásukra kell fordítaniuk, azzal a megkötéssel, hogy a forgatást még az idén el kell kezdeni. A legjobbnak talált színész a nemesfémme borított, háziszárnyast mintázó szobrocska mellett hárommillió forintot nyert. A legjobb „minőségi közönségfilmeket” elismerő Aranycsirke díjat abból a pénzkeretből finanszírozza az RTL Klub kereskedelmi csatorna, amelyet a médiatörvény szerint magyar alkotások támogatására kell fordítania.

A kiírás kritériumainak megfelelő filmek közül internetes, sms- és képeslapos szavazással választhatták ki korábban 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 kerültek. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

fogadtatás, gazdaság

Elkészült a Nemzeti Szélessávú Stratégia

Elsősorban a „szélessávú közmű” kiépítésének, illetve a releváns közigazgatási, üzleti és kulturális tartalmak fejlesztésének támogatását hangsúlyozza és - a szélessávú internetezés elterjedésének gyorsítása érdekében – több száz milliárd forint fejlesztési forrás bevonását javasolja az elkövetkező években az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) megbízásából a Telkes Tanácsadó Rt. vezette tanácsadói konzorcium által elkészített Nemzeti Szélessávú Stratégia (NSZS).

Az NSZS keretében készült helyzetértékelés szerint a lakossági internet-penetráció és a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetés szám tekintetében továbbra is jelentős Magyarország lemaradása az Európai Unióhoz és a világ fejlettebb gazdaságaihoz képest. Ugyanakkor európai összevetésben is biztató adat, hogy Magyarországon a szélessávú előfizetések aránya az összes internet-előfizetésen belül már megközelítette az 50%-ot, és az NSZS előrelátása szerint 2006 végére eléri a 60%-ot.

A helyzetértékelés az erősségek közé sorolta emellett a hírközlési tarifák csökkenő trendjét, az infrastruktúrák közötti verseny szempontjából kiemelt jelentőségű, 70% feletti hazai kábeltelvíziós lefedettséget, az uniós összevetésben is kiugróan magas felsőoktatási és középiskolai internet- és számítógép-hozzáférési mutatókat, valamint azt a tényt, hogy a projekt keretében készült lakossági felmérés szerint az internet megítélése a lakosság körében alapvetően pozitív.

A hosszabb távú növekedési kilátások szempontjából azonban különösen aggasztó, hogy a magyar népesség közel 60%-a digitálisan írástudatlannak tekinthető: sem internet-, sem PC-használati tapasztalattal nem rendelkezik. Az IHM ezt a helyzetet célzott és a szolgáltatók bevonására építő kommunikációs és képzési projektekkel tervezi megváltoztatni. A stratégia a prioritások kijelölésénél főként a hozzáférés, a tartalom és az esélyegyenlőség problémájára koncentrálna, és az alábbi konkrét stratégiai célokat fogalmazza meg:

a szélessávú internetpenetráció (100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma) 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Közigazgatási szolgáltatások igénybe vétele 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Kereskedelem részaránya 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

90%-os lakossági szélessávú lefedettség 2008 végéig, teljes lefedettség 2010-ig;

a „digitálisan írástudatlan” lakosság részaránya 2008-ig kevesebb, mint 50%, 2013-ig kevesebb, mint egyharmad.

A Szélessávú Közmű program finanszírozására a 2006-os költségvetési évben mintegy 17-18 milliárd forint szükséges. Ebből az összegből a különböző determinációk miatt (Közháló, GVOP programok) mintegy 10-11 milliárd forint részben az IHM költségvetésében, részben a 2004-2006-os Nemzeti Fejlesztési Tervben (NFT I.) biztosított.

Az adókedvezmények becsült 5 milliárd forint körüli forrásigénye a központi költségvetést terhelő tételként jelenik meg. A fejlesztéspolitikai eszközök finanszírozásához az IHM 2006. évi költségvetéséből további mintegy 2 milliárd forint szükséges. A 2007-2013-as fejlesztési periódus tekintetében a „Szélessávú Közmű” keretében javasolt programok előzetes, indikatív forrásigénye 290 milliárd forint. Ez az összeg egyaránt magában foglalja a várható magán-, uniós és nemzeti finanszírozást.

Az előzetes számítások szerint a közoktatás esetében a legmagasabb a becsült forrásigény: az „Intelligens iskola” program a Szélessávú Közmű finanszírozási igényének több mint 70 százalékát jelenti. (sg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, gazdaság, technológia, fogyasztás

A Fox News az idén új üzleti csatornát indíthat

A Fox News anyavállalata, a News Corporation idén januárban már bejelentette

befektetőinek, hogy új üzleti csatornát indít 2005 második felétől, amely húszmillió néző számára lesz elérhető. A Fox News vezérigazgatója, Roger Ailes azt nyilatkozta, vállalata még vizsgálja, van-e valós igény a piacon egy harmadik üzleti hírekre specializálódott csatornának.

A felvetés jogos, hiszen sem a General Electric tulajdonában álló CNBC-nek, sem a Time Warner érdekeltségű CNN-nek nem megy túl jól a szekere mostanában. A nézők elpártolását az üzleti televízióktól a nézettségi adatok egyértelműen mutatják, bár erre a CNBC azzal védekezik, hogy a piackutató cégek nem mérik, hányan nézik az adást a hivatalokban vagy más nyilvános helyeken. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Változtatni kell a filmalapítványt – vélik két produceri szervezet képviselői

Szinte minden évben indulatos viták tárgya a Magyar Mozgóképi Közalapítvány (MMK) – a nagyjátékfilmekre szánt támogatások elosztása után. Az idei eset abban kivétel, hogy ezúttal botránnyá dagadt a tiltakozás.

A mintegy 50-60 magánproduceri irodát tömörítő két szervezet, a Független Producerek Szövetsége (FPSZ) és a Magyar Producerek Szövetsége (MPSZ) képviselői abban egyetértenek, hogy az MMK sok tekintetben önmagát túlélte szervezet, noha az önkormányzatiságot, a közalapítványi formát egyikük sem kérdőjelezi meg. A magánszektorban azonban nincs képviselője a közalapítvány alapítói körében, ahol a régi állami stúdiók emberei ülnek. Az elosztásról szólva Sipos Áron a túlhaladott rendezőközpontúságot kárhoztatja. A támogatások odaítélésénél gyakran még mindig a rendező neve számít, és nem a gyártó szakmai hitele, eredményei.

Amit leginkább hiányolnak, és amit a tavalyi év elején hatályba lépett filmtörvény megígért, de nem teljesült, az a normatív támogatás: az itthon sok nézőt vonzó és/vagy nemzetközi elismerést kiváltó filmek alkotói pályázat nélkül kapnának egy bizonyos összeget következő filmjükhöz. Ez a támogatási forma külföldön már régen bevált. Hazai feltételeit azonban csak mostanra tette közzé az MMK.

Az ügyben megszólalók ugyanakkor nem értenek egyet azzal, hogy az állami támogatást kizárólag vagy túlnyomórészt ebben a formában kellene folyósítani. Ha csak az itthoni nézőszámot vesszük, a jelenkori magyar film egyik nemzetközileg legismertebb rendezője, Tarr Béla sosem kaphatna támogatást - jegyzi meg egyikük. A művészfilmek, a kezdő alkotók, az automatikus támogatásból kiesett gyártók, továbbá a dokumentum- és ismeretterjesztő, valamint kisfilmek finanszírozása miatt a forgatókönyv alapján történő támogatást is fenn kell tartani. A műfajok támogatásának kialakított arányait azonban nem tartják be az MMK-nál, sokan panaszkodnak: a játékfilmesek a legerősebb érdekérvényesítők, ők kapják a támogatások a javát. Az MMK hibái mellett a mostani feszültség egyik fő okaként említik, hogy az ígérthez, a várthoz képest felére esett vissza az állami támogatás (3,3 milliárd forint). Két év után ismét bizonytalan helyzet alakult ki a filmszakmában, megint nem lehet tervezni.

Az MMK-támogatásokból legtöbbet kapott játékfilmgyártók 1998-2004:

Gyártó cég	Vezető	Megítélt támogatási összeg
Eurofilm Stúdió Kft.	Miskolczi Péter	740 millió
TT. Filmműhely Kft.	Tarr Béla	460 millió
Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	84 millió (sic!)
Új Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	330 millió
Hunnia Filmstúdió Kft.	Sándor Pál	370 millió
Tivoli-Filmprodukción Kft.	Szekeres Dénes	330 millió
Inforg Stúdió Kft.	Muhi András	300 millió

Katapult Film Kft.	Angelus Iván	270 millió
Focus Film Kft.	Sipos Áron	250 millió
Honeymoon Films	Nyeste Péter	250 millió

(nol.hu, 2005. 04. 29. és 30.)

érdekképviselő, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Lemondott Naszvadi a filmbotrány miatt

Lemondott kuratóriumi tagságáról Naszvadi György volt államtitkár, a Magyar Mozgóképi Közalapítvány (MMK) körül kialakult helyzet miatt. Az MMK ellenőrző bizottsága egy Jancsó-film 120 milliós állami támogatását összeférhetetlennek ítélte, mivel az alkotó operátora Grunwalsky Ferenc, az alapítvány elnöke. A kuratórium több olyan filmnek is ítélte oda támogatást, amellyel kapcsolatban felmerült az összeférhetlenség gyanúja. Az elmúlt években azok a cégek és rendezők jutottak zavartalanul újabb és újabb milliós támogatásokhoz, amelyek és akik számos félbemaradt, vagy el sem kezdett munkával jogosultak lettek jelentős összegek felvételére. (mno.hu, 2005. 04. 29.)

fogadtatás, gazdaság

A hirdető a tévétől a net felé fordulnak

Az interneten megjelenő reklámokra évről-évre többet fognak költeni, s elsősorban a televíziós reklámok kárára – állapította meg Zenith Optimedia nemzetközi piackutató intézet. Véleményük szerint a teljes piac a következő években is bővülés elé néz és két év múlva is a tévének jut a legnagyobb rész, világszerte a hirdetési büdzsék 37,8 százaléka kerül ide. Visszaesés mellett az újságok aránya ekkorra 29,3 százalékra tehető, míg az internetes reklámköltség kétszámjegyű növekedésre számíthat, és 2007-re 4,4 százalékos részesedéssel bír majd.

Idén a globális reklámpiac 5,4 százalékkal növekedhet, jövőre és 2007-ben ennél nagyobb arányban. A világ GDP-jének csaknem 1 százalékát a reklámbevételek adják. (sg.hu, 2005. 04. 19.)

gazdaság

Dinamikusan növekszik az online reklámpiac

A 2005 év első negyedében 550 millió 200 ezer forint nettó árbevételt realizált hirdetési tevékenységből az online piac nyolc legnagyobb szereplője. Ez a tavalyi 388 millió 557 ezer forintos forgalomhoz képest 42%-os növekedést mutat.

A Habostorta, Házipatika, Index, Napi Online, Origó, Portfolió, Ringier Online, Sanoma Online – bartelektől és egyéb megbízásoktól tisztított, a nettó reklámból jövő árbevételének összesítése adja a Magyar Online Hirdetési Indexet (MOHI). A MOHI adatait negyedévről negyedévre adják közre, immár az ötödik alkalommal. Az internet mint új médiafelület egyre kívánatosabb a hirdetőknél. (sg.hu, 2005. 04. 26.)

gazdaság

A Springer megvenné a ProSieben-Sat.1 csoportot

A Springer ki szeretné vásárolni a ProSiebenSat.1 részvényeket két évvel ezelőtt felvásárló amerikai Haim Saban média mogul. A Springer maga 12 százalékos pakettel rendelkezik. A Saban pakett iránt már a News Corp, a Disney és a Viacom is érdeklődött.

A Süddeutsche Zeitung értesülése szerint Mathias Döpfner, a Springer ügyvezető igazgatója 1,5 milliárd eurót kész adni az 50 százalék feletti tulajdonrész megszerzéséért.

A Springer már 20 éve igyekszik kibővíteni televíziós érdekltségét, hogy szélesítse jelenlétét a német média piacon. Legnagyobb bázisa jelenleg a 12 milliós példányszámú Bild napilap. Próbálkozásait a felügyeleti hatóságok rendre kisiklatták, megakadályozandó, hogy a konzervatív média csoport túlzott hatalomra tegyen szert a német közvélemény befolyásolásában. (hvg.hu, 2005. 04. 19.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás, társaság

Veszteséges lapoknak hoznának létre sajtóalapot

A veszteségesen működő politikai lapokat támogató sajtóalap létrehozása mellett érvelt Bajomi-Lázár Péter, a Médiakutató című lap főszerkesztője. „A piac önmagában nem gondoskodik a gondolatok sokszínűségéről”, különösen a magyarországihoz hasonló kisebb államok esetében – mondta, hozzátéve, „egy jól megtervezett sajtóalap igenis működőképes, és a megfogalmazott célokat képes elérni”.

„Gazdasági függetlenség nélkül nincsen politikai függetlenség” – jelentette ki Bajomi-Lázár Péter, hivatkozva arra a becslésre, amely szerint néhány éve az állami támogatásoknál jóval több pénzt, hirdetési bevételeik mintegy nyolc-tíz százalékát szerezték meg politikai háttérű „szürke” pénzként. Mint mondta, Európa több államában vannak már kedvező tapasztalatok a sajtóalappal: van, ahol közvetett módon, például a lapok áfájának alacsonyan, legfeljebb hat százalékon tartásával, de olyan is, ahol a nyereséges orgánumok profitjának részleges újraosztásával oldják ezt meg.

Az ilyen pénzalap létrehozása segíti a további tulajdonosi koncentráció elkerülését, a régi lapok megszűnését akadályozza, az új orgánumok piacra lépését támogatja, miközben javítja a nyomtatott sajtó helyzetét, lehetővé teszi annak távolabb kerülését a politikától. Felhívta ugyanakkor a figyelmet, csak azokban az államokban értek el sikereket, ahol nem minden lapot támogattak, hanem csak a veszteségeseket.

Bajomi-Lázár Péter szerint indokolt lehet, hogy „a közérdekre való hivatkozással az állam beavatkozzon a piaci viszonyokba”, akár erőteljesebben is, mint más ágazatokban, segítve egyebek mellett a hátrányos helyzetű, megjelenési fórummal nem rendelkező csoportok megszólalását. Arról, hogy ez a rendszer a bulvárlapok profitjából támogatja a minőségi újságokat, úgy nyilatkozott, a sajtóalap „nem elitista, éppenséggel emancipációs szerepet tölthet be”, megemlítve azt is, tartalom semleges rendszer kell, ezért nem tartja kizárandónak a támogatottak köréből a szélsőséges orgánumokat sem. (hvg.hu, 2005. 04. 13.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Jobboldali kritika az elektronikus médiáról

A Polgári Médiaszalon rendezvényén Borókai Gábor, a Heti Válasz szerkesztőbizottságának elnöke, Csontos János, a Magyar Nemzet munkatársa, Siklósi Beatrix újságíró és Szalai Annamária, az ORTT Fidesz által delegált tagja vett részt.

Csontos János szerint pontosan meg kellene határozni a közszolgálat tartalmát, azt, hogy mi ennek a minimuma, tehát hány híradót, egyéb közszolgálati műsort kell sugározni. Szerinte ezt a kereskedelmi tévéknek kellene finanszírozni, és ezután dolgozhatnak profitért.

Borókai Gábor kifejtette, hogy az összesen 65 milliárd forintnyi éves hirdetési összegből 95 százalék a két nagy kereskedelmi csatornához jut el, a többin az egyéb televíziók osztoznak. Kérdés, hogy szabad-e ennyire perifériára szorítani a közszolgálatot, és arra kényszeríteni, hogy részt vegyen a kereskedelmi versenyben. Példaként elmondta, ha a magyar televízióban egy színházi előadás közvetítését háromszázezer ember nézi meg, ami kereskedelmi mércével alacsony nézettségnek számít. „Acél elvtárs helyébe a nézettség lépett” – jegyezte Borókai Gábor.

Szó volt a beszélgetésen arról, hogy a két nagy kereskedelmi televízió koncesszióját rövidesen meg kell újítani, vagy pályázatot kell kiírni. Szalai Annamária elmondta, hogy a hosszabbításhoz véleményük szerint kétharmados többség kellene úgy, mint a pályázatnál, a kormányoldalnak azonban más a véleménye. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, szabályozás

A Duna TV is újabb csatornákat akar

Hamarosan két új csatornát indít a Duna Televízió – jelentette be Cselényi László. A csatorna elnöke, úgy fogalmazott: Európában több a kisebbség, mint a többség. A Duna Televízió szoros kapcsolatot akar ápolni ezekkel a kis népekkel, etnikumokkal, ezért indítja el Autonómia címmel új programját. Cselényi László szerint lassan egyéves uniós tagságunk is

olyan lehetőség, amellyel mindeddig nem tudunk ügyesen sáfárkodni. Ehhez szorosan kapcsolódik másik törekvés, az egységes nemzeti kulturális égbolt megteremtése, amely együtt alkotja gerincét az Unió címmel hamarosan szintén elinduló új Duna Televíziós programnak. Cselényi László bejelentette, a felkészülés körülbelül három hónapot vehet igénybe, az anyagi háttér megteremtéséhez azonban a törvényhozók nagylelkűségére is szükség volna. Az Autonómia csatorna a kisebbségekre fókuszálna, az Unió pedig a holnap magyarságának oktatásáról gondoskodik majd. Pomezansky György alelnök elmondta, a két új csatorna műholdas szórására saját anyagi erejéből egyelőre nem képes a Duna Televízió, arra azonban van mód, hogy szélessávú interneten továbbítsák az adást. Mindkét csatorna támaszkodna az archívumra, és lehetőséget adna arra is, hogy az elkészült magyar filmeket itt mutathassák be – ingyen.

A Duna TV a lehető legolcsóbb módszerrel, az interneten indítja majd az új adásokat. Ráadásul olyan technológiával, amelyet Európában jelenleg csak 50-70 ezren használnak. A vételhez szükséges dekóderek gyártását most kezdték meg, az ára 150-200 euró lesz. A tévé vezetőinek számításai szerint az új technológia rohamosan terjed majd, az egyelőre meglehetősen drága vételi eszköz ára pedig zuhanni fog. A másik reményük, hogy az Autonómia és az Unió bekerül a digitális földfelszíni csatornák közé, bár ez még az optimista verziók szerint is legkevesebb csak egy-két év múlva lehetséges. (Duna Híradó, 2005. 04. 20.; Népszabadság, 2005. 04. 21., 2. old.)

gazdaság, tartalomkínálat

Szükség lenne a „A Nagy Könyv” sikerére

A műsor licencét az MTV 8 millió forintért szerezte meg a BBC-től, majd támogatóul megnyerte a kulturális tárcát is. A köztévé valamivel több, mint 100 millió forintot áldoz a programfolyamra, s hasonló nagyságú összeggel száll be a minisztérium is. A pénzt az MTV-vel szerződésben álló könyvtáraknak juttatják majd el, hogy megvásárolhassák a legjobb 12 közé jutott műveket. Mintegy félmilliárd forintot tett félre a Nemzeti Kulturális Alapprogram is a műsorhoz kapcsolódó későbbi akciók támogatására. Az 1 milliárd forintra kalkulált végösszegeből azonban egyelőre több százmillió forint hiányzik. A szervezők ugyanis számítottak az ORTT pénzére is, ám menet közben kiderült, az idén ilyen célra már nem írnak ki pályázatot (van viszont az ORTT-nek pár százmillió forintos tartaléka, nem kizárt tehát, hogy utólag be lehet majd tömni a program költségvetésében lévő lyukat. A kutatók szerint jól jönne „A Nagy Könyv” sikere, az olvasás ugyanis egyre inkább háttérbe szorul a szabadidős tevékenységek között. Az utóbbi évtizedekben folyamatosan csökkent mind a rendszeres olvasók népességén belüli aránya, mind a könyv- és újságforgatásra szánt idő. Egyes kutatások egészen ijesztő számokat mutatnak: az úgynevezett funkcionális analfabéták – az inkább csak formálisan írni-olvasni tudók – arányát ma 20-25 százalék közé teszik Magyarországon. E kör jellemzően három rétegből kerül ki: az alacsony iskolai végzettségűek, az idősek és a kisközségeken élők közül. Az olvasásra szánt időként jelenleg hétköznap alig pár percről lehet beszélni, s a hétvégén is fél és háromnegyed óra közötti az átlag. A tévézés uralkodó helyzete megingathatlannak látszik: a felnőtt lakosság szabadidejének 60 százalékát áldozza erre. A felnőttek 9 százaléka olvas rendszeresen könyvet, napilapot és folyóiratot: ők főleg a magasan képzett városi fiatalok közül kerülnek ki. A számok e tekintetben is drámai változást mutatnak a megelőző nagy 1985-ös felméréshez képest: akkor ugyanis a „mindenevő” olvasók aránya éppen ennek a kétszeresét, 18%-ot tett ki. Az ezredfordulón pusztán 40 százalék mondta magáról, hogy rendszeresen olvas valamilyen napi- vagy hetilapot, a könyvolvasás mutatói pedig még ennél is rosszabbak. A felnőttek több mint fele tartozott azok közé, akik a felmérést megelőző évben egyetlen könyvet sem olvastak el, ez az arány az 1964-es első felmérés óta egészen a nyolcvanas évek közepéig 40 százalék körül volt. A Magyar Művelődési Intézet és az Akadémia Szociológiai Intézetének közös, 2003-2004-es felmérése pedig azt jelezte, hogy

mindössze a felnőttek egyharmada mondta magáról, hogy úgy olvas valamilyen könyvet, hogy legalább hetente kinyitja. A helyzet a fiataloknál is aggasztó, s mindez nem írható csak a (kereskedelmi) televíziók előretörésének a számlájára. Nagy Attila olvasásszociológus középiskolások között végzett, 2003-ban publikált vizsgálata során azt tapasztalta, hogy a gyerekek 2 százalékanak otthonában egyetlen könyv sincs. A szakképzősöknél ez az arány 7 százalék, a kelet-magyarországi középiskolásoknál pedig már 14 százalék. A diákok persze elvileg rendszeresen olvasnak, főleg iskolai kötelezettségből, s ők a könyvtárak legszorgalmasabb látogatói is. Ám ez a mutató is csalóka: az említett középiskolai felmérés szerint a szakképzősök egynegyede tankönyvön kívül semmit sem olvas, s a gimnazisták negyede is legfeljebb évente egy könyvet a kötelező irodalmon felül. Így nem meglepő, hogy az olvasásszociológiai adatok szerint éles cezúrát jelent az iskola befejezése: sokan akkor gyakorlatilag örökre abbahagyják az olvasást. (HVG, 2005. 04. 02., 105-107. old.)

gazdaság, fogyasztás, fogadtatás

Karcsúsítások a két tévében és a közzádiónél is

Racionalizálásra és átláthatóságra törekednek a közszolgálati műsorszolgáltatóknál. Megreformálják a túlbujánzó szervezeteket. Az idei év a szervezeti és működési átalakítások, az ésszerűsítés, a karcsúsítás jegyében telik a közmédiumoknál. A túlbujánzó szervezetek megreformálását az Országgyűlés szorgalmazta.

Az MTV tervezett szervezet átalakítási modellje már elkészült, a felduzzasztott vezetői gárdát több mint felére csökkentik, éves szinten százmillió nagyságrendű megtakarítást remélve a leépítésektől. Sajtóhírek szerint az MTV reorganizációs terve 700 munkatárs elbocsátásával számol. Jelenleg 1680 belsőt és 700 külsőt foglalkoztatnak a köztévénél. A két ütemben tervezett elbocsátások első hulláma májusra várható, ami a dokumentum szerint 437,6 millióba kerül majd, a második, nagyobb leépítési hullámot szeptemberre datálták. Ez 875,2 millió kiadást jelent. A leépítések révén az első lépcsőben 10, a másodikban további 50 millió forinttal csökkenne az MTV 300 millió havi bérköltsége. A köztévé tavaly összel elfogadott reorganizációs terve szerint 2004-ben 75, az idén 425, míg jövőre 200 munkatársától kellett volna megválni. Tavaly azonban nem volt elbocsátás – a szükséges források hiányában.

A Duna Televíziónál még csak az előzetes felméréseknél tartanak. A Duna Televízió február közepén beiktatott elnöke, Cselényi László is nagyban dolgozik a médium korszerű, európai normáknak megfelelő szervezeti felépítésének kidolgozásán. Pomezanski György innovációs alelnök tájékoztatása szerint az szmsz egy hónapon belül életbe lép, a karcsúsításokat is hamarosan elkezdik. A 480 belsős munkatárs közül körülbelül nyolcvantól válnának meg, ám egy részüket visszafoglalkoztatnák. Az ősze tervezett új műsorstruktúra kialakításán már az új szervezet szerint létrehozott műhelyek munkatársai dolgoznak majd. Előzetes kalkulációk szerint a tévéelnök által tervezett költségcsökkentő intézkedések révén – beleértve a felesleges foglalkoztatást és az indokolatlan műsor- és filmcsomag költségek lefaragását – 1,2 milliárd forintot takaríthatnak meg az idén.

A Magyar Rádiónál csak azután kezdenek racionalizálásba – egy EU-konform szervezet létrehozása érdekében –, ha sikerül elnököt választani. (Népszava, 2005. 04. 21., 9. old.)

gazdaság, társaság

A Magyar Kábelkommunikációs Szövetség közgyűlése

A Magyar Televízió új csatornáiról Kovács György, az ORTT elnöke elmondta, a médiatörvény alapján nem dönthető el egyértelműen, hogy a közszolgálati csatorna indíthat-e újabb adókat. A Testület tagjainak többsége azonban úgy vélekedett, mivel a jogszabály nem zárja ki ennek lehetőségét, az MTV kezdeményezésének a médiahatóság zöld utat ad. Kovács György ugyanakkor hangsúlyozta, hogy a Testület felhívta a figyelmet az ezzel járó finanszírozási kérdésekre. Ezzel kapcsolatban a közösségi jogelvek csupán a versenyt torzító támogatást tiltják. Elképzelhető egy duális rendszer: e szerint a közszolgálati funkciók

közpénzekből fedezhetők, az egyéb kereskedelmi műsorokkal járó kiadások pedig reklámbevételekből. Noha a sajtó már sokat foglalkozott a Demokrácia csatornával, az ORTT-hez eddig nem érkezett meg az adó elindításáról szóló kérelem. Kovács György a digitális átállással kapcsolatban kiemelte, a technológiaváltás csak gazdaságos üzemméret mellett valósulhat meg a kábeliparágban, ehhez a sok kishálózatot össze kell kötni. Az ORTT ennek elősegítése érdekében azt fontolgatja, hogy a jövőben támogatni fogja a rendszerek összekapcsolását is. Az elnök a médiatörvény módosítását jelölte meg a közeljövő legfontosabb feladatának, e nélkül ugyanis nem valósulhat meg az új technológiák elterjedése.

Szalai Annamária másképp vélekedik a kérdésről. A Testület fideszes tagja nem tartja eleve elvetendő gondolatnak az új csatornák megjelenését, de szerinte bizonytalan, hogy milyen forrásból valósítható meg, és úgy látja, meg kell vizsgálni azt is, hogy a kezdeményezés valóban összhangban van-e a közösségi jogelvekkel. Az új közcsatornák bevezetéséhez egy meghatalmazás szükséges, amelyet csak a médiatörvény adhatna meg, ehhez azonban módosítani kellene a jogszabályt. Szalai Annamária úgy véli, versenyjogi problémákat is felvet az új adók megjelenése, mert a hazai tartalomipar egy szereplője önkényesen megváltoztathatja a magyarországi médiapiacot. Az ügynek a must-carry is egy lényeges eleme, hiszen nem tisztázott, hogy a továbbítással járó többletköltségeket vajon kinek kell állnia: az operátoroknak kell lenyelniük ezt az összeget, vagy a díjakban azt továbbhárítva az előfizetőknek. Szalai Annamária ezzel kapcsolatban hangsúlyozta, közös felelősségük a kábelszakmával, hogy a must-carry fogalmát értelmezzék.

Dr. Gönczöl Tünde, a Gazdasági Versenyhivatal Infokommunikációs Irodájának vezetője ismét felhívta a figyelmet arra, hogy a GVH munkáját megkönnyítené, ha a szolgáltatók egyértelműen szétválasztanák a hálózatok fenntartásával kapcsolatos költségeket – amelyeket a hatóság nem von kétségbe – és a szolgáltatások díjait. Az idei vizsgálatokról az irodavezető elmondta, egy olyan esetről már tudnak, amikor az operátor csak együtt tette elérhetővé hálózatán a kábeltelevíziót és az internetet. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 13.old.)

fesztivál, szabályozás, gazdaság

Digitális start 2007-ben

A magyar kormány március 2-i ülésén megtárgyalta és elfogadta a földfelszíni digitális televíziós műsorszórásra való átállás stratégiai célkitűzéseiről és az elsődleges kormányzati feladatokról szóló előterjesztést. E szerint a kormány elsődleges feladata a szolgáltatás elindítását lehetővé tevő szabályozási környezet kialakítása és a szükséges frekvenciák biztosítása. A tervek szerint a szolgáltatás 2007-ben indulhat el az ország sűrűn lakott területein. A fokozatos kiterjesztést követően az analóg műsorszórás teljes leállítása 2012-re várható.

A DVB-T elindításával kapcsolatban alapvető kérdés az állami szerepvállalás mértéke. Megoszlanak a vélemények arról, hogy az állam lehet-e finanszírozója, indirekt vagy közvetlen támogatója: a kormányhatározat-tervezet jelenleg az állami szerepvállalás „minimum-verzióját” tartalmazza. A szolgáltatóknak és/vagy a felhasználóknak (például a digitális vételhez szükséges set-top-boxok beszerzéséhez) nyújtott támogatásokat a kormányzat a következő néhány évben nem tervez. A fiskális támogatást az EU amúgy sem nézi jó szemmel: Németországban és Svédországban Brüsszel már vizsgálatot folytat a műholdas és kábeles szolgáltatók által sérelmezett támogatások kapcsán. Az ügy lezárásáig az Unióban minden, a földfelszíni digitális műsorszóráshoz kapcsolódó állami támogatást befagyasztanak. A kábelszolgáltatók üdvözlnek, hogy az anyagban konkrétan is szerepel: a digitális televíziózáshoz szükséges állami támogatás csak technológia-semleges módon biztosítható, ám kifogásolják, hogy az előterjesztés kifejezetten a földi digitális sugárzás elindításának módját részletezi és nem ad átfogó koncepciót, pedig a háztartások vételi mód szerinti megoszlását tekintve a kábeltelevíziót elérők aránya a legnagyobb, 60 százalék. A

UPC az év második felétől tervezi elindítani a digitális műsortovábbítást. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 8.old.)

EU, gazdaság, szabályozás, technológia

„A magyar film ... a legdrágább a világon”

„Szükség van arra, hogy ne kiszolgáljuk, hanem alakítsuk a közízlést. A Filmmúzeum [csatorna] működése és sikere, mutatja azt, hogy egy olyan dolog, amiért sokan egy fabatkát sem adtak volna, a mai napig virágzik és működik, és komoly rajongótábora van” – mondja Prokopp Dóra. „Sokan úgy gondolták, azért indítottuk ezt a csatornát, mert a magyar filmeket nagyon olcsón lehet megszerezni. Ez egy nagyon nagy tévedés. A magyar szerzői jogok úgy alakultak az elmúlt években, hogy irgalmatlan nagy jogterhekkkel jár, ha ma egy magyar filmet műsorra tűzünk. Legyen szó nagy játékfilmről, vagy bármilyen televíziós anyagról. Létezik két olyan társaság, vagyis előadó-, jogvédő intézet, akiknek a tarifaterhei a sokszorosára emelik a magyar filmek sugárzási jogát. (...) nincs rá keretünk, hogy megvegyük a leges legdrágább magyar pillanatok.” (Szabi, 2005. 04. 12., 10. old.)

fogadtatás, gazdaság

Blikk, Sikk: új női hetilapok

Nemzetközi trendeket követve új női hetilapok jelentek meg a magyar piacon, miközben a kiadók és a hirdetők is e terület kínálatának további bővülésére számítanak. A Blikk Nők a Ringier Kiadó Kft. és a német Bauer Verlag GmbH közös tulajdonában lévő Euromédia Bt. gondozásában jelenik meg, a Sikk pedig a Sanoma Budapest Kiadói Rt. kiadványa. Az alacsonyabb árkategóriájú női magazinok piaca Kelet- és Közép-Európában nagyon gyorsan bővült a közelmúltban. Magyarországon ugyanakkor jelenleg egyetlen lap képviseli csak ezt a piaci területet. Az nem valószínű, hogy az új hetilapok a magyarországi piacot gyökeresen át fogják alakítani.

Magyarországon az alsó kategóriás lapok egy eddig kihasználatlan, új piaci rést céloznak meg, az új olvasók mellett pedig arra számítanak, hogy sokan második lapként fogják vásárolni őket. A Blikk Nők elindítását 350 millió forintos reklámkampány támogatja. A lap országosan terjesztett példányszáma 250 ezer és 350 ezer között alakul, 2005-ben pedig heti 150 ezer példányt szeretnének eladni.

A szintén országos terjesztésű Sikk 160 ezres terjesztett példányszámmal és 59 forintos bevezető árral indul. Később a lap árát 79 forintra emelik majd. A Blikk Nők ezzel szemben 49 forintba kerül. (Budapest Business Journal, 2005. 04. 11.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Számok tükrében: bérfilmgyártás Kelet-Európában

Felfedezték az amerikai és a nyugat-európai filmstúdiók Kelet-Európát: a kilencvenes évek elejétől fogva Csehországot és Magyarországot választották előszeretettel forgatási helyszínül, ám az utóbbi években hasonló megfontolásokból lényegesen megnőtt az érdeklődés Románia iránt. A három ország versenyében az ezredfordulón még megkérdőjelezhetetlennek tűnt a magyarországihoz hasonlóan tekintélyes filmes hagyományokkal büszkélkedő Csehország elsősége. Csehországban az idő tájt a külföldi filmstúdiók – az Európai Audiovizuális Intézet adatai szerint 20 filmet forgattak, ami mintegy 15 ezer embernek adott munkát, és 7,5 milliárd koronányi bevételt hozott. A külföldi filmek készítésében Csehországot előbb Magyarország, majd 2002-től fogva Románia is beérte, mígnem utóbbi mindkettőt megelőzte. A romániai filmgyártáson nagyot lendített, hogy a hollywoodi Miramax filmstúdió, bár eredetileg a prágai Barrandovban akarta forgatni amerikai polgárháborús filmjét, a Hideghegyet, végül a 30-35 százalékkal alacsonyabb költségű bukaresti Castel filmgyárat választotta, amely 100 millió eurót keresett a „filmés bér munkán”. (HVG, 2005. 04. 16., 39. old.)

gazdaság, fogadtatás

Nobilis Kristófé az egész Index

Immáron 100 százalékban Nobilis Kristóf érdekkörébe került az ismert hírportált üzemeltető Index.hu Rt., miután az üzletember a napokban a tavaly óta meglévő 49 százalékos pakettje mellé megvásárolta a fennmaradó 51 százalékot. Az eladó a Wallis érdekkörébe tartozó ciprusi Fleminghouse Ltd., illetve a magántulajdonosokat képviselő, szintén offshore státusú Romnio Ltd. volt. Már a 49 százalék tavalyi eladásakor rebesgették, hogy az üzletember elővételi jogot szerzett a fennmaradó 51 százalékra, amit bizonyítani látszik, hogy míg a kisebbségi pakettért a hírek szerint tavaly egymilliárd forint körüli összeget fizetett, addig a többségi részvényt most már csak 600 millió forintot kellett adnia. A szerződés értelmében az rt. vezérigazgatója továbbra is Mucsi György, a portál főszerkesztője pedig Uj Péter marad. (Népszabadság, 2005. 04. 12. 13. old.)

gazdaság, társaság

Indul az AH privatizációja

Az ÁPV igazgatósága mai ülésért nyilvános, kétfordulós pályázat kiírásáról döntött az Antenna Hungária (AH) 75 százalék plusz egy szavazati jogot megtestesítő részvénytulajdonosainak értékesítésére.

Az ÁPV kiadta a mandátumot az AH mai közgyűlésére is. A többségi tulajdonos képviselője a közgyűlésen indítványozza, hogy a társaság egy részvényre vetítve 460 forint osztalékot fizessen ki tulajdonosainak. Az AH tavaly 11,67 milliárd forint adózott eredményt ért el, szemben a 2003. évi 155,6 millióval. A cég nettó árbevétele 2004-ben 26,93 milliárdra nőtt. (Világgazdaság, 2005. 04. 08., 1. old.)

gazdaság, társaság

Szabályozás

Internet a villamoshálózaton

Az Európai Bizottság közzétette a villamoshálózaton át történő internetezés jogi kereteire vonatkozó ajánlását.

A szakértők szerint ezzel lehetővé válik az, hogy az új technológia, amelynek próbaüzeme már 2001 óta folyt mintegy 40 országban, gyors fejlődésnek induljon. A bizottság azt reméli, hogy a szélessávú internetezésnek olcsóbb, egyben még több háztartásba jutó lehetősége jön létre. A lakások villamosvezetékén keresztül jutnak az internetjelek a vevőkészülékhez az új fejlesztések eredményeképpen úgy, hogy a jelek nem zavarják a rádió- és a televízió-vételi viszonyokat. A felhasználóknál igen egyszerű a szükséges átalakítások elvégzése: az alig egy órányi munkát jelent, és a mai szélessávú szolgáltatásokkal lényegében azonos áron megteremthető az új internetezési lehetőség.

Európában Németországban, Spanyolországban és Ausztriában csatlakoztak a legtöbben az „áramos” kísérleti internethez. Ausztriában 37 ezer háztartást kötött be a Linz AG, amely mellett a Tiwag is terjeszti a rendszert. Az új technológia vonzó lehet azokon a távol eső területeken, ahol a háztartások száz százalékát rákötötték a villamoshálózatra. (mtv.hu, 2005. 04. 08.)

EU, fogyasztás, gazdaság, szabályozás, technológia

Panaszbizottsági határozatok

Az ORTT Panaszbizottságának eljáró tanácsa egy korábbi panasz alapján megvizsgálta a Csaó, Darwin című, Bochkor Gábor vezette vetélkedőt. Kifogásolták, hogy a műsorszám előtt, a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényből kiolvasható törvényhozói szándéknak megfelelően, indokolt lett volna a közönség figyelmét előzetesen felhívni arra, hogy a nézők táplálkozási szokásaira tekintettel, az élő hernyó fogyasztása, mint a vetélkedőben szereplő feladat, alkalmas a nyugalom megzavarására.

Az ORTT Panaszbizottságának 8. sz. eljáró tanácsa megvizsgálta a Sláger Rádió Műsorszolgáltató Rt. 2004. március 11-én sugárzott Bumeráng műsorát, és megállapította, hogy volt egy kifogásolt rész, mely sértette a fogyasztókkal élőket. A műsorvezetők ugyanis azon is élcelődtek, hogy nem véletlen, hogy az általuk tévesnek tartott számítás alapján gazdaságtalannak ítélt környezetvédő napelemet „értelmi fogyatékosok”-nak lehetett eladni.

Az ORTT az alábbi közleményt adta ki: „A fogyasztókkal élőket sértő műsor nem felel meg a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényből kiolvasható törvényhozói szándéknak, amely szerint a műsorszolgáltatás nem irányulhat semmilyen kisebbség megsértésére. Az eljáró tanács hangsúlyozza, hogy a műsorszolgáltatás szabadságának megengedhetetlenül széles korlátozását jelentené az, ha akár sokak szerint is valamely közösségre sértőnek talált műsorok ellentétesnek minősülnének az említett törvényhozói szándékkal. Az eljáró tanács meggyőződése szerint a fenti korlátozás csak kivételes, különösen indokolt esetben alkalmazható, akkor, amikor a műsorszolgáltatás egy kisebbség célzatos megsértésére irányul. Ilyen kivételes esetnek ítélte az eljáró tanács a kifogásolt műsorszám-részletet, figyelembe véve azt is, hogy a műsor a fogyasztókkal élők kiszolgáltatott kisebbségét sértette.” (origo.hu, 2005. 04. 08.)

szabályozás

Nem ízléstelen a Domestos reklám

Állampolgári bejelentésre az ORTT Panaszbizottsága megvizsgálta az M-RTL Televízió Rt. műsorán 2005. március 3-án 08.50-09.00 óra között sugárzott „Domestos” reklámot, ami panaszos szerint ízléstelen és visszataszító, gyerekek számára félelmet keltő.

A Panaszbizottság megállapította, hogy a panasz megalapozatlan, és a kifogásolt reklám nem állt ellentétben semmilyen a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényből

kiolvasható törvényhozói szándékkal. (stop.hu, 2005. 04. 01.)

szabályozás

A Panaszbizottság szerint Kudliknak csak a pályája releváns

Az M-RTL Televízió Rt. 2005. április 7-én sugárzott „Házon kívül” c. politikai-közéleti magazin résztvevője Kudlik Júlia volt. Az ORTT Panaszbizottsága szerint a televízió törvényt sértett, mikor a riporter a tévábemondót pártvonzalmáról kérdezte.

A kérdező riporter arra építette fel műsorát, hogy megtudakolja miként jutott el a Fidesz-MPSZ programjainak műsorvezetői pozíciójába. A kérdések tendenciája túlnőtt a természetes riporter kíváncsiságon – véli a Panaszbizottság. A riporter félreérthetetlenül arra volt kíváncsi, hogy partnere miképpen viszonyul a Fidesz elnökéhez és magához az ellenzéki párthoz. Tekintettel arra, hogy az említett műsorszám politikai tartalmú magazin, az eljáró tanács kénytelen volt eltekinteni attól, hogy a beszélgetés a portré műfajába illik. A riporter nem arra volt kíváncsi, hogy a bemondó milyen pályát futott be, hanem azt tudakolta makacs és következetes lendülettel, hogy milyen a pártvonzalma. Ez még portréműsorban sem illő riporter magatartás - írja a közlemény. E tevékenységével a „Házon kívül” c. műsor riportere megsértette a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvénynek a tárgyszerűségre és a pártatlanságra vonatkozó alapelveit – szól a PB közleménye. (hvg.hu, 2005. 04. 29.)

szabályozás

A beteg pápán viccelődtek – Súlyosan sértő volt a Juventus Rádió áprilisi tréfája

A Juventus Rádió április 1-jén sugárzott „Juventus Reggel” c. műsorában áprilisi tréfaként hozták szóba a „Pápa húsvéti beszédét”, amely a Szentatya betegségének ismeretében súlyosan sértette az emberi és vallási érzékenységet – foglalt állást az ORTT Panaszbizottsága.

Az eljáró tanács szerint a kifogásolt műsorszám nem felelt meg a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényből kiolvasható törvényi szándéknak, mert a panaszos által sértőnek tartott vicc valóban sokak vallási meggyőződését sérthette, és erre a hallgatók figyelmét előzetesen nem hívták fel - áll a lapunkhoz eljuttatott közleményben.

Az ORTT szerint a kifogásolt műsort illető ízlésítélet megfogalmazása nem tartozik a hatáskörébe. Az eljáró tanács egyik tagja az alábbi párhuzamos véleményt fogalmazta meg, amely az eljáró tanács egyhangúan megfogalmazott véleményével együtt nyilvánosságot kíván: Az eljáró tanács véleményét megalapozó törvényi alapelv mellett a törvényhozónak a vallási vagy más alapon azonosítható kisebbség/többség védelmét szolgáló szándéka a törvény 3. paragrafus (2) és (3) bekezdéseiből is kiolvasható. Emiatt is erősen kifogásolhatónak tartom, hogy a műsorban elhangzott vicc célba vette a súlyos betegségében is a híveit szolgáló egyházfőt, és ezzel egyúttal a beteg emberek korlátozottságát is sértő módon illette. A beteg ember emberi jogait is sérti, ha emberi korlátozottságát vicc/gúny tárgyává téve, vele szemben bárki is nem a megértésre, hanem a negatív érzések felkeltésére törekszik. Különös jelentősége van egy ilyen esetnek akkor, ha azt egy nagy nyilvánosságot élvező műsorszolgáltató követi el – fogalmaz a Panaszbizottság közleménye. (hvg.hu, 2005. 04. 21.)

szabályozás

Szigorúbb lett az ORTT?

Az utóbbi években negyvenszeresére nőtt a kereskedelmi csatornákra kirótt bírságok összege. Vajon az egyre fokozódó nézettségi verseny következtében nőtt a törvénysértések száma, vagy az ORTT szigorított?

A kereskedelmi televíziózás rövid története során évről évre nőtt az ORTT által kiszabott bírságok száma, sőt a büntetések nagysága is meredeken emelkedett. Például 2000-ben az ORTT Műsorfigyelő- és Elemző Igazgatóság a megvizsgált műsorórak egyharmadában talált jogsértést, 2004-ben pedig már minden második órára jutott egy bírság, ráadásul tavaly már több mint 1,3 milliárd forint kötbért szabott ki az ORTT csak az országos kereskedelmi

csatornákra, miközben 1998-ban, a kereskedelmi tévék első teljes működési évében a bírságok összege éppen hogy meghaladta a tizenötmillió forintot.

Az ORTT a két nagy kereskedelmi televízióra évenként a következő kötbér szankciókat szabta ki:

	TV2	RTL Klub
1998	15.008.000	803.000
1999	19.890.000	19.673.500
2000	94.489.000	47.849.800
2001	35.053.428	22.955.086
2002	40.911.026	48.691.868
2003	127.077.652	287.545.948
2004	473.820.943	833.087.999

Tavaly a magyar filmalkotások támogatására vonatkozó szabályozás megsértése miatt rótták ki a legnagyobb kötbért a testület, hiszen a Tv2 és az RTL Klub is 300 millió forintos számlát kapott a törvény megsértése miatt. Mindkét csatorna a bíróságon támadta meg a döntést, és az ügy bonyolultságát jól jellemzi, hogy a per egyik legfontosabb alakja Grétsy László nyelvész, aki szakértői véleményében megállapítja, hogy mire is vonatkozik a törvényben az a bizonyos „ez” mutató névmás. Az ORTT viszont úgy tartja, hogy a kereskedelmi csatornáknak igen is fizetniük kell, amiért a törvény szövegét kicsavarva inkább naponta jelentkező szappanoperára és bulvárhíradóra költöttek abból az összegből, amiből a magyar filmgyártást és a vizuális kultúra ápolását kellett volna támogatniuk.

Az ORTT a reklámidő-túllépés miatt is jelentős bírságokat ró ki, az RTL Klubnak például jelenleg is 180 millió forintnyi peresített, és ezért még ki nem fizetett büntetése van a médiahatósággal szemben. Általában nem azért büntetik meg az országos kereskedelmi csatornákat, mert túl sok reklámot sugároznak, hanem mert rosszul osztják el azokat, hiszen az igen szigorú magyar szabályozás szerint bárhogy számolt egy órában csak tizenkét perc lehet a reklám. Az Index információi szerint ez a rendszer annyira eltér az európai gyakorlattól, hogy a jogsértést felügyelő szoftvert is újból kellett programozni.

„Majd minden esetben az élő műsor miatti csúszásokra vezethető vissza a reklámidő-túllépés, a napi 15 százalékos kvótát azonban egyetlen egyszer sem léptük át” – mondta el Kolosi Péter, az RTL Klub programigazgatója, aki szerint az ORTT annak ellenére nagy összegű bírságokat szabott ki, hogy a csatornának egyértelműen nem származott többletbevétele a reklámidő-túllépésből. (index.hu, 2005. 04. 08.)

gazdaság, szabályozás

Mi számít közszolgálatinak?

Mi minősül közszolgálati műsornak? A médiahatóság 480 millió forintra büntetné az RTL Klubot, mert a tévé a 2004-es évről szóló beszámolójában több olyan műsort sorolt a közszolgálati kategóriába, amelyik valójában nem az.

Miután az RTL a szerződésében azt vállalta, hogy naponta teljes műsoridejének 32 százaléka, esti főműsor-idejének pedig 36 perce lesz közszolgálati, ennek nem teljesítése esetén minden hiányzó percért több mint egymillió forinttal büntethető. A médiatörvény kevés fogódzót ad a vita eldöntésére. A jogszabályban felsorolt példák között vannak például a gyerekműsorok, ugyanakkor az RTL esetében a büntetés előkészítői nem sorolták ide a hétvégénként reggel sugárzott rajzfilmeket. Ugyanez a helyzet az Iker-show, illetve az Ország tesztje, A nagy évisméltés esetében is. Márpedig egy-egy ilyen hosszabb műsor utólagos besorolása befolyásolja, hogy az RTL teljesíti-e vállalásait. Az adatokat ugyanis a hatóságnál nem átlagolják, hanem minden napot külön-külön vizsgálhatnak. Ahány perccel kevesebb a teljesítés a vállalásnál, annyiszor több mint egymillió forint a büntetés. Így jött

össze az RTL-nek 300 millió a Szeress most! hazai gyártású sorozatból. Az ORTT apparátusa dönti el, hogy mi közszolgálati és mi nem.

Korábban a TV2-t elmarasztalták ilyen indoklással. Miután a kereskedelmi tévé többször sem tudta teljesíteni azon vállalásait, amelyeknek döntő részben a frekvencia elnyerését köszönhette, a hatóság engedélyezte az arányok csökkentését. Ha a mostanihoz hasonló szigorral járt volna el a testület, akkor a TV2-nek majdnem egymilliárd forintot kellett volna fizetnie. (nol.hu, 2005. 04. 07.)

fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Nyert az Expressz a védjegybitorlási perben

Az Inform Média Kft. lapbejegyzési kérelmekkel fordult a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumához. A Minisztérium határozataival megtagadta a Debreceni Expressz és a Nyíregyházi Expressz című lapok nyilvántartásba vételét. Az Inform Média Kft. a fenti lapok terjesztését a bejegyzés hiányában kezdte el 2004 márciusában. Az Expressz Magyarország Rt. (mint felperes) védjegybitorlás címén keresettel fordult a Fővárosi Bírósághoz.

A Fővárosi Bíróság határozatában ideiglenes intézkedéssel eltiltotta az Inform Média Kft.-t (mint alperest) a perbeli lapok forgalmazásától, elrendelte azon lapok lefoglalását. Ezen rendelkezések – a Bíróság döntése szerint – fellebbezésre tekintet nélkül előzetesen végrehajthatók voltak. A Hajdú-Bihar Megyei Bíróság a tisztességtelen piaci magatartás megállapítása ügyében az Expressz által ugyancsak az Inform Média ellen indított peres eljárása során hozott ítéletében megállapította, hogy a lapok ilyen címek alatti kiadásával, valamint a szolgáltatásának „expressz” megjelölés alatt történő ajánlásával az Inform Média tisztességtelen piaci magatartást követett el és a további jogsértéstől eltiltotta. A Fővárosi Ítélet tábla 8.Pkf.25.997/2004/3 sz. alatti jogerős végzése szerint az Expressz Magyarország Rt.-nek mint felperesnek, az Inform Média Kft. mint alperes ellen védjegybitorlás megtörténtének megállapítása és jogkövetkezményeinek alkalmazása iránt indított perében, „az elsőfokú bíróság helytállóan állapította meg, hogy az ideiglenes intézkedés feltételei fennállnak, ezért...tiltotta el az alperest a további jogsértéstől és rendelkezett a jogsértő termékek lefoglalásáról.” „A végzés ellen fellebbezésnek nincs helye”.

szabályozás

Rekordösszegű kártérítés várható spamelés miatt

Az Egyesült Államok igazságügyi minisztériumának floridai irodája most először kezdeményezett peres eljárást az állam nemrég ratifikált antispam törvényének alkalmazásával. A hatóságok azzal vádolnak két férfit, hogy olyan online üzleti vállalkozást működtettek, mely e-mailes csaláson alapult. Scott J. Filary és Donald E. Townsend elektronikus levélküldési akciója következtében legalább 65 ezer félrevezető e-mail jutott el különböző internetezőkhöz; mindez már 2003 óta halmozódik.

A 25 és a 34 éves amerikai férfiak a fenti mennyiség kétharmadát azóta produkálták, hogy az államban 2004. július 1-jén életbe lépett az elektronikus üzeneteket szabályzó helyi törvény, a Florida Electronic Mail Communications Act. A két elkövető – ha bebizonyosodik bűnösségük – 24 millió dolláros kártérítés elé nézhet, ami az egyik legnagyobb összeg, amiről ilyen esetekben valaha is szóba került. A lassan egy éve alkalmazásban levő törvény – hasonlóan a szövetségi Can-Spam Act névre hallgató szabályozáshoz – ugyanis minden egyes nem kívánt vagy megtévesztőnek bizonyult e-mail után kártérítésre kötelezi a vétke(s)ket: floridai lakosokhoz eljutott spamenként 500 dollárra. Súlyosbítja a büntetési tételt, hogy nem egyszerűen nem kívánt elektronikus levelet küldtek szét, hanem illegális szolgáltatásokat népszerűsítettek. (terminal.hu, 2005. 04. 06.)

gazdaság, szabályozás

Nem adják el a Mafilm-et

Noha az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő (ÁPV) Rt. eredetileg eladásra szánta a Mafilm Rt.-t és a Filmlaboratórium Kft.-t, a két céget mégsem privatizálják – jelentette ki

László Boglár kormányzóvivő.

A kormány a privatizáció helyett, az alapítványi kezelésben lévő filmszakmai vagyont és a társaságokban megtestesülő vagyont közösen kezelő szervezetet hoz létre. A vagyongazdálkodó szervezetben a Magyar Mozgóképi Közalapítvány rendelkezik majd többségi tulajdonnal.

Az államot a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma fogja képviselni a társaságban, a minisztérium rendelkezni fog az állami ellenőrzéshez szükséges tulajdoni hányaddal – húzta alá László Boglár.

Tizenöt éves patthelyzetet számol fel a kormány, amikor elveti a Mafilm és a Filmlaboratórium privatizálását. A döntés korántsem „piacellenes”, de új kérdéseket vet fel. Az MMK főtitkára most még korainak tartotta arról beszélni, milyen szervezeti formában történhet majd a két filmszakmai cég újjászervezése (és erről egyetlen érintett sem nyilatkozott). Jelenleg ugyanis a Mafilm Rt. 86 százalékban ÁPV Rt.-tulajdon, a fennmaradó rész az MMK-é. A Filmlaboratórium Kft. helyzete bonyolultabb: a társaság a privatizációs szervezeté, az értékes budai, Budakeszi úti ingatlan pedig alapítványi tulajdon. Ezekben a tulajdonrészekben kell tehát a közalapítvány többségi irányítását megoldani úgy, hogy az állam „se tegye ki a lábát”, képviselőiben azonban nem az ÁPV Rt., hanem a kulturális tárca kapjon tulajdoni hányadot. Filmszakmai körökben úgy vélik, a legegyszerűbb megoldás az lenne, ha a privatizációs szervezet átadná vagyonrészét a közalapítványnak, a továbbiakban pedig az MMK hozna létre olyan társaságot, amelybe bevinné a minisztériumot. Ezután közalapítványi pénzekből feljavítanák a cégeket, majd jöhetne a külső tőkebevonás – a technikai feltételek korszerűsítése, bővítése – filmszakmai felügyelettel. Így nem fordulhatna elő, hogy a magyar filmgyártás esetleg kiszoruljon a magánkézbe kerülő Mafilmből.

(fn.hu, 2005. 04. 05. és nol.hu, 2005. 04. 07.)

szabályozás, társaság

A svédok büntetnék a fájlcsereelőket

A svéd kormány nemrég egy olyan törvényjavaslatot dolgozott ki, amely nem csupán a szerzői jogvédelem alá eső anyagok internetes közzétételét, hanem azok letöltését is büntetné. A skandináv ország igazságügyi minisztere szerint a törvénymódosításra azért van szükség, hogy az emberek megtanulják, mi legális és mi nem – írja az AFP.

A széles sávú hozzáférések számát tekintve az európai élbolyba tartozó Svédországban komoly problémát jelent a kalózkodás. A jelenség ellen aktívan küzdő hivatal, az Antipiratbyrån vezetője szerint az ország 9 millió lakosából legalább félmillió használ fájlcsereelő szoftvereket filmek, zeneszámok és szoftverek illegális letöltésére vagy megosztására. Évente nagyjából 15 millió példányra rúg az internetről jogtalanul letöltött filmek száma. Az országban egymillió lakosra 7000 lefülelt illegális tartalmamegosztás jut évente, ez a szám pedig messze meghaladja az EU-átlagot, amely csupán 2000. A számok azonban nem győztek meg mindenkit a törvénymódosítás szükségességéről. Három ellenzéki párt már előre jelezte: nem szavazzák meg május 25-én parlament elé kerülő javaslatot, nem hiszik ugyanis, hogy a letöltések büntetése jelentené a megoldást. (itnews.hu, 2005. 04. 04.)

szabályozás, EU, fogyasztás

A pápa halála – ORTT: törvénysértő az MTV megkésett halálhíre

A médiatörvény több követelményének sem felelt meg a pápa halálhírének késedelmes bejelentésével a Magyar Televízió.

Az ORTT azt állapította meg, hogy a Magyar Televízió mindkét csatornájának adásai megsértették a médiatörvényben foglalt időszűrés, valamint az átfogó és pontos tájékoztatás követelményét.

Az egyes csatorna két perccel tíz óra után tájékoztatta felirat formájában nézőit a pápa haláláról, műsorát azonban „csak jóval később”, 24 perc múltán szakította meg.

„Az RTL Klubbal és a Duna Televízióval ellentétben az MTV1 nem alakította át műsorstruktúráját – eredeti tervei szerint meg sem szakította volna a Kongó című

szórakoztató akciófilmet” – közölte Vékony Éva szóvivő, megjegyezve, a kettes csatorna a hír közlésére „a vizsgált időszakban egyetlen percet sem szánt műsoridejéből”. (index.hu, 2005. 04. 07.)

szabályozás

Változtatni kell a filmalapítványt – vélik két produceri szervezet képviselői

Szinte minden évben indulatos viták tárgya a Magyar Mozgóképi Közalapítvány (MMK) – a nagyjátékfilmekre szánt támogatások elosztása után. Az idei eset abban kivétel, hogy ezúttal botránnyá dagadt a tiltakozás.

A mintegy 50-60 magánproduceri irodát tömörítő két szervezet, a Független Producerek Szövetsége (FPSZ) és a Magyar Producerek Szövetsége (MPSZ) képviselői abban egyetértenek, hogy az MMK sok tekintetben önmagát túlélt szervezet, noha az önkormányzatiságot, a közalapítványi formát egyikük sem kérdőjelezi meg. A magánszektorban azonban nincs képviselője a közalapítvány alapítói körében, ahol a régi állami stúdiók emberei ülnek. Az elosztásról szólva Sipos Áron a túlhaladott rendező-központúságot kárhoztatja. A támogatások odaítélésénél gyakran még mindig a rendező neve számít, és nem a gyártó szakmai hitele, eredményei.

Amit leginkább hiányolnak, és amit a tavaly év elején hatályba lépett filmtörvény megígért, de nem teljesült, az a normatív támogatás: az itthon sok nézőt vonzó és/vagy nemzetközi elismerést kiváltó filmek alkotói pályázat nélkül kapnának egy bizonyos összeget következő filmjükhez. Ez a támogatási forma külföldön már régen bevált. Hazai feltételeit azonban csak mostanra tette közzé az MMK.

Az ügyben megszólalók ugyanakkor nem értenek egyet azzal, hogy az állami támogatást kizárólag vagy túlnyomórészt ebben a formában kellene folyósítani. Ha csak az itthoni nézőszámot vesszük, a jelenkori magyar film egyik nemzetközileg legismertebb rendezője, Tarr Béla sosem kaphatna támogatást - jegyzi meg egyikük. A művészfilmek, a kezdő alkotók, az automatikus támogatásból kiesett gyártók, továbbá a dokumentum- és ismeretterjesztő, valamint kisfilmek finanszírozása miatt a forgatókönyv alapján történő támogatást is fenn kell tartani. A műfajok támogatásának kialakított arányait azonban nem tartják be az MMK-nál, sokan panaszkodnak: a játékfilmesek a legerősebb érdekvérvényesítők, ők kapják a támogatások a javát. Az MMK hibái mellett a mostani feszültség egyik fő okaként említik, hogy az ígérthez, a várthoz képest felére esett vissza az állami támogatás (3,3 milliárd forint). Két év után ismét bizonytalan helyzet alakult ki a filmszakmában, megint nem lehet tervezni.

Az MMK-támogatásokból legtöbbet kapott játékfilmgyártók 1998-2004:

Gyártó cég	Vezető	Megítélt támogatási összeg
Eurofilm Stúdió Kft.	Miskolczi Péter	740 millió
TT. Filmműhely Kft.	Tarr Béla	460 millió
Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	84 millió (sic!)
Új Budapest Filmstúdió Kft.	Kántor László	330 millió
Hunnia Filmstúdió Kft.	Sándor Pál	370 millió
Tivoli-Filmprodukción Kft.	Szekeres Dénes	330 millió
Inforg Stúdió Kft.	Muhi András	300 millió
Katapult Film Kft.	Angelus Iván	270 millió
Focus Film Kft.	Sipos Áron	250 millió
Honeymoon Films	Nyeste Péter	250 millió

(nol.hu, 2005. 04. 29. és 30.)

érdekképviselet, fogadtatás, gazdaság, szabályozás

Bush új fájlcsere-elleni törvényt szentesített

George Bush amerikai elnök aláírásával szentesítette azt az új törvényjavaslatot, amely a szigorúbb büntetések kilátásba helyezésével a fájlcsere-elleni törvényt végző internetezőket hivatott elrettenteni.

A törvény értelmében akár három év börtönnel sújtható az a személy, aki egy még hivatalosan ki nem adott filmet terjeszt a világhálón – legyen az akár egyetlen példány. A „Family Entertainment and Copyright Act” névre keresztelt törvény – a filmstúdiók és zenei kiadók által meghirdetett hadjárat újabb lépése, amely ezúttal a népszerű filmeket megosztó fájlcsere-elleni irányul.

A javaslat korábban meglehetősen nagy vitákat váltott ki. A többség egyetért abban, hogy a most megszavazott törvény általánosságban véve az 1997-es jogszabály kiegészítésének tekinthető, és alapjában véve nem tartalmaz elődjénél szigorúbb előírásokat. (sg.hu, 2005. 04. 29.)

szabályozás

Az európai filmörökség

Az Európai Parlament kulturális bizottsága elfogadta Hegyi Gyula „Az európai filmörökség védelme” címmel készített jelentését, majd megszavazta jogszabályjavaslatát.

Hegyi kijelentette: „Az amerikaiak állandóan támadják a világkereskedelmi fórumokon és más helyeken az európai országokat azért, mert államilag támogatják a filmgyártást. A jogszabály alapot teremtene arra, hogy a kormányok támogathassák a filmgyártást, amely az unióban nagyon helyes gyakorlat.” Hegyi Gyula a jelentéssel kapcsolatban elmondta: Magyarországon, akár a könyvek esetében, a filmeknél is van köteles példány, és ő ezt az archiválási rendszert szeretné kötelező jelleggel az egész unióban bevezettetni azért, hogy Európa filmes öröksége fennmaradjon. Az unióban ugyanis vannak országok, ahol az archiválás önkéntes alapon történik. (Magyar Nemzet, 2005. 04. 22., 15. old.)

szabályozás, EU

Próbára bocsátották a Gyurcsányt rágalmozó újságírókat

Nem jogerősen egy év próbára bocsátotta ítéletében a Pesti Központi Kerületi Bíróság Török Lászlót, a Magyar Nemzet újságíróját, mert egy 2003-ban megjelent cikkben megrágalmazta az akkor még sportminiszter Gyurcsány Ferencet és cégét.

A miniszterelnök által sérelmezett kijelentés az volt, hogy több személy és cég „...és a Gyurcsány Ferenc sportminiszterhez köthető Altus Befektetési Rt. szintén a K and H Equities sikkasztásának sértettje, vagy ahogyan Pokorni Zoltán, a Fidesz alelnöke fogalmazott, csalásban részt vett elkövetők”. (hvg.hu, 2005. 04. 26.)

szabályozás

A Springer megvenné a ProSieben-Sat.1 csoportot

A Springer ki szeretné vásárolni a ProSiebenSat.1 részvényeket két évvel ezelőtt felvásárló amerikai Haim Saban média mogul. A Springer maga 12 százalékos pakettel rendelkezik. A Saban pakett iránt már a News Corp, a Disney és a Viacom is érdeklődött.

A Süddeutsche Zeitung értesülése szerint Mathias Döpfner, a Springer ügyvezető igazgatója 1,5 milliárd eurót kész adni az 50 százalék feletti tulajdonrész megszerzéséért.

A Springer már 20 éve igyekszik kibővíteni televíziós érdekltségét, hogy szélesítse jelenlétét a német média piacon. Legnagyobb bázisa jelenleg a 12 milliós példányszámú Bild napilap. Próbálkozásait a felügyeleti hatóságok rendre kisiklatták, megakadályozandó, hogy a konzervatív média csoport túlzott hatalomra tegyen szert a német közvélemény befolyásolásában. (hvg.hu, 2005. 04. 19.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás, társaság

Veszteséges lapoknak hoznának létre sajtóalapot

A veszteségesen működő politikai lapokat támogató sajtóalap létrehozása mellett érvelt Bajomi-Lázár Péter, a Médiakutató című lap főszerkesztője. „A piac önmagában nem

gondoskodik a gondolatok sokszínűségéről”, különösen a magyarországihoz hasonló kisebb államok esetében – mondta, hozzátéve, „egy jól megtervezett sajtóalap igenis működőképes, és a megfogalmazott célokat képes elérni”.

„Gazdasági függetlenség nélkül nincsen politikai függetlenség” – jelentette ki Bajomi-Lázár Péter, hivatkozva arra a becslésre, amely szerint néhány éve az állami támogatásoknál jóval több pénzt, hirdetési bevételeik mintegy nyolc-tíz százalékát szereztek meg politikai háttérű „szürke” pénzként. Mint mondta, Európa több államában vannak már kedvező tapasztalatok a sajtóalappal: van, ahol közvetett módon, például a lapok áfájának alacsonyan, legfeljebb hat százalékon tartásával, de olyan is, ahol a nyereséges orgánumok profitjának részleges újraosztásával oldják ezt meg.

Az ilyen pénzalap létrehozása segíti a további tulajdonosi koncentráció elkerülését, a régi lapok megszűnését akadályozza, az új orgánumok piacra lépését támogatja, miközben javítja a nyomtatott sajtó helyzetét, lehetővé teszi annak távolabb kerülését a politikától. Felhívta ugyanakkor a figyelmet, csak azokban az államokban értek el sikereket, ahol nem minden lapot támogattak, hanem csak a veszteségeket.

Bajomi-Lázár Péter szerint indokolt lehet, hogy „a közérdekre való hivatkozással az állam beavatkozzon a piaci viszonyokba”, akár erőteljesebben is, mint más ágazatokban, segítve egyebek mellett a hátrányos helyzetű, megjelenési fórummal nem rendelkező csoportok megszólalását. Arról, hogy ez a rendszer a bulvárlapok profitjából támogatja a minőségi újságokat, úgy nyilatkozott, a sajtóalap „nem elitista, éppenséggel emancipációs szerepet tölthet be”, megemlítve azt is, tartalom semleges rendszer kell, ezért nem tartja kizárandónak a támogatottak köréből a szélsőséges orgánumokat sem. (hvg.hu, 2005. 04. 13.)

gazdaság, fogadtatás, szabályozás

Jobboldali kritika az elektronikus médiáról

A Polgári Médiaszalon rendezvényén Borókai Gábor, a Heti Válasz szerkesztőbizottságának elnöke, Csontos János, a Magyar Nemzet munkatársa, Siklósi Beatrix újságíró és Szalai Annamária, az ORTT Fidesz által delegált tagja vett részt.

Csontos János szerint pontosan meg kellene határozni a közszolgálat tartalmát, azt, hogy mi ennek a minimuma, tehát hány híradót, egyéb közszolgálati műsort kell sugározni. Szerinte ezt a kereskedelmi tévéknek kellene finanszírozni, és ezután dolgozhatnának profitért.

Borókai Gábor kifejtette, hogy az összesen 65 milliárd forintnyi éves hirdetési összegből 95 százalék a két nagy kereskedelmi csatornához jut el, a többin az egyéb televíziók osztoznak. Kérdés, hogy szabad-e ennyire perifériára szorítani a közszolgálatot, és arra kényszeríteni, hogy részt vegyen a kereskedelmi versenyben. Példaként elmondta, ha a magyar televízióban egy színházi előadás közvetítését háromszázezer ember nézi meg, ami kereskedelmi mércével alacsony nézettségnek számít. „Aczél elvtárs helyébe a nézettség lépett” – jegyezte Borókai Gábor.

Szó volt a beszélgetésen arról, hogy a két nagy kereskedelmi televízió koncesszióját rövidesen meg kell újítani, vagy pályázatot kell kiírni. Szalai Annamária elmondta, hogy a hosszabbításhoz véleményük szerint kétharmados többség kellene úgy, mint a pályázatnál, a kormányoldalnak azonban más a véleménye. (nol.hu, 2005. 04. 12.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, szabályozás

Gellért Kiss Gábor a Napkelte műsorában

A médiatörvénnyel kapcsolatban kifejtette, hogy akkor amikor a médiatörvény megszületett, akkor nem történt más, mint hogy a politika a maga médiabeli konfliktusait delegálta az intézményekbe, rádióba, televízióba, Duna Tévébe. Roppant álságos módon, ahelyett hogy a parlamentben zajlanának le ezek a viták, el vannak küldve, és azt mondják, hogy a kuratóriumban majd az embereink lefolytatják. Ez így nem jó, mert pontosan a szakmaiság szenved csorbát, nem is kicsit. Én megpróbálom, amennyire ezt tőlem telik, lehetséges módon szakmai tere visszaterelni mindazt, ami a kuratóriumon belül történik, vagy az

elnökségen belül, így az elnökválasztás menetét is. Tehát megadni azt a szakmai méltóságot az eljárásnak, ami megilleti. (MTV1-Napkelte, 2005. 04. 25.)

szabályozás

Az audiovizuális szektor és az uniós belső piaci szolgáltatások szabályozása

Mint arról az utóbbi időben egyre többet hallhatunk, az Európai Bizottság és a Tanács az egységes uniós belső piacon nyújtott szolgáltatások átfogó szabályozásán dolgozik. Az új keretirányelv célja az, hogy az EU a tagállamokban nyújtott különböző szolgáltatásokra egységes szabályozást alkosson, vagyis minden uniós vállalkozás azonos feltételekkel nyújthassa azokat a közös piac egész területén. A keretirányelv a „származási ország” alapelvén nyugszik, azaz ha egy szolgáltatást az azt nyújtó társaság székhelyén a hatóságok engedélyeztek, akkor az ugyanolyan feltételekkel bármelyik másik tagállamban is nyújtható. Már az irányelv-tervezet első változatában is szerepeltek bizonyos ágazatok, amelyek kivételt képeznek ezen elv alól (pl. a távközlési szolgáltatások), és ezek száma az irányelv vitája során egyre szaporodik. A Bizottság ugyan az audiovizuális szolgáltatások kivételként való kezelésével nem ért egyet, egyre erősebbek az ezt szorgalmazó vélemények. Az új keretirányelv kioltaná a létező speciális tagállami szabályozásokat – pl. a médiatulajdonlási, az engedélyezési, must-carry rendelkezéseket –, a mostani tervezet szerint ugyanis csak azok a korlátozások maradhatnak fenn, amelyek a közrend, közérkölc, illetve a kiskorúak védelmével vannak összefüggésben. Ezzel kapcsolatban az Európai Műsorszolgáltatók Szervezetének (EBU) legutóbbi állásfoglalása azt javasolja, hogy az audiovizuális szektort emeljék ki a szolgáltatási keretirányelv tervezetének hatálya alól, és az audiovizuális ágazatra továbbra is csak a 89/552/EK vonatkozzon.

A 2002-ben elfogadott szabályozási csomagot a tagállamoknak 2003 nyaráig kellett átültetni jogrendszerükbe. Ez ugyan megtörtént, a szabályozás eredeti szándékának megvalósítása viszont várhatóan hosszabb folyamat lesz. Fontos célkitűzés – különösen a digitális műsorszórás és műsorszórási piacán –, hogy megszűnjön az az állapot, amelyben a hírközlési szolgáltatók a különböző hozzáférési szabványok, egymással nem kompatibilis vevőkészülékek alkalmazásával korlátozzák a műsorszolgáltatókat a nézők elérésében, illetve a nézőket a műsorszolgáltatókhoz való hozzáférésben. Ez az előfeltétele például a digitális földi műsorszolgáltatás elterjedésének is. Ugyancsak további szabályozást igényel bizonyos tartalomszolgáltatási kérdéseknek – pl. must-carry rendelkezéseknek – digitális környezetben való rendezése. Magyarország a folyamat elején tart azzal, hogy a kormány márciusban elfogadta a digitális földi műsorszolgáltatás bevezetéséről szóló határozatot, amely erre az évre elsősorban a bevezetéshez szükséges jogi előfeltételek megteremtését (így például a médiatörvény módosítását) jelöli feladatul.

A kiskorúak védelmének és a válaszadás jogának újraszabályozása az online szolgáltatásokban

Az Európai Unió Tanácsának 1998-as ajánlása a kiskorúak védelmének alapelveit határozza meg az audiovizuális szolgáltatások és az internetes tartalomszolgáltatás területén. Tavaly az EU napirendre tűzte az ajánlás felülvizsgálatát azzal a céllal, hogy annak hatályát kiterjessze valamennyi online módon nyújtott elektronikus médiaszolgáltatásra, illetve beemelje a szabályozásba az online környezetben alkalmazandó válaszadás jogát. Amíg a tagállamok szakértői egyetértettek abban, hogy a kiskorúak védelmének alapvető szabályait valamennyi online médiaszolgáltatás esetében egyformán alkalmazni kell, a válaszadás jogával kapcsolatban nem jött létre egyetértés. Többen – például az Egyesült Királyság szakemberei is – hangsúlyozták: mivel a sajtóbeli helyreigazítás, illetve a kötelező válasz intézménye nem minden államban ismert, az a szerencsétlen helyzet alakulhat ki, hogy az ajánlás a lapok elektronikus változatát szigorúbban szabályozná, mint a nyomtatott verziót, holott a két tartalom általában nem válik el egymástól. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 20.old.)

EU, szabályozás

A Magyar Kábelkommunikációs Szövetség közgyűlése

A Magyar Televízió új csatornáiról Kovács György, az ORTT elnöke elmondta, a médiatörvény alapján nem dönthető el egyértelműen, hogy a közszolgálati csatorna indíthat-e újabb adókat. A Testület tagjainak többsége azonban úgy vélekedett, mivel a jogszabály nem zárja ki ennek lehetőségét, az MTV kezdeményezésének a médiahatóság zöld utat ad. Kovács György ugyanakkor hangsúlyozta, hogy a Testület felhívta a figyelmet az ezzel járó finanszírozási kérdésekre. Ezzel kapcsolatban a közösségi jogelvek csupán a versenyt torzító támogatást tiltják. Elképzelhető egy duális rendszer: e szerint a közszolgálati funkciók közpénzekből fedezhetők, az egyéb kereskedelmi műsorokkal járó kiadások pedig reklámbevételekből. Noha a sajtó már sokat foglalkozott a Demokrácia csatornával, az ORTT-hez eddig nem érkezett meg az adó elindításáról szóló kérelem. Kovács György a digitális átállással kapcsolatban kiemelte, a technológiaváltás csak gazdaságos üzemméret mellett valósulhat meg a kábeliparágban, ehhez a sok kishálózatot össze kell kötni. Az ORTT ennek elősegítése érdekében azt fontolgatja, hogy a jövőben támogatni fogja a rendszerek összekapcsolását is. Az elnök a médiatörvény módosítását jelölte meg a közeljövő legfontosabb feladatának, e nélkül ugyanis nem valósulhat meg az új technológiák elterjedése.

Szalai Annamária másképp vélekedik a kérdéstről. A Testület fideszes tagja nem tartja eleve elvetendő gondolatnak az új csatornák megjelenését, de szerinte bizonytalan, hogy milyen forrásból valósítható meg, és úgy látja, meg kell vizsgálni azt is, hogy a kezdeményezés valóban összhangban van-e a közösségi jogelvekkel. Az új közcsatornák bevezetéséhez egy meghatalmazás szükséges, amelyet csak a médiatörvény adhatna meg, ehhez azonban módosítani kellene a jogszabályt. Szalai Annamária úgy véli, versenyjogi problémákat is felvet az új adók megjelenése, mert a hazai tartalomipar egy szereplője önkényesen megváltoztathatja a magyarországi mediapiacot. Az ügynek a must-carry is egy lényeges eleme, hiszen nem tisztázott, hogy a továbbítással járó többletköltségeket vajon kinek kell állnia: az operátoroknak kell lenyelniük ezt az összeget, vagy a díjakban azt továbbhárítva az előfizetőknek. Szalai Annamária ezzel kapcsolatban hangsúlyozta, közös felelősségük a kábelszakmával, hogy a must-carry fogalmát értelmezzék.

Dr. Gönczöl Tünde, a Gazdasági Versenyhivatal Infokommunikációs Irodájának vezetője ismét felhívta a figyelmet arra, hogy a GVH munkáját megkönnyítené, ha a szolgáltatók egyértelműen szétválasztanák a hálózatok fenntartásával kapcsolatos költségeket – amelyeket a hatóság nem von kétségbe – és a szolgáltatások díjait. Az idei vizsgálatokról az irodavezető elmondta, egy olyan esetről már tudnak, amikor az operátor csak együtt tette elérhetővé hálózatán a kábeltelevíziót és az internetet. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 13.old.)

fesztivál, szabályozás, gazdaság

Digitális start 2007-ben

A magyar kormány március 2-i ülésén megtárgyalta és elfogadta a földfelszíni digitális televíziós műsorszórásra való átállás stratégiai célkitűzéseiről és az elsődleges kormányzati feladatokról szóló előterjesztést. E szerint a kormány elsődleges feladata a szolgáltatás elindítását lehetővé tevő szabályozási környezet kialakítása és a szükséges frekvenciák biztosítása. A tervek szerint a szolgáltatás 2007-ben indulhat el az ország sűrűn lakott területein. A fokozatos kiterjesztést követően az analóg műsorszórás teljes leállítása 2012-re várható.

A DVB-T elindításával kapcsolatban alapvető kérdés az állami szerepvállalás mértéke. Megoszlanak a vélemények arról, hogy az állam lehet-e finanszírozója, indirekt vagy közvetlen támogatója: a kormányhatározat-tervezet jelenleg az állami szerepvállalás „minimum-verzióját” tartalmazza. A szolgáltatóknak és/vagy a felhasználóknak (például a digitális vételhez szükséges set-top-boxok beszerzéséhez) nyújtott támogatásokat a kormányzat a következő néhány évben nem tervez. A fiskális támogatást az EU amúgy sem

nézi jó szemmel: Németországban és Svédországban Brüsszel már vizsgálatot folytat a műholdas és kábeles szolgáltatók által sérelmezett támogatások kapcsán. Az ügy lezárásáig az Unióban minden, a földfelszíni digitális műsorszóráshoz kapcsolódó állami támogatást befagyasztanak. A kábelszolgáltatók üdvözlik, hogy az anyagban konkrétan is szerepel: a digitális televíziózáshoz szükséges állami támogatás csak technológia-semleges módon biztosítható, ám kifogásolják, hogy az előterjesztés kifejezetten a földi digitális sugárzás elindításának módját részletezi és nem ad átfogó koncepciót, pedig a háztartások vételi mód szerinti megoszlását tekintve a kábeltellevíziót elérők aránya a legnagyobb, 60 százalék. A UPC az év második felétől tervezi elindítani a digitális műsortovábbítást. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 8.old.)

EU, gazdaság, szabályozás, technológia

Társaság

Már 800 ezer háztartásban az Írisz TV

További 150 ezer háztartásban fogható április 1-től az SBS Broadcasting második magyar televíziós csatornájának, az elsősorban nőknek szóló Írisz TV -nek az adása. Ezzel a főműsor-időben a Club TV frekvenciáján sugárzó adó a MatávKábel TV Kft. fejlesztéseinek köszönhetően növelte lefedettségét.

A csatorna nézettségi mutatói az indulás óta folyamatosan emelkednek: az elérés idén napi átlagban 96.257, a közönségarány átlagosan 0,1-0,3 százalék körül mozog a 18-49 éves nőkre vonatkozóan, de gyakran eléri a 1,2-1,5 százalékot, ami egy tematikus kábelcsatorna esetében kiváló eredménynek számít. Ezzel a csatorna a célközönség esetében maga mögé utasítja az összes többi kábelcsatornát, a Spektrumnál átlagosan 60, a VIVA TV-nél pedig 30 százalékkal több női nézőt ültet a televízió elé, és a kisebb technikai lefedettsége ellenére alkalmanként megközelíti az HBO nézettségét is. Az SBS Broadcasting az Írisz TV mellett a TV2 csoport tulajdonosa is, így a csatorna hirdetési idejének értékesítését megbízottként a TV2 végzi. (btl.hu, 2005. 04. 07.)

fogyasztás, társaság

Nem adják el a Mafilm-et

Noha az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő (ÁPV) Rt. eredetileg eladásra szánta a Mafilm Rt.-t és a Filmlaboratórium Kft.-t, a két céget mégsem privatizálják – jelentette ki László Boglár kormányzóvivő.

A kormány a privatizáció helyett, az alapítványi kezelésben lévő filmszakmai vagyont és a társaságokban megtestesülő vagyont közösen kezelő szervezetet hoz létre. A vagyonkezelő szervezetben a Magyar Mozgóképi Közalapítvány rendelkezik majd többségi tulajdonnal.

Az államot a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma fogja képviselni a társaságban, a minisztérium rendelkezni fog az állami ellenőrzéshez szükséges tulajdoni hányaddal – húzta alá László Boglár.

Tizenöt éves patthelyzetet számol fel a kormány, amikor elveti a Mafilm és a Filmlaboratórium privatizálását. A döntés korántsem „piacellenes”, de új kérdéseket vet fel. Az MMK főtitkára most még korainak tartotta arról beszélni, milyen szervezeti formában történhet majd a két filmszakmai cég újjászervezése (és erről egyetlen érintett sem nyilatkozott). Jelenleg ugyanis a Mafilm Rt. 86 százalékban ÁPV Rt.-tulajdon, a fennmaradó rész az MMK-é. A Filmlaboratórium Kft. helyzete bonyolultabb: a társaság a privatizációs szervezeté, az értékes budai, Budakeszi úti ingatlan pedig alapítványi tulajdon. Ezeket a tulajdonrészeket kell tehát a közalapítvány többségi irányítását megoldani úgy, hogy az állam „se tegye ki a lábát”, képviselőjében azonban nem az ÁPV Rt., hanem a kulturális tárca kapjon tulajdoni hányadot. Filmszakmai körökben úgy vélik, a legegyszerűbb megoldás az lenne, ha a privatizációs szervezet átadná vagyonrészét a közalapítványnak, a továbbiakban pedig az MMK hozna létre olyan társaságot, amelybe bevinné a minisztériumot. Ezután közalapítványi pénzekből feljavítanák a cégeket, majd jöhetne a külső tőkebevonás – a technikai feltételek korszerűsítése, bővítése – filmszakmai felügyelettel. Így nem fordulhatna elő, hogy a magyar filmgyártás esetleg kiszoruljon a magánkézbe kerülő Mafilm-ből.

(fn.hu, 2005. 04. 05. és nol.hu, 2005. 04. 07.)

szabályozás, társaság

Várat magára az erdélyi tévé

Anyagi okok miatt egyelőre nem sikerül elindítani az erdélyi magyar televíziót – szögezte le Nagy Zsolt hírközlési és információtechnológiai miniszter, az adó létrehozásáért felelős Janovics Jenő Alapítvány kuratóriumi elnöke. Mint mondta, a magyar kormány által korábban kiutalt háromszázmillió forint nem elegendő a stúdió beindításához, más

pénzösszegek egyelőre nem állnak rendelkezésükre. Markó Béla miniszterelnök-helyettes a hétvégén Marosvásárhelyen kifejtette, az önálló erdélyi magyar televízió ötlete nem valósítható meg. A szövetségi elnök is a pénzhiányra hivatkozott, szerinte ugyanis a rendelkezésre álló háromszázmillió forint legalább kétszeresére lenne szükség. „Erre pedig a jelenlegi kormányfőtől már nem jött semmiféle ígéret” – fejtette ki Markó, aki jelen pillanatban inkább a román közszolgálati televízió marosvásárhelyi területi stúdiója létrehozására lát esélyt. Júliustól ugyanis újabb frekvenciával bővül a román televízió, így a kolozsvári adás hosszabb műsoridővel rendelkezik majd, Marosvásárhelyen pedig létrejöhet a román, illetve a magyar nyelvű stúdió – közölte Markó Béla. (kronika.dntcj.ro, 2005. 04. 04.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

Kisorsolták a médiakuratóriumok civil tagjait

A Duna Televízió, a Magyar Rádió és a Magyar Televízió kezelőszerveiben a civil szervezetek delegáltjai egy évig lehetnek tagok.

Mivel egyes kategóriákban kevesebb volt a jelentkező, mint az ott elosztható összes mandátum, a Magyar Katolikus Egyház, az Országos Szlovák Önkormányzat, a Demokrata Liga Szakszervezetek és a Magyar Elektronikus Újságírók Szövetsége két kuratóriumba is küldhet tagot.

A Magyar Rádió Közalapítványba delegálhat tagot a Magyarországi Németek Országos Önkormányzata, a Magyar Katolikus Egyház, az Evangéliumi Pünkösdi Közösség, a Magyarországi Romák Baloldali Szövetsége, a Magyar Műveltség Szolgálat, a Művészetbarátok Egyesülete, a Magyar Írók Egyesülete, valamint a Magyar Képzőművészek és Iparművészek Szövetsége. Ebben a testületben tevékenykedhet egy éven át az Agrárkutató Intézmények Országos Szövetsége, a Nemzeti Pedagógus Műhely, a Magyarországi Diákvállalkozások Országos Érdekképviseleti Szövetsége, a Magyar Egyetemi és Főiskolai Sajtóegyesület, a Hosszútávú Egészségmegőrző Program Egyesület, az Első Magyar Vidéki Nőegylet, a Miasszonyunkról Nevezett Szegény Iskolanővérek Diákjainak Országos Szövetsége egy-egy delegáltja is. Ugyancsak a rádiós kuratóriumba nyert mandátumot a Nyugdíjasklubok és Idősek „Életet az Éveknek” Országos Szövetsége, az Asztmás és Allergiás Betegek Országos Szövetsége, a Regnum Marianum Sport Egyesület, valamint a Települési Önkormányzatok Országos Szövetsége.

A Magyar Televízió Közalapítvány kuratóriumában az Országos Szlovák Önkormányzat és a Magyar Katolikus Egyház mellett képviselőhez jutott a Konstantinápolyi Egyetemes Patriarchátus Magyarországi Ortodox Exarchátus, a Közép- és Kelet-Európai Rutherford Intézet, a Magyar Építőművészek Szövetsége, a Magyarnóta Szerzők és Énekesek Országos Egyesülete, a Renée Művészeti Társaság, a Magyar Képzőművészek és Iparművészek Társasága. Tagot küldhet egy évre a testületbe az Optikai, Akusztikai, Film- és Színháztechnikai Tudományos Egyesület, a Sík Sándor Tanáregylet, a Demokrata Liga Szakszervezetek, a Kárpát Országos Vállalkozói Szövetség, a Magyar Elektronikus Újságírók Szövetsége, a Reális Zöldek Klub, a KALÁSZ Katolikus Asszonyok-Lányok Szövetsége, a Fiatal Sasok Országos Egyesülete, a Nyugdíjasok Országos Képviselete. Ide nyert helyet a Magyar Rákellenes Liga, a Magyar Kutycsánhajtó és Canicross Szövetség és a Községi Önkormányzatok Szövetsége is.

A Duna Televíziót felügyelő Hungária Televízió Közalapítványba az Országos Szlovák Önkormányzat, a Magyarországi Református Egyház, az Evangéliumi Szabadegyházak Szövetsége, a Rom Roma Magyar Polgárjogi Mozgalom, a Matyó Népművészeti Egyesület, az Alkotó Képzőművészek és Írók Országos Szövetsége, a Magyar Kórusok és Zenekarok Szövetsége – KÓTA, a Művészeti Egyetemek Rektori Széke, a Magyar Református Lelkészegyesület küldhet egy tagot. Mellettük helyet kapott ebben a testületben a Magyar Elektronikus Újságírók Szövetsége, az Egészséges Városok Magyarországi Szövetsége, a

Magyar Asszonyok Érdekszövetsége, a Magyar Cserkészszövetség, az Értelmi Fogyatékosok és Segítőik Országos Érdekvédelmi Szövetsége és a Magyar Nanbudo Szövetség. (magyarország.hu, 2005. 04. 01.)
<i>társaság</i>
Fél milliárd dollárért fejleszt a Google A Google az Amerikai Tőzsdéfelügyeletnek (SEC) benyújtott beszámolójában kijelentette, a 2004-es 319 millió dollárhoz képest idén jelentősen növelni kívánja a technológiai és más eszközökre költött összeget: méghozzá 500 millió dollárra, számol be a Washington Post. A cég azt is bejelentette, hogy alkalmazottai számát – amely 2004-re 3021 főre nőtt az egy évvel korábbi 1628-ról – ismét nagy mértékben növelni kívánja, hogy az megfeleljen a globális növekedési és kutatási terveknek, és hogy a cég sikerrel vegye fel a harcot a két legnagyobb versenytárral, a Microsofttal és a Yahoo-val. (ebroker.hu, 2005. 04. 01.)
<i>gazdaság, társaság</i>
A bulvár irányába nyitnak? Távozik a Budapesti Reggel című lap főszerkesztője, Pauska Zsolt. A főszerkesztőcsere háttérében feltehetően az áll, hogy a tavaly októberben indult újságot a várakozások alatti példányszámban vásárolják. A MATE SZ adatai szerint az utolsó negyedévben átlagban 50 ezer példányban fogyott a lap, de ennek jelentős része úgynevezett mennyiségi, azaz ingyenesen (marketing-promócióban) terjesztett. A Reggel nagy várakozásokkal indult. Az Axel Springer Budapest és Pest megye híreit kiemelt figyelemmel kísérő, de országos kitekintésű napilapot akart indítani, amely betör a bulvár és a közéleti napilapok közötti piaci résbe. A nagyszabású bevezető kampánnyal és előfizetői nyereményjátékkal az olvasók elé tárt újság a főváros regionális napilapjaként határozza meg önmagát, amely újszerű formavilágot tárt a magyar olvasók elé. Egyelőre sikertelenül. Értesülések szerint a lapkiadó úgy döntött: inkább a bulvár irányába nyit. (nol.hu, 2005. 04. 12.)
<i>fogyasztás, fogadtatás, társaság</i>
A Springer megvenné a ProSieben-Sat.1 csoportot A Springer ki szeretné vásárolni a ProSiebenSat.1 részvényeket két évvel ezelőtt felvásárló amerikai Haim Saban média mogul. A Springer maga 12 százalékos pakettel rendelkezik. A Saban pakett iránt már a News Corp, a Disney és a Viacom is érdeklődött. A Süddeutsche Zeitung értesülése szerint Mathias Döpfner, a Springer ügyvezető igazgatója 1,5 milliárd eurót kész adni az 50 százalék feletti tulajdonrész megszerzéséért. A Springer már 20 éve igyekszik kibővíteni televíziós érdekeltségét, hogy szélesítse jelenlétét a német média piacon. Legnagyobb bázisa jelenleg a 12 milliós példányszámú Bild napilap. Próbálkozásait a felügyeleti hatóságok rendre kisiklatták, megakadályozandó, hogy a konzervatív média csoport túlzott hatalomra tegyen szert a német közvélemény befolyásolásában. (hvg.hu, 2005. 04. 19.)
<i>fogyasztás, gazdaság, szabályozás, társaság</i>
Inform Média – két újabb Szuperinfó A MIHIR 2004 Kft. megvásárlásával az északkelet-magyarországi regionális lapkiadó vállalkozáshoz csatlakozott a miskolci és a zempléni Szuperinfó. A tranzakcióval az Inform Média érdekeltségébe már négy Szuperinfó tartozik. Szabó Miklós ügyvezető igazgató a portfólió-bővítéssel kapcsolatban elmondta: a kiadó piaci részesedésének maximalizálására törekszik, célja, hogy lefedje a régió piacának lehetséges olvasói, hirdetői igényeit. Az IM lapcsalád a Szuperinfók mellett három megyei napilapból – Hajdú-Bihari Napló, Kelet-Magyarország, Észak-Magyarország – , a Tipp megyei hetilapból és az Apró című hirdetési hetilapból áll. (kreaív.hu, 2005. 04. 11.)
<i>társaság</i>

Karcsúsítások a két tévében és a közrádiónál is

Racionalizálásra és átláthatóságra törekednek a közszolgálati műsorszolgáltatóknál. Megreformálják a túlburjánzó szervezeteket. Az idei év a szervezeti és működési átalakítások, az ésszerűsítés, a karcsúsítás jegyében telik a közmédiumoknál. A túlburjánzó szervezetek megreformálását az Országgyűlés szorgalmazta.

Az MTV tervezett szervezet átalakítási modellje már elkészült, a felduzzasztott vezetői gárdát több mint felére csökkentik, éves szinten százmilliós nagyságrendű megtakarítást remélve a leépítésektől. Sajtóhírek szerint az MTV reorganizációs terve 700 munkatárs elbocsátásával számol. Jelenleg 1680 belsőt és 700 külsőt foglalkoztatnak a köztévénél. A két ütemben tervezett elbocsátások első hulláma májusra várható, ami a dokumentum szerint 437,6 millióba kerül majd, a második, nagyobb leépítési hullámot szeptemberre datálták. Ez 875,2 milliós kiadást jelent. A leépítések révén az első lépcsőben 10, a másodikban további 50 millió forinttal csökkenne az MTV 300 milliós havi bérköltsége. A köztvé tavalay öszsel elfogadott reorganizációs terve szerint 2004-ben 75, az idén 425, míg jövőre 200 munkatársától kellett volna megválni. Tavalay azonban nem volt elbocsátás – a szükséges források hiányában.

A Duna Televíziónál még csak az előzetes felméréseknél tartanak. A Duna Televízió február közepén beiktatott elnöke, Cselényi László is nagyban dolgozik a médium korszerű, európai normáknak megfelelő szervezeti felépítésének kidolgozásán. Pomezanski György innovációs alelnök tájékoztatása szerint az szmsz egy hónapon belül életbe lép, a karcsúsításokat is hamarosan elkezdik. A 480 belsős munkatárs közül körülbelül nyolcvantól válnának meg, ám egy részüket visszafoglalkoztatnák. Az őszre tervezett új műsorstruktúra kialakításán már az új szervezet szerint létrehozott műhelyek munkatársai dolgoznak majd. Előzetes kalkulációk szerint a tévéelnök által tervezett költségcsökkentő intézkedések révén – beleértve a felesleges foglalkoztatást és az indokolatlan műsor- és filmcsomag költségek lefaragását – 1,2 milliárd forintot takaríthatnak meg az idén.

A Magyar Rádiónál csak azután kezdenek racionalizálásba – egy EU-konform szervezet létrehozása érdekében –, ha sikerül elnököt választani. (Népszava, 2005. 04. 21., 9. old.)

gazdaság, társaság

Nobilis Kristófé az egész Index

Immáron 100 százalékban Nobilis Kristóf érdekkörébe került az ismert hírportált üzemeltető Index.hu Rt., miután az üzletember a napokban a tavalay óta meglévő 49 százalékos pakettje mellé megvásárolta a fennmaradó 51 százalékot. Az eladó a Wallis érdekkörébe tartozó ciprusi Fleminghouse Ltd., illetve a magántulajdonosokat képviselő, szintén offshore státusú Romnio Ltd. volt. Már a 49 százalék tavalay eladásakor rebesgették, hogy az üzletember elővételi jogot szerzett a fennmaradó 51 százalékra, amit bizonyítani látszik, hogy míg a kisebbségi pakettért a hírek szerint tavalay egymilliárd forint körüli összeget fizetett, addig a többségi részvénycsomagért most már csak 600 millió forintot kellett adnia. A szerződés értelmében az rt. vezérigazgatója továbbra is Mucsi György, a portál főszerkesztője pedig Uj Péter marad. (Népszabadság, 2005. 04. 12. 13. old.)

gazdaság, társaság

Indul az AH privatizációja

Az ÁPV igazgatósága mai ülésért nyilvános, kétfordulós pályázat kiírásáról döntött az Antenna Hungária (AH) 75 százalék plusz egy szavazati jogot megtestesítő részvénycsomagjának értékesítésére.

Az ÁPV kiadta a mandátumot az AH mai közgyűlésére is. A többségi tulajdonos képviselője a közgyűlésen indítványozza, hogy a társaság egy részvényre vetítve 460 forint osztalékot fizessen ki tulajdonosainak. Az AH tavalay 11,67 milliárd forint adózott eredményt ért el,

szemben a 2003. évi 155,6 millióval. A cég nettó árbevétele 2004-ben 26,93 milliárdra nőtt.
(Világgazdaság, 2005. 04. 08., 1. old.)

gazdaság, társaság

Tartalomkínálat

Fél évet csúszhat a Demokrácia TV

A januári tervekhez képest is később indul a Magyar Televízió (MTV) harmadik csatornája, a törvényhozással és a parlamenti hírekkel foglalkozó nonstop sugárzó MTV Demokrácia. Ezzel és a Széles Gábor nevével fémjelzett GTV-vel háromszereplősre bővül a hírtévé piac, ami túl soknak is bizonyulhat. Szakértők ugyanis biztosra veszik, a magyar piac három azonos tematikájú és felépítésű hírtelevíziót nem tud eltartani. (mno.hu, 2005. 04. 06.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Már bárki műholdról szemlélheti a földfelszínt

A Google nemrég műholdas technikával bővítette térképböngésző szolgáltatását. Jelen esetben arról van szó, hogy az USA-beli internetes vállalat űrből készített fotókat, azaz „légi felvételeket” tesz böngészhetővé felhasználói között. Mindezt nem csak ad hoc módon, hanem konkrétan arról a területről, amelyre az internetező kíváncsi. A kutakodók megadhatnak például egy címet, majd a Satellite linkre kattintva meg is nézhetik azt, hogyan néz ki felülről, az űrből. Ezt a képet természetesen lehet nagyítani, kicsinyíteni, illetve a kurzor mozgatásával a szomszédos területek is „felfedezhetők”.

Az azonban szinte bizonyosra vehető, hogy a magánszféra védelméért küzdő szervezeteknek lesz még egy-két szava ehhez a „kémkedő eszközhöz”; annak ellenére is, hogy annak pontossága azért még nem az igazi: például egy újságot olvasó embert nem igazán lehet felismerni a felvételekről, pláne azt nem, hogy mit olvas. Igaz, ez már „csak” technikai kérdés, és a fejlődés ütemét nézve talán nem várat sokáig magára az sem, hogy igen nagy részletesség mellett lehessen a Föld felszínét nézegetni. (terminal.hu, 2005. 04. 06.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Várat magára az erdélyi tévé

Anyagi okok miatt egyelőre nem sikerül elindítani az erdélyi magyar televíziót – szögezte le Nagy Zsolt hírközlési és információtechnológiai miniszter, az adó létrehozásáért felelős Janovics Jenő Alapítvány kuratóriumi elnöke. Mint mondta, a magyar kormány által korábban kiutalt háromszázmillió forint nem elegendő a stúdió beindításához, más pénzüsszegek egyelőre nem állnak rendelkezésükre. Markó Béla miniszterelnök-helyettes a hétvégén Marosvásárhelyen kifejtette, az önálló erdélyi magyar televízió ötlete nem valósítható meg. A szövetségi elnök is a pénzhiányra hivatkozott, szerinte ugyanis a rendelkezésre álló háromszázmillió forint legalább kétszeresére lenne szükség. „Erre pedig a jelenlegi kormányfőtől már nem jött semmiféle ígéret” – fejtette ki Markó, aki jelen pillanatban inkább a román közszolgálati televízió marosvásárhelyi területi stúdiója létrehozására lát esélyt. Júliustól ugyanis újabb frekvenciával bővül a román televízió, így a kolozsvári adás hosszabb műsoridővel rendelkezik majd, Marosvásárhelyen pedig létrejöhet a román, illetve a magyar nyelvű stúdió – közölte Markó Béla. (kronika.dntcj.ro, 2005. 04. 04.)

gazdaság, tartalomkínálat, társaság

A Fox News az idén új üzleti csatornát indíthat

A Fox News anyavállalata, a News Corporation idén januárban már bejelentette befektetőinek, hogy új üzleti csatornát indít 2005 második felétől, amely húszmillió néző számára lesz elérhető. A Fox News vezérigazgatója, Roger Ailes azt nyilatkozta, vállalata még vizsgálja, van-e valós igény a piacon egy harmadik üzleti hírekre specializálódott csatornának.

A felvetés jogos, hiszen sem a General Electric tulajdonában álló CNBC-nek, sem a Time Warner érdekeltségű CNN-nek nem megy túl jól a szekere mostanában. A nézők elpártolását az üzleti televízióktól a nézettségi adatok egyértelműen mutatják, bár erre a CNBC azzal

védekezik, hogy a piackutató cégek nem mérik, hányan nézik az adást a hivatalokban vagy más nyilvános helyeken. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Támadnak a bloggerek

Már több mint tízmilliónyian blogolnak az USA-ban, de a média sztárjai azt mondják, hogy „elég, nem kérünk többet belőlük”. Egyre több netes napló foglalkozik ugyanis a sztárújságírókkal, akik nehezen törődnek bele, hogy a hitelességük és karrierjük forog kockán.

A blogok növekvő erejét és hatalmát jól példázza a kiadók egyre intenzívebb érdeklődése. A Hyperion könyvkiadó júniusban hozza ki a „The Washingtonienne” című regényt, amely Jessica Cutler blogjából készül: Cutler egy éve vált híressé, amikor online naplójában elkezdett beszámolni a washingtoni politikusokkal folytatott szexuális kalandjairól.

Mialatt Cutler blogjából regény lett, más könyvek megtartják blog-formátumukat. Ilyen például a „Baghdad Burning: Girl Blog from Iraq” (már lehet kapni a Feminist Press-nél), amelyben egy – Riverbend nicknév alatt publikáló – ismeretlen iraki nő ír a háborús bagdadi mindennapokról. (nol.hu, 2005. 04. 21.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Gerillakampány és vírusmarketing: harc az ingyen reklámért

A hagyományos keretek között (reklámblokkok, újsághirdetések, óriásplakátok) megjelenített reklámokra már érzéketlenné vált fogyasztókat olyan marketingeszközökkel kell megszólítani, amelyekről nem kapnak a pénztárcájukhoz: ilyen a megszokott reklámhelyek helyett más felületeket használó gerillamarketing és a web által életre hívott vírusmarketing.

„A hagyományos gerillamarketing alapszabálya, hogy a hirdető nem fizet a felületért. Ahhoz azonban, hogy a termék ingyen pr-hoz jusson, a márkának kissé háttérbe kell húzódnia, hiszen ha ordít róla, hogy reklám, akkor a médiumok rövid úton kivágják beszámolóikból” – magyarázza Barna Tamás, a Republic of Art reklámügynökség ügyvezető igazgatója. Ebből a szempontból sikeresnek mondható az a tavaly novemberben szervezett tüntető akció, amelyen szőke nők tiltakoztak egy felszolgálóként csakis szőke nőket alkalmazó vendéglátóhely hím-soviniszta reklám-szlogenje ellen, „véletlenül” éppen az egység megnyitása előtt.

A fiatalok alkotta kisebb közösségekért és az ingyen reklámért folyó harcban bevetett vírusmarketing célja ugyancsak az, hogy az emberek személyes csatornáikon, önszántukból továbbítsák az üzeneteket. „Olyan vicces üzenetet, küldeményt kell gyártani, amely egy közösség, baráti kör számára értékkel bírhat, így számíthatunk rá, hogy továbbküldik azt” – mondja Bánki Attila, a Grey interaktív ügynökségének munkatársa. Maga a kreatív anyag lehet egy kép, egy film, flash-animáció, egy meglévő reklám vicces, vagy pikáns adaptációja. A fájlt ezt követően informális csatornákra juttatják el: úgynevezett „magvető oldalakra” (vicces képeket-filmeket kínáló gyűjtő-site), vagy ismerős címlistákra küldhető el az üzenet. Emlékeztünk arra a Ford car filmre, amelyben a napfénytető lefejezi a bemászni készülő macskát, vagy arra a Volkswagen-reklámra, amelyben az öngyilkos merényletre készülő szélsőségesek tervéből csak az öngyilkosság sikerül, mivel az autóba rejtett robbanóanyag a karosszériát nem veti szét.

A néha kissé bizarr reklámokban érintett cégek igyekeznek elhitetni, hogy a szpotok szándékaik ellenére készültek. A szakemberek azonban arra figyelmeztetnek, hogy szabadidős tevékenységként senki nem forgat le milliós költségvetésű filmeket. Épp fordítva: a kizárólag webes megjelenésre szánt film masszív költsége arról árulkodik, hogy pénzes megrendelő áll mögötte. A hvg.hu által megkérdezett reklám-szakemberek egyetértettek abban, hogy a hazai megrendelők még nem tartják kézenfekvőnek, hogy a vírus- vagy gerillamarketinghez nyúljanak, már csak azért sem, mert tartanak a kevésbé elnéző társadalmi

fogadtatástól.

A kampányok etikai-jogi vonatkozásairól. A reklámüzenetek célja, hogy üssenek, a célt pedig gyakran csak normaszegéssel sikerül elérni. Az etikai kódexek nem kötelező érvényűek, így konkrét bírságot nem, inkább elfordulást és ellenérzéseket válthatnak ki azok a reklámok, amelyek mások érzékenységét sérthetik, vagy fájdalmát erősíthetik. A pökhendi és arrogáns viselkedés a várttal éppen ellentétes érzelmeket válthat ki. (hvg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, tartalomkínálat

Internetes újságot indít a Metro

Az ingyenes Metro újságot kiadó svéd Metro International csoport azt tervezi, hogy a világhálón is megjelenik. Az internetes stratégia megvalósítását a Metro Modern Media végzi.

Első lépésként Svédországban indul az internetes változat, mintegy 900 ezer apróhirdetéssel, majd Finnországban, Dániában és Hollandiában indítják el a szolgáltatást. A svéd cég távolabbi tervei között szerepel egy társkereső oldal és egy zeneletöltő szolgáltatás beindítása is.

A Metro International 17 országban 16 nyelven adja ki ingyenes lapját Európában, Amerikában és Ázsiában, amelyet 15 millióan olvasnak naponta. (origo.hu, 2005. 04. 13.)

fogyasztás, tartalomkínálat

A Duna TV is újabb csatornákat akar

Hamarosan két új csatornát indít a Duna Televízió – jelentette be Cselényi László. A csatorna elnöke, úgy fogalmazott: Európában több a kisebbség, mint a többség. A Duna Televízió szoros kapcsolatot akar ápolni ezekkel a kis népekkel, etnikumokkal, ezért indítja el Autonómia címmel új programját. Cselényi László szerint lassan egyéves uniós tagságunk is olyan lehetőség, amellyel mindeddig nem tudtunk ügyesen sáfárkodni. Ehhez szorosan kapcsolódik másik törekvés, az egységes nemzeti kulturális égbolt megteremtése, amely együtt alkotja gerincét az Unió címmel hamarosan szintén elinduló új Duna Televíziós programnak. Cselényi László bejelentette, a felkészülés körülbelül három hónapot vehet igénybe, az anyagi háttér megteremtéséhez azonban a törvényhozók nagylelkűségére is szükség volna. Az Autonómia csatorna a kisebbségekre fókuszálna, az Unió pedig a holnap magyarságának oktatásáról gondoskodik majd. Pomezansky György alelnök elmondta, a két új csatorna műholdas szórására saját anyagi erejéből egyelőre nem képes a Duna Televízió, arra azonban van mód, hogy szélessávú interneten továbbítsák az adást. Mindkét csatorna támaszkodna az archívumra, és lehetőséget adna arra is, hogy az elkészült magyar filmeket itt mutathassák be – ingyen.

A Duna TV a lehető legolcsóbb módszerrel, az interneten indítja majd az új adásokat. Ráadásul olyan technológiával, amelyet Európában jelenleg csak 50-70 ezren használnak. A vételhez szükséges dekóderek gyártását most kezdték meg, az ára 150-200 euró lesz. A tévé vezetőinek számításai szerint az új technológia rohamosan terjed majd, az egyelőre meglehetősen drága vételi eszköz ára pedig zuhanni fog. A másik reményük, hogy az Autonómia és az Unió bekerül a digitális földfelszíni csatornák közé, bár ez még az optimista verziók szerint is legkevesebb csak egy-két év múlva lehetséges. (Duna Híradó, 2005. 04. 20.; Népszabadság, 2005. 04. 21., 2. old.)

gazdaság, tartalomkínálat

Blikk, Sikk: új női hetilapok

Nemzetközi trendeket követve új női hetilapok jelentek meg a magyar piacon, miközben a kiadók és a hirdető is e terület kínálatának további bővülésére számítanak. A Blikk Nők a Ringier Kiadó Kft. és a német Bauer Verlag GmbH közös tulajdonában lévő Euromédia Bt. gondozásában jelenik meg, a Sikk pedig a Sanoma Budapest Kiadói Rt. kiadványa. Az alacsonyabb árkategóriájú női magazinok piaca Kelet- és Közép-Európában nagyon gyorsan bővült a közelmúltban. Magyarországon ugyanakkor jelenleg egyetlen lap képviseli csak ezt

a piaci területet. Az nem valószínű, hogy az új hetilapok a magyarországi piacot gyökeresen át fogják alakítani.

Magyarországon az alsó kategóriás lapok egy eddig kihasználatlan, új piaci rést céloznak meg, az új olvasók mellett pedig arra számítanak, hogy sokan második lapként fogják vásárolni őket. A Blikk Nők elindítását 350 millió forintos reklámkampány támogatja. A lap országosan terjesztett példányszáma 250 ezer és 350 ezer között alakul, 2005-ben pedig heti 150 ezer példányt szeretnének eladni.

A szintén országos terjesztésű Sikk 160 ezres terjesztett példányszámmal és 59 forintos bevezető árral indul. Később a lap árát 79 forintra emelik majd. A Blikk Nők ezzel szemben 49 forintba kerül. (Budapest Business Journal, 2005. 04. 11.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Él és virul a mobilspam

Tavaly Ázsiában már háromszor annyian kaptak kéretlen reklámüzenetet SMS-ben, mint e-mailen, az idén pedig várhatóan Európa is felzárkózik az e téren fejlettebb világrégiókhoz. A mobilra szánt reklám abban különbözik a mobilspamtól, hogy az előbbihez legális forrásból szerzik (többnyire vásárolják) a telefonszámokat, és ismert az üzenet feladója. A mobilspam ennek épp az ellenkezője: a számokat lopják vagy egy számítógépes programmal generálják, a feladó ismeretlen marad, és általában a küldésért sem fizetnek. A kéretlen üzenetek terítéséhez leggyakrabban azokat a még mindig létező internetes megoldásokat használják, amelyekkel ingyen lehet SMS-t küldeni. (Népszabadság, 2005. 04. 29., 31. old.)

tartalomkínálat, fogyasztás

Technológia

Tévédás ADSL-en Bács megyében

Televízióadás ADSL-en való közvetítésével kísérletezik a Bács-Kiskun megyei Emitel. A kísérletek sikeresen zárultak, már csak a nagyobb számú csatorna vételére kell alkalmassá tenni a hálózatot. Kiderült: 1,5-2 megabites ADSL-hozzáférés már alkalmas arra, hogy élvezhető minőségben fogják az adásokat.

Míg hazánkban még kísérleteznek az internetes televízióadással, a szomszédos Ausztriában októbertől már elindul a TV-on-demand szolgáltatás. Ennek keretében az előfizetők az interneten válogathatnak kedvenc műsoraik között. (origo.hu, 2005. 04. 01.)

technológia

Gyermek-pornót kutató szoftver

Az FBI adatai azt bizonyítják, hogy 1996-hoz képest 2000%-kal gyarapodott a pedofil oldalak száma, s a kanadai rendőri szervek pedig legkevesebb 100.000-re becsülik a hasonló tartalmú site-ok számát. A Microsoft mérnökei összefogva a kanadai Royal Mounted Police-szal, és a torontói rendőrséggel kifejlesztettek egy olyan szoftvert, amely segítséget nyújthat a hatóságoknak az internetes gyermek-pornográfia elleni harcban.

A Microsoft közölte, hogy a program képes lesz az eddig különállóan rendelkezésükre álló információk között (kreditkártya adatok, s az internetes chatroom-okban való aktivitás) összefüggést találni, amiből aztán a rendőrség szakemberei következtethetnek a pedofiliát keresők, és kínálók kilétére.

A projektet, amelybe a Microsoft megközelítőleg 4 millió dollárt fektetett, támogatta még az Interpol, a Scotland Yard, és a Department of Homeland Security is. (prim.hu, 2005. 04. 10.)

fogadtatás, fogyasztás, gazdaság, technológia

Internet a villamoshálózaton

Az Európai Bizottság közzétette a villamoshálózaton át történő internetezés jogi kereteire vonatkozó ajánlását.

A szakértők szerint ezzel lehetővé válik az, hogy az új technológia, amelynek próbaüzeme már 2001 óta folyt mintegy 40 országban, gyors fejlődésnek induljon. A bizottság azt reméli, hogy a szélessávú internetezésnek olcsóbb, egyben még több háztartásba jutó lehetősége jön létre. A lakások villamosvezetékén keresztül jutnak az internetjelek a vevőkészülékhez az új fejlesztések eredményeképpen úgy, hogy a jelek nem zavarják a rádió- és a televízió-vételi viszonyokat. A felhasználóknál igen egyszerű a szükséges átalakítások elvégzése: az alig egy órányi munkát jelent, és a mai szélessávú szolgáltatásokkal lényegében azonos áron megteremthető az új internetezési lehetőség.

Európában Németországban, Spanyolországban és Ausztriában csatlakoztak a legtöbben az „áramos” kísérleti internethez. Ausztriában 37 ezer háztartást kötött be a Linz AG, amely mellett a Tiwag is terjeszti a rendszert. Az új technológia vonzó lehet azokon a távol eső területeken, ahol a háztartások száz százalékát rákötötték a villamoshálózatra. (mtv.hu, 2005. 04. 08.)

EU, fogyasztás, gazdaság, szabályozás, technológia

Pannon GSM: mobil szélessáv immár vidéken is

A Pannon GSM mobil szélessávú hálózata március végétől Budapest egész területén elérhető a felhasználók számára. A hagyományos GSM rendszernél jelentősen nagyobb adatátviteli sebességet, és ennek köszönhetően innovatív szolgáltatások egyre bővülő sorát biztosító rendszer kiépítését most a vidéki nagyvárosokban és a Balaton környékén folytatja a szolgáltató.

Fél éven belül az ország nagyobb városaiban lakók többsége élvezheti a Pannon GSM mobil szélessáv szolgáltatásának előnyeit. Az ezt kiszolgáló, új generációs EDGE hálózat

folyamatos fejlesztése révén május végére Magyarország nyolc nagyvárosában – Debrecen, Kecskemét, Miskolc, Nyíregyháza, Pécs, Szeged, Székesfehérvár, Szolnok – válik mindennapi valósággá a mobil internet, a zenehallgatás vagy a videónézés, az irodai alkalmazások távoli elérése. Az üdülési szezonra a Balaton környéke, majd szeptember végével további negyven jelentős magyar város is rákapcsolódhat a távközlés jövőjét jelentő mobil szélessávra.

A szolgáltatás háttérében álló EDGE technológia az eddig ismert megoldásoknál legalább háromszor gyorsabb adatátvitelre – megfelelő készülékkel akár 220 Kbit/s-os sebességre – képes. Ez azonban csak a kezdet, hiszen mindeközben folyamatosan zajlik a harmadik generációs UMTS hálózat kiépítése is: a sáv szélesség további jelentős bővülését és új szolgáltatások – így a videótelefonálás – igénybevételét lehetővé tevő hálózatot a jövő év januárjától használhatják majd az ügyfelek. (terminal.hu, 2005. 04. 06.)

technológia

Újabb e-pontok a határon túli magyarságnak

A közeljövőben újabb 28 e-Magyar-pont létesül Horvátországban és Ukrajnában. Hasonló szerződéseket február végén írtak alá szlovákiai, szerbiai, horvátországi és burgenlandi magyar egyesületekkel. Ezek alapján 55 e-Magyar-pont telepítése kezdődött meg. A tervek szerint év végéig 300 közösségi hozzáférési pontot terveznek létrehozni, s ezeket e-magyar pontnak nevezik.

Az Információs és Hírközlési Minisztérium a „Szülőföldön az információs társadalomba” nevű első támogatási pályázatot tavaly novemberben hirdette meg a Puskás Tivadar Közalapítvány közreműködésével. A bírálóbizottság a rendelkezésre álló 228 millió forintból 225 millió 808 ezer forint odaítélésére tett javaslatot a pályázatra meghívott 11 határon túli szervezet részére. Ebből az összegből 140 millió 30 ezer forintot az e-Magyar-pontok létrehozására, több mint 26 millió forintot tartalomfejlesztésre, közel 15 millió forintot oktatásra, informatikai képzésre, közel 21 millió forintot a magyar kultúra digitális megőrzésére, s 24 millió forintot audiovizuális fejlesztésekre fordítanak.

Erdélyben a meghirdetett pályázat révén a Progress Alapítvány 89 ilyen pont létesítésére nyert jogot. A pályázat összértéke eléri a 101 millió forintot.

Kovács Kálmán hangsúlyozta: a kiírás szerint a pályázati csomagban egyéb kiegészítő elemek is találhatóak, ebből a pénzből kell létrehozni egyebek között a Hargita- és Bihar-hálót is, ami lehetőséget teremt, hogy Erdély délkeleti és nyugati része könnyebben csatlakozhasson a világhálóhoz. Kovács Kálmán szerint az e-magyar pontok létrehozásának az az előnye, hogy a határon túli magyar közösségek is hozzáférhetnek a magyarországi oktatási tananyag, és könyvtári anyag digitalizált változatához. A pályázat részeként a kolozsvári könyvtárban lévő mintegy 25 ezer könyvcímet is feldolgozzák, aminek köszönhetően ez az anyag is részévé válhat a magyarországi digitalizált könyvtárnak. Kovács Kálmán elmondta: most már szinte naponta kapcsolatba lép román kollégájával, ami alapja lehet annak a tervnek, miszerint a térséget Európa regionális tudásközpontjává tegyék. Szintén egyezség született egy három nyelvű, önkormányzati és gazdasági híreket tartalmazó román-magyar gyűjtőportál létrehozásáról, és egy közös gazdasági IT üzleti fórum megszervezéséről. (prim.hu, 2005. 04. 04. és Népszabadság, 2005. 04. 22., 17. old.)

gazdaság, technológia

Idén elindulhat Angliában az ADSL2+

A közelmúltban több brit távközlési szolgáltató is arról számolt be, hogy rövidesen megkezdje, illetve már megkezdte a következő generációs ADSL-szolgáltatás próbaüzemét: a British Telecom, az NTL és az Easynet egymást követően ismertették az ADSL2+ elnevezésű technológián alapuló internet-szolgáltatással kapcsolatos terveiket. A megoldás, amely a jövőben a jelenleg elterjedt ADSL utódja lehet, specifikációja szerint elviekben másodpercenként 25 megabites sebességű adatátvitelt tud biztosítani az ADSL 10 megabites

elvi sebességével szemben. (origo.hu, 2005. 04. 03.)

technológia

Elkészült a Nemzeti Szélessávú Stratégia

Elsősorban a „szélessávú közmű” kiépítésének, illetve a releváns közigazgatási, üzleti és kulturális tartalmak fejlesztésének támogatását hangsúlyozza és - a szélessávú internetezés elterjedésének gyorsítása érdekében – több száz milliárd forint fejlesztési forrás bevonását javasolja az elkövetkező években az Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM) megbízásából a Telkes Tanácsadó Rt. vezette tanácsadói konzorcium által elkészített Nemzeti Szélessávú Stratégia (NSZS).

Az NSZS keretében készült helyzetértékelés szerint a lakossági internet-penetráció és a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetés szám tekintetében továbbra is jelentős Magyarország lemaradása az Európai Unióhoz és a világ fejlettebb gazdaságaihoz képest. Ugyanakkor európai összehasonlításban is biztató adat, hogy Magyarországon a szélessávú előfizetések aránya az összes internet-előfizetésen belül már megközelítette az 50%-ot, és az NSZS előrejelzése szerint 2006 végére eléri a 60%-ot.

A helyzetértékelés az erősségek közé sorolta emellett a hírközlési tarifák csökkenő trendjét, az infrastruktúrák közötti verseny szempontjából kiemelt jelentőségű, 70% feletti hazai kábeltelevíziós lefedettséget, az uniós összehasonlításban is kiugróan magas felsőoktatási és középiskolai internet- és számítógép-hozzáférési mutatókat, valamint azt a tényt, hogy a projekt keretében készült lakossági felmérés szerint az internet megítélése a lakosság körében alapvetően pozitív.

A hosszabb távú növekedési kilátások szempontjából azonban különösen aggasztó, hogy a magyar népesség közel 60%-a digitálisan írástudatlannak tekinthető: sem internet-, sem PC-használati tapasztalattal nem rendelkezik. Az IHM ezt a helyzetet célzott és a szolgáltatók bevonására építő kommunikációs és képzési projektekkel tervezi megváltoztatni. A stratégia a prioritások kijelölésénél főként a hozzáférés, a tartalom és az esélyegyenlőség problémájára koncentrálna, és az alábbi konkrét stratégiai célokat fogalmazza meg:

a szélessávú internetpenetráció (100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma) 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Közigazgatási szolgáltatások igénybe vétele 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

az e-Kereskedelem részaránya 2008 végéig eléri az EU átlagát, 2013 végéig az EU 15 átlagát;

90%-os lakossági szélessávú lefedettség 2008 végéig, teljes lefedettség 2010-ig;

a „digitálisan írástudatlan” lakosság részaránya 2008-ig kevesebb, mint 50%, 2013-ig kevesebb, mint egyharmad.

A Szélessávú Közmű program finanszírozására a 2006-os költségvetési évben mintegy 17-18 milliárd forint szükséges. Ebből az összegből a különböző determinációk miatt (Közháló, GVOP programok) mintegy 10-11 milliárd forint részben az IHM költségvetésében, részben a 2004-2006-os Nemzeti Fejlesztési Tervben (NFT I.) biztosított.

Az adókedvezmények becsült 5 milliárd forint körüli forrásigénye a központi költségvetést terhelő tételként jelenik meg. A fejlesztéspolitikai eszközök finanszírozásához az IHM 2006. évi költségvetéséből további mintegy 2 milliárd forint szükséges. A 2007-2013-as fejlesztési periódus tekintetében a „Szélessávú Közmű” keretében javasolt programok előzetes, indikatív forrásigénye 290 milliárd forint. Ez az összeg egyaránt magában foglalja a várható magán-, uniós és nemzeti finanszírozást.

Az előzetes számítások szerint a közoktatás esetében a legmagasabb a becsült forrásigény: az „Intelligens iskola” program a Szélessávú Közmű finanszírozási igényének több mint 70 százalékát jelenti. (sg.hu, 2005. 04. 20.)

fogadtatás, gazdaság, technológia, fogyasztás

Digitális start 2007-ben

A magyar kormány március 2-i ülésén megtárgyalta és elfogadta a földfelszíni digitális televíziós műsorszórásra való átállás stratégiai célkitűzéseiről és az elsődleges kormányzati feladatokról szóló előterjesztést. E szerint a kormány elsődleges feladata a szolgáltatás elindítását lehetővé tevő szabályozási környezet kialakítása és a szükséges frekvenciák biztosítása. A tervek szerint a szolgáltatás 2007-ben indulhat el az ország sűrűn lakott területein. A fokozatos kiterjesztést követően az analóg műsorszórás teljes leállítása 2012-re várható.

A DVB-T elindításával kapcsolatban alapvető kérdés az állami szerepvállalás mértéke. Megoszlanak a vélemények arról, hogy az állam lehet-e finanszírozója, indirekt vagy közvetlen támogatója: a kormányhatározat-tervezet jelenleg az állami szerepvállalás „minimum-verzióját” tartalmazza. A szolgáltatóknak és/vagy a felhasználóknak (például a digitális vételhez szükséges set-top-boxok beszerzéséhez) nyújtott támogatásokat a kormányzat a következő néhány évben nem tervez. A fiskális támogatást az EU amúgy sem nézi jó szemmel: Németországban és Svédországban Brüsszel már vizsgálatot folytat a műholdas és kábeles szolgáltatók által sérelmezett támogatások kapcsán. Az ügy lezárásáig az Unióban minden, a földfelszíni digitális műsorszóráshoz kapcsolódó állami támogatást befagyasztanak. A kábelszolgáltatók üdvözlik, hogy az anyagban konkrétan is szerepel: a digitális televíziózáshoz szükséges állami támogatás csak technológia-semleges módon biztosítható, ám kifogásolják, hogy az előterjesztés kifejezetten a földi digitális sugárzás elindításának módját részletezi és nem ad átfogó koncepciót, pedig a háztartások vételi mód szerinti megoszlását tekintve a kábeltelvíziót elérők aránya a legnagyobb, 60 százalék. A UPC az év második felétől tervezi elindítani a digitális műsortovábbítást. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 04. 15., 8.old.)

EU, gazdaság, szabályozás, technológia