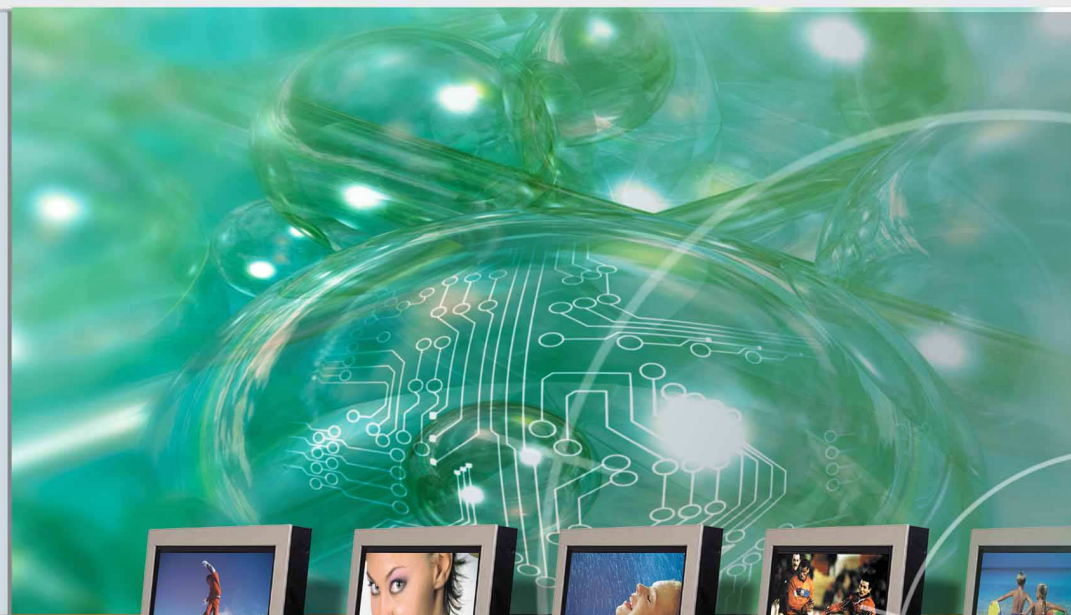


Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából



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

Készítette:

Paál Vince

MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE

2005. július

Tartalomjegyzék

<i>Bevezető magyarázatok</i>	<i>3</i>
<i>Érdekképviselés</i>	<i>6</i>
<i>EU</i>	<i>7</i>
<i>Felhasználási jog</i>	<i>9</i>
<i>Fogadtatás</i>	<i>10</i>
<i>Fogyasztás</i>	<i>18</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>25</i>
<i>Rendezvény</i>	<i>35</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>36</i>
<i>Társaság</i>	<i>45</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>48</i>
<i>Technológia</i>	<i>53</i>

Bevezető magyarázatok

Az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet 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

felhasználási jog: valamely médium vagy médiatermék felhasználásának, hasznosításának joga

fogadtatás: a média-szakma önreflexiói (ide tartoznak a szakma által adott díjak, kitüntetések stb. is) „díj”. A társadalom valamely szereplő(jére/ire) a média által gyakorolt hatás, amely a társadalmi szereplő/k reakciójában érhető tetten („reak.”). A médiával kapcsolatos vélemények, kommentárok („komm.”). 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

rendezvény: médiarendezvényekről, filmfesztiválokról szóló híradások

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 hírnél több komponense lehet, ezért ezek egyidejűleg több kategóriába is besorolást nyertek.

A hírek tartalmáért felelősséget nem vállalunk, s az esetleges tárgyi tévedések javítása nem áll módunkban, azt nem tekintjük feladatunknak.

Érdekképviselet

Saját internetet akarnak a törökök

Saját root szervert akar országának a török informatikusok szövetsége, elsősorban azért, hogy szabadabban gazdálkodhasson a doménnevekkel. A vágy azonban külpolitikai felhangokat is kapott: a török netheadeknek elégük van abból, hogy a hálót érintő lényeges kérdésekben az amerikai kereskedelmi minisztérium delegáltja, a szigorú ICANN dönt. A szervezet azután állt elő a tervvel, hogy az Egyesült Államok kereskedelmi minisztériuma bejelentette: továbbra is meg akarja őrizni az irányítást a netes forgalmat irányító root szerverek felett.

A török szervezet azt fontolgatja, hogy a Public-Root nevű nonprofit szövetség alternatív hálózatára csatlakozik, amely tíz országban állítana fel tizenhárom alternatív forgalomirányító root szervert. A szövetség célja többek között, hogy a holland székhelyű Unified Identity Technologyval közösen létrehozza a felsőszintű domainnevek nélküli webcímek rendszerét: ebben a modellben eltűnhetne például a .com vagy a .net végződés, és optimális esetben elég lenne egyetlen szót (pl. index) a böngészőbe írni ahhoz, hogy bejőjjön a szájt. A szövetség tagjai azonban ennél távolabb látnak: „A rendszer olyan független hálózathoz vezethetne, amelyet az Egyesült Államok növekvő beavatkozása miatt aggódó országok használhatnának”, nyilatkozta a török informatikusok elnöke, Turhan Mentesz.

Azok az alternatív szolgáltatók azonban, amelyek hajlandóak például új felső szintű doménneveket bevezetni, azt kockáztatják, hogy rendszerük nem lesz kompatibilis a monopolhelyzetben lévő ICANN-ével, így az internet darabokra hullik, hiszen a címek önkényessé válnak. Erre a veszélyre figyelmeztetett az ICANN szóvivője, Kieran Barker is, amikor azt mondta az AP-nek: „A globális, interoperábilis internet összes jótéteménye megkérdőjeleződhet”, ha mindenki kényére-kedvére foglalkozhat a netforgalmat irányító gépek adminisztrációjával. A török hírközlési felügyelet szerint viszont nem eszik olyan forrón a kását. A szervezet egyik tisztviselője, Musztafa Alkan szerint a török informatikusok nem az amerikai ellenőrzés elől akarnak kibújni, csak az országon belüli netezést igyekeznek megkönnyíteni. (index.hu, 2005. 07. 08.)

érdekképviselet, szabályozás

EU

Uniós médiaprogram az új tagországok filmművészetének támogatására

Az átlag feletti mértékben nőtt az új EU tagországokban a mozilátogatók száma. A becslések szerint a tíz tagállamban átlagosan 16 százalékkal, egyedül Lengyelországban pedig 40,5 százalékkal több mozijegy fogyott. Az EU Bizottság azt javasolja, hogy az uniós Media program költségvetését a 2007-2013-as időszakra duplázzák meg, emeljék 1 milliárd euróra, ezzel segítenék az új tagországok filmművészetének fejlődését. (stop!.hu, 2005. 07. 06.)

EU, fogyasztás, gazdaság

Páneurópai szerzői jogi koncessziót szorgalmaz az EU az online zenei szolgáltatásokhoz

Az Európai Bizottság az összes uniós tagállamra egyszerre érvényes szerzői jogi koncesszió kidolgozását szorgalmazza az internetes zeneáruházak számára.

Jelenleg ha valaki üzleti célú online zeneletöltő szolgáltatást szeretne indítani Európában, akkor mind a 25 uniós tagállam illetékes engedélyeztetési testületénél végig kell járnia a szükséges, sokszor nem is olcsó procedúrát. Mindez igen komoly versenyhátrányba hozza az Egyesült Államokkal szemben az öreg kontinentst: az amerikai online zeneszolgáltatók bevétele tavaly átszámítva 207 millió euró volt, szemben az európai 27,2 millióval. Becslések szerint a szakadék az idén tovább nőhet, 500 millió/106,4 millió eurós arányokkal az Egyesült Államok javára. Charlie McCreevy, az EU belső piacokért és szolgáltatásokért felelős biztos a ügyben kiadott közleményében leszögezi, hogy az egységes szerzői jogi koncesszió hiánya hátráltatja az európai székhelyű online szolgáltatások elindítását. (prim.hu, 2005. 07. 08.)

EU, gazdaság, szabályozás

Az EU gyorsítani kívánja a vezeték nélküli internet európai terjeszkedését

Az EU Bizottsága új rádiófrekvenciát biztosított annak érdekében, hogy felgyorsítsa az internet vezeték nélküli elérésének folyamatát az európai internetcávézóknak és repülőtereken. Az EU Bizottsága elérhetővé tette az 5 gigahertzes (GHz) sávot a WiFi technológia számára; e technológiát használják a laptopok nagysebességű, vezeték nélküli internetcapcsolatának biztosítására. Az új frekvencia lehetővé teszi másodpercenként 50 megabit továbbítását, ami lényeges többletet jelent a jelenlegi – eredetileg a mikrohullámú sütőknél használt – 2,4 GHz-s hullámásáv 10 megabites teljesítményéhez képest.

Az új frekvencia mind a 25 tagországban elérhető lesz majd; a Bizottság azt szeretné, ha a tagországok novemberig megtennék az ehhez szükséges lépéseket, bevezetnék a szükséges módosításokat.

Japán és az Egyesült Államok szintén dolgozik a – katonai és a műholdas szolgáltatásokban is felhasznált – 5 GHz-s frekvencia WiFi általi használhatóságán. Ez a frekvencia lehetőséget biztosít majd szerte a világon az internetes hangtovábbítást segítő csomópontok elérésére – ezzel elkerülhetővé téve a mobiltársaságok által felszámított magas roaming-díjakat. Ezen csomópontok száma Nyugat-Európában a tavalyi 26 ezerről az idei esztendő végére várhatóan 45 ezerre nő majd; jelenleg az ázsiai-csendes-óceáni régióban 29.400, az Egyesült Államokban 22.700 ilyen pont van.

Piaci elemzések szerint a WiFi használók száma az elkövetkező három évben a jelenlegi 120 millióról 500 millió fölé emelkedik. A gyártók már megkezdték olyan berendezések szállítását, melyek mindkét sávot képesek használni. (mti.hu, 2005. 07. 14.)

EU, fogyasztás, technológia

Terrorizmus – Az USA után az EU is egy évig megőrzi az internetes adatokat

Az internetszolgáltatók hat hónapig, a telefontársaságok egy évig lesznek kötelesek megőrizni a náluk lévő adatokat. Az ok a terrorizmus. Hosszú viták után Brüsszel is lép a terrorizmus-ellenes küzdelem terén. Lapértésülés szerint kompromisszumot kötött Franco

Frattoni igazságügyért, szabadságjogokért valamint biztonsági kérdésekért felelős biztos és Viviane Reding , az információs társadalom biztosa. A két vezető EU-politikus uniós irányelvet készül előterjeszteni, amely a telekommunikációs cégeket az adatok megőrzésére kötelezi: internet -forgalmazás esetén 6 hónapig, minden egyéb, telefonos kapcsolat esetében 1 évig.

Az eddigi gyakorlat szerint 90 napig kellett őrizni az adatokat. A telekom-társaságok százmillió eurós nagyságrendű többletköltségektől tartanak.

A direktíva a kapcsolási számokat veszi célkeresztbe, nem a beszélgetések tartalmát. Adatvédők ennek ellenére a polgárok alapvető szabadságjogainak érvényesülését féltik. (nol.hu, 2005. 07. 21. és ma.hu, 2005. 07. 25.)

EU, szabályozás

Felhasználási jog

Az RTL Klub sugározhatja a futball-vb-t

A labdarúgó-világbajnokságok magyarországi televíziós közvetítéseinek történetében először nem a közszolgálati MTV, hanem egy kereskedelmi csatorna, az RTL Klub tűzheti majd képernyőjére a világ legrangosabb futballeseményének mérkőzéseit.

Az RTL Klub műsorstruktúrája és műsorszerkesztési prioritásai miatt nehezen képzelhető el, hogy a kereskedelmi csatorna az összes találkozót adja, ellenkező esetben viszont a meccsek egy részét tovább értékesítheti majd a Magyar Televízióknak vagy a sporttelevízióknak. Héder Barna, a sportosztály vezetője a Nemzeti Sport Online-nak megerősítette, hogy a szerződés mind a 64 mérkőzés közvetítéséről szól, azonban minden találkozót valószínűleg nem tudnak közvetíteni, ezért a tervek szerint más televíziókkal „közösödnek majd”.

„Nagyon szomorú vagyok, hogy az alutámogatottságunk miatt nem tudtunk eleget ajánlani a közvetítésért” – idézte a távirati iroda Rudit. „Hiába ajánlottunk sokat, a nézettségi mutatókért harcoló kereskedelmi televíziókkal szemben ez is kevés. Miközben náluk alig van a képernyőn sport, ezekre a nagy eseményekre rögtön lecsapnak.” Rudi szerint nemcsak az MTV vesztett azzal, hogy a FIFA nem az EBU-nak (az európai közszolgálati televíziókat tömörítő szövetségnek) adta el a németországi meccsek jogait, hanem a svájci Infront médiaügynökségnek, mert ők fizettek a legtöbbet. A FOCI VB-t az MTV eddig azért tudta közvetíteni, mert az európai közszolgálati csatornák szervezete kizárólag saját tagjainak engedte át a jogokat. (nemzetisport.hu, 2005. 07. 01., Népszava, 2005. 07. 02., 4. old.)

felhasználási jog, fogadtatás (komm.) gazdaság

Fogadtatás

Az RTL Klub sugározhatja a futball-vb-t

A labdarúgó-világbajnokságok magyarországi televíziós közvetítéseinek történetében először nem a közszolgálati MTV, hanem egy kereskedelmi csatorna, az RTL Klub tűzheti majd képernyőjére a világ legrangosabb futballeseményének mérkőzéseit.

Az RTL Klub műsorstruktúrája és műsorszerkesztési prioritásai miatt nehezen képzelhető el, hogy a kereskedelmi csatorna az összes találkozót adja, ellenkező esetben viszont a meccsek egy részét tovább értékesítheti majd a Magyar Televíziónak vagy a sporttelevíziónak. Héder Barna, a sportosztály vezetője a Nemzeti Sport Online-nak megerősítette, hogy a szerződés mind a 64 mérkőzés közvetítéséről szól, azonban minden találkozót valószínűleg nem tudnak közvetíteni, ezért a tervek szerint más televíziókkal „közösödnek majd”.

„Nagyon szomorú vagyok, hogy az alultámogatottságunk miatt nem tudunk eleget ajánlani a közvetítésért” – idézte a távirati iroda Rudit. „Hiába ajánlottunk sokat, a nézettségi mutatókért harcoló kereskedelmi televíziókkal szemben ez is kevés. Miközben náluk alig van a képernyőn sport, ezekre a nagy eseményekre rögtön lecsapnak.” Rudi szerint nemcsak az MTV vesztett azzal, hogy a FIFA nem az EBU-nak (az európai közszolgálati televíziókat tömörítő szövetségnek) adta el a németországi meccsek jogait, hanem a svájci Infront médiaügynökségnek, mert ők fizettek a legtöbbet. A FOCI VB-t az MTV eddig azért tudta közvetíteni, mert az európai közszolgálati csatornák szervezete kizárólag saját tagjainak engedte át a jogokat. (nemzetisport.hu, 2005. 07. 01., Népszava, 2005. 07. 02., 4. old.)

felhasználási jog, fogadtatás (komm.) gazdaság

Fődíjat kapott a Sorstalanság Lengyelországban

Koltai Lajos filmje nyerte el az Arany Szőlőfűrt díjat a lagówi filmfesztiválon – az alkotás hamarosan más európai országokban és Amerikában is látható lesz a mozikban.

A filmunió a Sorstalanság sikere mellett közölte azt is: a 35. „Lubuskie Film Nyár” elnevezésű lengyelországi fesztiválon különdíjjal jutalmazták Koltai Róbert Világszám című filmjét. (mtv.hu, 2005. 07. 04.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Lengyelország – BBC rádió indulhat Varsóban

A BBC még az idén elindítja Varsóban fogható hírrádióját. A brit közszolgálati adó már be is nyújtotta a lengyel Rádió- és Televíziótanácsához (KRRiTV) a frekvenciakérelmét. Bár a testületnek az elbírálásra kilenc hónap áll rendelkezésére, várhatóan hamarabb döntést hoznak, mivel a frekvenciára kizárólag a BBC pályázik.

A rádióadó napi 12 órát sugároz majd, így megfigyelők nem számítanak arra, hogy radikálisan átrendezi a varsói rádiópiacot. (kreativ.hu, 2005. 07. 05.)

fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Milliárdokat költenek Magyarországon a külföldi filmek

Milliárdokkal többet költenek a külföldi filmek Magyarországon a tavaly hatályba lépett filmtörvénynek köszönhetően. Az első negyedévben két másik produkció esetében is megindult a nyilvántartásba vételi eljárás, amely szükséges ahhoz, hogy a készítők igénybe vehessék a 20 százalékos adókedvezmény formájában megjelenő közvetett állami támogatást. Április óta három animációs film kért úgynevezett tényellenőrzést az adókedvezményhez, és öt koprodukciós alkotás is szerepel a forgatások felsorolásában, így például Tarr Béla új filmje, a Londoni férfi. A Nemzeti Filmiroda jelentése szerint az első negyedévben több mint 78 millió forintról adtak ki adóigazolást tizenöt különböző produkció számára. Ezek zöme játékfilm volt, de szerepelt köztük öt dokumentumfilm és két kisjátékfilm is.

A Nemzeti Filmiroda tavaly év végéig összesen 25 adóigazolást adott ki 19 magyar és 3

külföldi produkció részére, összesen 693 millió forint értékben. (index.hu, 2005. 07. 06.)
gazdaság, fogadtatás (reak.)

A spyware megváltoztatja az internetezési szokásokat

Tízből kilenc internetező úgy nyilatkozott, hogy változtatott online időtöltési szokásain a kémprogramok (és egyéb internetes kártevők) jelentette fenyegetés miatt.

A Pew Internet and American Life Project egyik felmérése szerint az internetezők többsége az Egyesült Államokban már megtanulta, milyen fenyegetést jelentenek az olyan online veszélyek, mint a vírusok, trójai és kémprogramok stb. Ez kihatott az internetezési szokásokra is: a felmérés szerint az internetezők 90 százaléka már nem nyitja meg automatikusan az összes e-mail csatolmányát, ami a postafiókjába érkezik, illetve egyéb lépéseket is tesz az online pestis kivédésére.

A kutatás készítése során világossá vált, hogy az internetezők durván fele felhagyott bizonyos webhelyek meglátogatásával – ezekről ugyanis úgy sejtik, hogy nem kívánt programokat telepíthetnek a számítógépeikre. Negyedük nyilatkozott úgy, hogy pusztán a spyware miatt felhagyott a peer to peer file-csere hálózatokról való zene- és filmletöltéssel. 18 százalékuk bevallotta: annyira tart az ilyen fenyegetésektől, hogy lecserélte az addig használt böngészőjét. A kutatók úgy találták, hogy minden felhasználói tudatosság ellenére a fertőzött számítógépek aránya igen magas, hozzávetőleg 80 százalék. (terminal.hu, 2005. 07. 07.)

fogadtatás (reak.)

Ritkábban diplomáznak a tévéfüggő gyerekek

A Washingtoni Egyetemen készített felmérés eredményei szerint a tanulási képesség rovására megy, ha a gyerekek túl sok tévét néznek. Habár ugyanez a tanulmány azt is állítja, hogy a három és öt éves kor közötti tévézés bizonyos kognitív képességek fejlődését elősegítheti, mégis inkább a negatív hatásokat helyezik előtérbe. Ilyenek lehetnek az alacsony tanulmányi eredmények, vagy a tanulási módszerek rossz irányú kialakulása. Például a hatodik és hetedik osztályos tanulók körében végzett vizsgálat szerint a televízió előtt eltöltött idő fordítottan arányos az olvasási és házi feladat készítési képességekkel. A több mint 1700 gyerek tévézési szokásait hosszú távon figyelő kísérlet során azt is megállapították, hogy a hat és hét év közöttiek közül azok, akik három éves koruk alatt legalább napi két órát tévéztek, gyengébben teljesítettek olvasás és rövid távú memória szempontjából, mint kevésbé képernyő-függő társaik. Az egyik Új Zéland-i egyetem több mint 1000 fiatalot követett nyomon egészen felnőttkoráig, mely alapján megállapították, hogy intelligenciára vagy társadalmi háttérre való tekintet nélkül a tévézés igen erős hatással van a tanulásra. „Úgy tűnik, minél több az átlagos tévézés, annál kisebb az esélye egy magasabb végzettség elérésének” – állítja egy kutató, Dr. Bob Hancox. (origo.hu, 2005. 07. 08.)

fogadtatás (komm.)

Lengyel film kapta a Kristályglóbuszt Karlovy Varyban

A húszezer dollárral járó fődíjat Krzysztof Krauze Mój Nikifor (Az én Nikiforom) című filmjének ítélte a héttagú nemzetközi zsűri, melynek Mundruczó Kornél magyar rendező is tagja volt.

A Kristályglóbuszért versenyző filmek közül Mészáros Márta A temetetlen halott című, az 56-os eseményeket feldolgozó Nagy Imre-portréja képviselte Magyarországot. (index.hu, 2005. 07. 10.)

gazdaság, fogadtatás (díj), rendezvény

Egy jobban növekednek az online zeneboltok

A Nemzetközi Zeneipari Szövetség tegnap közleményben jelentette be a kiadók számára kedvező fejleményt, leszögezve, hogy idén eddig 180 millió dallam kelt el az online zeneboltokban. A szövetség szerint a szélessávú internet-hozzáférések folyamatos terjedése ezúttal nem a kalózoknak, hanem a legális terjesztőknek kedvezett, és az Egyesült

Államokban lefolytatott perek némileg bénítólag hatottak az illegális kereskedelemre. Ez már csak azért is jelentős fejlemény, mert az illegális másolatok száma 3 százalékkal (870-ről 900 millióra) nőtt, míg a szélessávú elérések száma 13 százalékkal emelkedett.

Az online zeneboltok sikere különösen szembetűnő az Egyesült Királyságban, Franciaországban és Németországban, ahol az idei első félév forgalma meghaladta a tavalyi év eredményeit. Ráadásul a legális oldalak száma egy év alatt szintén megháromszorozódott, és mára elérte a háromszázat. „Bebizonyítottuk, hogy a vásárlók nagy része a legális zeneletöltés felé tendál. Ez lehet egyrészt a felelősségre vonástól való félelem következménye, vagy annak felismerése, hogy egyes hálózatok korántsem biztonságosak. A trend változóban van, és ez mindenképpen jó hír a kiadóknak” – jelentette ki John Kennedy, az IFPI elnök-vezérigazgatója. (pcworld.hu, 2005. 07. 25.)

fogadtatás (reak.), fogyasztás

Tovább nő az illegális file-cserélők száma

Az online felmérésekkel foglalkozó Bigchampagne vállalat időről időre közzéteszi a P2P file-csere hálózatok elterjedtségéről mért eredményeit a Világhálón. A Terminál beszámol a legfrissebb felmérés eredményeiről.

Tavaly júniusban egy tetszőleges időpontot kiválasztva legalább 8,3 millió ember tartózkodott olyan hálózatokon, melyek illegális zenecserélésre is lehetőséget nyújtottak. Ez 19 százalékos emelkedés volt a 2003 júniusi, 6,8 milliós előző rekordhoz képest.

Az idei év júniusában 9 millió körül volt azok száma, akik az Interneten másokkal párhuzamosan online file-cserével foglalkoztak. Maga a file-csere tábor ennél jóval nagyobb, ez csak az egy adott időpillanatban fent levő internetezők átlagos számát jelzi.

A növekedést jól mutatja például az Edonkey hálózatának fejlődése: míg egy évvel ezelőtt ezt a technológiát használók összesen 3 millióan voltak, addig mára az elektronikus számár felhasználóinak száma már 9 millióra rúg. (hullamvadasz.hu, 2005. 07. 21.)

fogyasztás

Hollós János lett a Magyar Rádió ügyvezetője

Hollós János alelnököt bízta meg a Magyar Rádió Rt. ügyvezetésével Kondor Katalin, az intézmény július végén lejáró mandátumú elnöke.

A Magyar Rádió Rt. leköszönő elnökének nincsen hatásköre az utódlásáról bármilyen értelemben gondoskodni – kommentálta a hírt Gellért Kis Gábor kuratóriumi elnök, hozzátéve, hogy a kérdést rendező „belső jogszabály fogalmilag kizárja” ezt. (fn.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (reak.), szabályozás, társaság

Göblyös a Magyar Rádió élén, jogi vita lett belőle

Göblyös István gazdasági alelnököt nevezi ki a Magyar Rádió átmeneti vezetőjének a közszolgálati médium kuratóriumi elnöksége. Az úgynevezett tulajdonosi megbízott a jelenlegi elnök megbízatásának lejártá és az új vezető megválasztása közötti időszakban vezeti a rádiót – közölte Gellért Kis Gábor, a testület elnöke.

Másik határozatában a kuratóriumi elnökség kimondta, hogy a leköszönő elnök, Kondor Katalin múlt heti döntése, amellyel a másik alelnököt, Hollós Jánost ügyvezetővé nevezte ki, „jogszabálysértő és ezért a törvény erejénél fogva semmis”.

Az ügyvezetőnél szűkebb jogkörrel bíró tulajdonosi megbízottként Göblyös István feladata „az interregnum menedzselése”. (nol.hu, 2005. 07. 18.)

fogadtatás (reak.) társaság, szabályozás

Az Oktatási Minisztérium megszüntette a pedagógiai folyóiratok támogatását

A Köznevelés kivételével már az idei évtől megszünteti a pedagógiai lapok támogatását az Oktatási Minisztérium. Ez mintegy félszáz kiadványt érint, benne nagy múltú szakmai folyóiratokat éppúgy, mint néhány éve piacon lévő, hiánypótló orgánumokat.

A döntés következtében a lapok túlnyomó többsége – mivel a központi támogatás volt eddig

az egyedüli vagy legalábbis a fő működési forrásuk – valószínűleg megszűnik.

Az eljárás több szempontból is aggályos – hangsúlyozta Gyarmati Szabó Éva, a Pedagógiai Lapok Egyesületének elnöknője. – Egyrészt most, amikor az oktatás minden szintjét érintő alapvető változások, reformok zajlanak, betömni a meglévő és jól működő szakmai kommunikációs csatornákat, több mint hiba. Másrészt számos lap, bízva abban, hogy az elmúlt évekhez hasonlóan, ha késve is, de megkapja az éves támogatást, kölcsönt vett fel, hogy a tanév végéig megjelentethesse kiadványát, ám a késői döntés miatt a kölcsönt a jelenlegi helyzetben nem tudják visszafizetni. (nol.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (reak., komm.), tartalomkínálat

Minden tizedik netező vásárol spamben meghirdetett terméket

A felhasználók jelentős hányada – aki egyébként azt állítja, ki nem állhatja a spameket – a gyakorlatban mégis támogatja őket azzal, hogy azok feladóitól vásárol, illetve rákattint a reklámlevelekben lévő linkekre. A Mirapoint anti-spam cég és a Radicati Group piackutató csoport áprilisi online felmérése szerint – melyben csaknem 800 végfelhasználó vett részt, 34 százalékban az üzleti élet szereplői és 66%-ban fogyasztók, a felhasználók 11%-a fizet spamben meghirdetett termékért vagy szolgáltatásért, 9%-uk pedig már veszített pénzt e-mailes csalások miatt – olvasható a Mirapoint sajtóközleményében. Habár 39%-uk nem vesz semmit, elismerték, hogy rákattintanak a spambe ágyazott linkekre. A Radicati vezető elemzőjét is váratlanul érte a spameknek bedőlt internetezők igen magas száma. A hatékonyság visszaszorítása lenne a legegyszerűbb megoldás a problémára. Minden bizonnyal sokkal hatásosabb lenne a mostani spam szűrőknél, feladó azonosító programoknál, és a spamekre vonatkozó jogi intézkedéseknél. A felhasználók tájékoztatása, valamint néhány íratlan szabály betartása a spamekkel kapcsolatban – mint például az, hogy nem nyitunk meg ismeretlen eredetű üzenetet – létfontosságú lenne visszaszorításukban. (sg.hu, 2005. 07. 18.)

fogadtatás (reak., komm.), fogyasztás

A Viasat ráígért volna a műsorszolgáltatási díjra?

Szívesen pályázott volna a Viasat3 televízió országos pályázatért, de nem keresték meg. A médiahatóság ugyanis a két országosan fogható kereskedelmi televízió – az RTL Klub és a TV2 – szerződését versenyeztetés nélkül hosszabbította meg. A Viasat3 vezérigazgatója szerint azonban ők megfontolták volna, hogy ráígérjenek a mostani díjakra. (origo.hu, 2005. 07. 25.)

fogadtatás (reak.), gazdaság

Túl sokat tud a Google?

Nem sok magáncég birtokol több információt, mint a Google. A keresőcég szervertermei hatalmas adatmennyiséget őriznek, és nem csak nyolcmilliárd weboldal minden rezdülését figyelik, de azt is, hogy a felhasználó milyen gyorsan jut jól megérdemelt találatához. A kaliforniai vállalat folyamatosan bővíti profilját: virtuális világtérképet, saját levelezőrendszert és blogmotort is üzemeltet.

A Google tervei között szerepel saját online fizetési rendszer kiépítése, illetve digitális könyvtár alapítása. A képességek folyamatos bővülésével párhuzamosan növekszik az aggodalom, hogy a Google esetleg túl sokat tud.

A Google az egyes felhasználók keresőkifejezéseit például nem tekinti személyes adatnak, ezért az IP-címmel együtt eltárolja a szavakat, hogy a felhasználó gépén tárolt cookie-k (bitsütik) segítségével egyszerűbb legyen megismételni a kereséseket. Az IP-cím alapján viszont a szolgáltatókon át visszakereshető a felhasználó.

A hatalmas adatmennyiség ugyanis felkeltheti a bűnözők figyelmét. Megtörténhet, hogy a kereső adatbázisából zsarolási céllal nyernek ki információt, vagy a felhasználók digitális személyazonosságát tulajdonítják el.

A Google azt állítja, hogy csak törvényes felhatalmazás alapján ad ki adatokat, de az ilyen

hatósági megkeresések számát nem árulja el. Szakértők viszont az esetek számának növekedését jósolja. „Ha a Google egyre inkább az életünk része lesz, például csevegőszobák és blogok által, akkor egyre több adatkérés érkezik majd. A Google ugyanis már sokkal több, mint internetes kereső” – jelentette ki Mark Rasch vállalati tanácsadó, egykori államügyész. (index.hu, 2005. 07. 19.)

fogadtatás (komm.)

Reklámpiac – erősödik a DM és a web

A Bellwether Report legfrissebb, idei második negyedévi adatai szerint a hirdetőik csökkentik klasszikus médiabüdzséiket, és alternatív, olcsóbb kommunikációs csatornákon próbálják elérni célcsoportjaikat.

A Media & Marketing Europe arról ír, hogy egyre kedveltebb a DM és a web a hirdetőik körében, ugyanis a csökkentett költség miatt sok cég szívesen használja ezeket a viszonylag költség hatékony csatornákat üzenetei eljuttatásához. A költségcsökkentések legerősebben a klasszikus médiaköltségeket vetették vissza. Az Institute of Practitioners in Advertising (IPA) Bellwether Reportjából kiderült, hogy a hirdetőik 17 százaléka emelte médiakeretét, 58 százalékuk hasonló összeget szánt média megjelenésre, mint az előző negyedévben, 25 százalékuk pedig úgy nyilatkozott hogy csökkentették a költségeket. A legerősebben az autók, a média és a kereskedelmi szegmensek médiaköltségei estek vissza. (kreativ.hu, 2005. 07. 19.)

gazdaság, fogadtatás (reak.)

Lassul a reklámpiac bővülése

Kevesebbet jelennek meg a legnagyobb napi fogyasztási cikk FMCG-hirdetők az országos televíziókban, mint egy évvel korábban – tudta meg a Világgazdaság. A legnagyobb hús hirdető között található 11 vezető napi fogyasztásicikk-gyártó az év első felében 8,1 százalékkal kevesebbet reklámozott, mint egy évvel korábban – derül ki a Mediaedge:cia kutatási divíziója, a MediaLab elemzéséből. Közben a teljes piac 6,5 százalékkal zsugorodott 2004 első hat hónapjához képest.

A költségcsökkentés a reklámpiacra is hatással lehet. Szakértők szerint az idén nem lesz ekkora az emelkedés, mint tavaly volt.

Egyes nemzetközi tendenciák azt mutatják, hogy a jövőben tovább erősödhet az internetes hirdetések szerepe, és növekedhet a magazinokban, illetve a rádióban való reklámozás is. Ezt kiegészítendő, egyre több pénzt fordítanak a nem klasszikus kommunikációs csatornákra is, mint például az eladás helyén lévő reklámra vagy az üzletek saját lapjaiban történő megjelenésekre. (fn.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Magyar drogfilm nyerte Palicson a Tolerancia-díjat

Fliegauf filmje, a Dealer, a Párhuzamok és Ütközések kategóriában indult, és elnyerte a Tolerancia-díjat. A fesztivál főprogramjában Koltai Lajos Sorstalanság című alkotása versenyzett. A fődíjat, az Arany Torony-díjat Kristiu Puju román filmrendező Lazaresku úr halála című film kapta. A zsűri különdíját egy svéd rendező, Björn Runge Lélegzetvétel című alkotása nyerte el, közönségdíjas lett Radoszlav Spaszov bolgár filmrendező Ellopott szemek című filmje. (index.hu, 2005. 07. 24.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Az online médiafogyasztók médiafogyasztási szokásai

Az NRC Piackutató Kft. és a TNS által készített Visitor Media Research nevű kutatás évente kétszer, márciusban és szeptemberben ismétlődik. A vizsgálat a honlapok látogatóinak demográfiai jellemzőire, vásárlási és reklámattitűdjére kíváncsi. A tízezer fős reprezentatív minta az 1 millió 190 ezresre becsült, hetente legalább egy alkalommal internetező közönséget képezi le. A kutatás annak a csaknem száz magyar portálnak és weboldalnak a mérésére terjed ki, amelyek fizettek ezért.

Ami a televíziózást illeti, pár órát minden netező megenged magának naponta. Napi 1-2 órát

32,7 százalékuk ül a tévéfotelban, 32,6 százalékuk pedig akár 2-4 óráig hajlandó kapcsolni. A csatornaválasztás – a hazai televíziók között fennálló erőviszonyok ismeretében – meglehetősen kiszámítható: a hazai netezők csaknem kétharmada, 65,9 százalék szinte minden nap odakapcsol az RTL Klubra. A Nők Lapja Café weboldal olvasói 74 százaléka teszi ezt meg, a magyarnemzet.hu olvasóinak azonban csupán alig több mint felük, 51,7 százalék állította, hogy napi gyakorisággal követi az RTL Klub műsorait, 8,9 százalékuk pedig azt, hogy sosem nézi. A TV2-t szinte minden nap nézi a netezők 60,9 százaléka, ezen belül a Nők Lapja Café közönsége kiemelkedő 68,7%-os arányban nézi, míg a nemzetes és a sziget.hu-s olvasók 8,8 illetve 9,9 %-a inkább oda sem kapcsol soha.

Rádióhallgatással már kevesebb időt töltenek az internethasználó magyar emberek, legtöbbjük fél-egy órát (19,4 százalék) vagy 1-2 órát (19,7 százalék) hallgat hétköznap rádióműsorokat, s ezek az arányok lényegbevágóan az egyes szájtok olvasóközönsége esetében sem változnak.

A hazai internetezők közül legtöbben a Blikket (19,4 százalék), a Metrot (18,8%), megyei lapokat (18,1%) és a Népszabadságot (17,5 százalék) olvassák. (hvg.hu, 2005. 07. 25.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás

A magyar rádiókat is lefizetik?

A világ második legnagyobb lemeztársasága, a Sony BMG 10 millió dollárt fizet peren kívül, mivel több rádióállomást megvesztegetett, hogy az általa megjelentetett lemezeket népszerűsítsék. Az USA-ban egy 1960-as törvény tiltja, hogy a lemeztársaságok fizessenek a rádióállomásoknak.

Bár hasonló botrányra idehaza még nem volt példa, nem elképzelhetetlen, hogy a lemezkiadók, médiavállalatok, menedzserek némelyike él vagy élt már korábban ilyen módszerrel. Machán Frigyes, a Radio Café 98.6 vezető zenei szerkesztője szerint például ugyan a kisebb, alternatív adókat nyilvánvalóan nem éri meg lefizetni, de a nagy rádiókat szerinte Magyarországon is megkörnyékezik a kiadómogulok. Ezzel a véleménnyel nem ért egyet Vovesz Tibor, a Juventus programigazgatója, aki szerint a magyar médiapiacra ilyesmire még nem volt példa, s ha nem a minőséget vennék figyelembe, hallgatókat veszítenének, amit nem lehet pénzzel vagy más juttatással ellensúlyozni.

A Danubius közvéleménykutató cég segítségével szerez információkat hallgatói preferenciáiról. Ha egy dal nem tetszik a közönségnek, játszhatjuk azt akár napjában többször is, akkor sem lesz kedveltebb, így nem fűződik érdekünk ahhoz, hogy a kiadókat más módon segítsük – tette hozzá Csík Gabriella, a Danubius zenei igazgatója. (index.hu, 2005. 07. 27.)

fogadtatás (komm.)

Lassan terjed a szélessáv a németeknél

Lassú a szélessávú internet terjedése Németországban a szomszédos országokhoz viszonyítva – derül ki a Strategy Analytics piackutató cég közelmúltban megjelent tanulmányából. A társaság adatai szerint az év végére a német háztartások 24 százaléka rendelkezik majd gyors világhálós eléréssel, ugyanakkor Hollandiában 56, Svájcban 51, Dániában pedig 49 százalékos lesz ez az arány. A Strategy Analytics által készített felmérésben vizsgált 14 nyugat-európai országban a szélessávú internet kapcsolattal rendelkező háztartások száma átlagosan 33 százalékkal nő 2005 végére 2004-hez képest.

A piackutató cég elemzése szerint a gyors internet viszonylag lassabb németországi elterjedésére a mérsékelt verseny a magyarázat. A rendkívül tagolt és részben túlszabályozott helyi kábelpiac ugyanis nem képes komoly versenyre és ezzel a szélessáv gyorsabb terjesztésére kényszeríteni a korábbi monopolszolgáltatót, a Deutsche Telekomot. A tanulmány jóslata szerint 2010-re a nyugat-európai országokban a háztartások 63 százaléka már szélessávon kapcsolódik majd a világhálóra. (isite.hu, 2005. 07. 27.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia

Új magyar nyelvű rádiók Nagyváradban, Kézdivásárhelyen és Szalontán

Az Audiovizuális Tanács döntése alapján 29 új vagy már működő rádió kapott frekvenciát. Ezek közül Nagyváradban, Székelykeresztúron, Kézdivásárhelyen és Szalontán magyar tulajdonosú, magyar nyelvű rádiók is. Gáspárik Attila, a Tanács alelnöke, elmondta: 160 cég pályázott, például székelykeresztúri frekvenciát 12 pályázó igényelt. A trend az, hogy egyre nagyobb a rádióalapítási kedv, vélhetően a rádiós hirdetésekben rejlő növekvő potenciál miatt – emelte ki Gáspárik Attila. (transindex.hu, 2005. 07. 28.)

fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

A lapkiadás helyzete Magyarországon

A nyomtatott sajtót a legtöbb európai ország különleges elbánásban részesíti a többi ágazattal szemben, mert a demokrácia egyik letéteményesének tekintik, s fontos szerepet tulajdonítanak neki az analfabétizmus, illetőleg a funkcionális analfabétizmus visszaszorításában. Az Európai Bizottság ajánlást fogadott el a lapkiadás áfájának kedvezményes körbe való sorolásáról. Ennek megtevelően az Európai Unióban a lapkiadás áfája átlagosan 4,5 százalék volt a bővítés előtt. Magyarországon ugyanakkor a 12 százalékos áfakulcs megszűnésekor a lapkiadás a kedvezményes 5 százalékos helyett a 15 százalékos körbe került. Más európai országokban ismeretlen a kulturális járuléék, amely nálunk a lapkiadást sújtja. Ezért a Magyar Lapkiadók Egyesülete (MLE) szeretné elérni a lapkiadás kedvezményes áfa-körbe való sorolását és a kulturális járuléék szélesebb bázisra helyezését, a jelenlegi egyszázalékos kulcs jelentős csökkentése mellett. A kedvezményes adózás révén náluk maradt több pénzből a kiadók a jelenleginél több lapot indíthatnának, hirdetési felületet kínálva a gazdasági szereplőknek. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése európai összehasonlításban igen alacsony. Miközben a televízió részesedése magas. Az alacsonyan megszabott koncessziós díjak miatt ugyanis a kereskedelmi televíziók alacsony reklámtarifa mellett is nagy nyereséget tudnak elérni, az olcsó tévéreklám pedig elszívja a sajtótól a hirdetőket. A tévék pénzelszívó hatása miatt a többi médium lassabban fejlődik, mint más európai országokban. Célszerű lenne a koncessziós díjak e szempontból való felülvizsgálata. Miközben nemzetközi szinten a kiadói árbevétel 60-70 százalékát adja a lapár és 30-40 százalékát a hirdetés, addig itthon 50-50 százalék körüli ez az arány. A hirdetési árbevétel magas aránya kiszolgáltatottá teszi a kiadókat a hirdetőknél, ugyanis minél nagyobb arányt képvisel ez árbevételben a hirdetés, annál nagyobb szerepet játszik a lap tartalmában. Ez is az áfa csökkentése mellett szól. Alacsonyabb áfa mellett ugyanis a nagyobb példányszámban elkelt lapokból nagyobb lehet a lapárból származó bevétel aránya. Az áfa 15 százalékra való felemelése mintegy 8 milliárd forintot vont el a kiadóktól, ami a lapindítási potenciált gyengítette, és elsősorban az igényesebb réteg-lapok bevezetését akadályozza.

Sajtóalappal rendelkezik Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Franciaország, Hollandia, Norvégia, Olaszország és Svédország. A sajtóalapok felállítása után a legtöbb helyen a lapok eltávolodtak a politikai pártoktól (miközben irányultságukat megőrizték), a korábbinál kevesebb országos és regionális lap szűnt meg, vagy éppen bővült a kínálat. A trend alól kivétel Belgium, Franciaország és Hollandia, ahol szakértők egybehangzó véleménye szerint rosszul szervezték meg a rendszert. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése alacsonyabb, mint a televízióé. Hazánkban főmúsortidőben több tévéreklám fut, mint Angliában. A hirdetők annak ellenére preferálják az olcsó tévéreklámot, hogy – mint a Szonda Ipsos és az MLE közös „Az írás megmarad” nevű kutatása megállapította – a tévében és a sajtóban együtt futó reklámkampányok 7 százalékkal hatékonyabbak, mint a kizárólag a televízióban látottak. (Lapkiadás, 2005. 07. 06., 6-9. old.)

fogadtatás (komm.), gazdaság, fogyasztás

Kihal-e a betárcsázós internet?

Magyarországon az internetellátottsághoz képest viszonylag nagy a szélessávú hozzáférések aránya. Kérdés, hogy végleg leáldozott-e a betárcsázós (dial-up) internetnek, és valóban a

dinoszauruszok sorsára jutnak-e a modemes összeköttetések. Nem! A tömegesen használt technológiák nem szűnnek meg, legfeljebb más szerepkört kapnak. A betárcsázós internet pontosan arra a legjobb és legolcsóbb megoldás, amire az emberek egy része mindig is használni fogja a netet: e-mailezésre, hírek olvasására, tájékozódásra, csevegésre. Bármilyen piackutatási adatot megnézünk, kiderül: az emberek nagy többsége az internetet elsősorban ezekre a feladatokra használja. Ezekhez pedig bőven elegendő az olcsó keskenysáv. És a lakosság egy részének az ár mindig is fontos szempont lesz. (IT-Bisuness, 2005. 07. 12., 11. old.)

fogadtatás (komm.)

Fogyasztás

Ausztriában majdnem teljes a 3G lefedettség

A Mobilkom Austria előfizetői számára hamarosan teljes országos lefedettséggel rendelkezésre áll majd a szélessávú internetelérhetőség. A harmadik generációs UMTS rendszer lefedettsége jelenleg 62 százalékos, az EDGE szélessávú technológia pedig további 35 százalékot fed le. A teljes lefedettség tehát 97 százalékos.

A Mobilkom mobil szolgáltatási forgalmának jelenleg 17 százalékát teszi ki az adatátviteli díj, amiből 9 százalékpont esik az SMS-ekre. Tavaly az adatforgalom részaránya még 13 százalékos volt. Az év végéig pedig a becslések szerint 25 százalék körülire emelkedik.

A Mobilkom eddig több mint 30 ezer UMTS adatkártyát értékesített. A negyedik negyedévben megkezdte a laptopokban használható adatkártyák értékesítését is, amelyek EDGE forgalmazásra is alkalmasak lesznek. (index.hu, 2005. 07. 01.)

fogyasztás, technológia

Az internetet a szlovákok csaknem 40 százaléka használja

Szlovákia lakosságának csaknem 40 százaléka használja az internetet 15 év felett. A 15 és 30 év közötti időszakban a legkimagaslóbb az arány: az internetet használók aránya ebben a kategóriában eléri a 65 százalékot is. Az esetek 90 százalékában aktív internetfelhasználókról van szó: a felméréstől számított előző hónapban legalább egyszer rácsatlakozott a felhasználó a világhálóra. Az internet – területi nézőpontból – a pozsonyi megyében a legelterjedtebb, ahol az internetet a megkérdezettek több mint ötven százaléka használja. Szlovákia többi megyéjében az internet felhasználása a tizenöt év felettiek körében alatta marad ennek az értéknek. A felmérésből kiderül: a megkérdezett szlovákok többsége az internetet munkahelyén használja, a megkérdezettek egyharmada otthon csatlakozik a világhálóra. (mno.hu, 2005. 07. 01.)

fogyasztás

Az új tagállamok közül Magyarország élen jár a filmgyártásban

Az Európai Unió új tagországai közül tavalyelőtt Magyarországon készült a legtöbb mozifilm, összesen huszonegy – derül ki az adatokból, amelyeket az Európai Bizottság tett közzé, a Karlovy Varyban kezdődő filmfesztivál alkalmából.

Az adatok szerint 2000-2003 között a tíz új országban évente összesen 72-95 egész estés játékfilm készült. Magyarországon az említett négy évben rendre 21, 22, 24 és 21 ilyen típusú alkotásról tud a brüsszeli bizottság, szemben például a jóval nagyobb lakosságú Lengyelország 22, 29, 30 és 20 filmjével.

A bizottság adatokat közölt a filmek átlagos költségigényéről is. Litvániában 300 ezer, Észtországban 330 ezer euró egy film átlagos költségvetése, a harmadik helyen Magyarország áll 450 ezer euróval – a költségvetés minden más új tagországban meghaladja a 600 ezer eurót.

Tavaly az EU-országokban összesen több mint egymilliárd mozijegyet adtak el. Az új tagországok között Lengyelországon 33,4, Magyarországon 13,7 millió, Csehországban 12 millió belépő fogyott, a többi országban az eladott jegyek száma 3 millió vagy annál kevesebb volt. Magyarországon 2000-től rendre 14,3, 15,7, 15,3, 13,7 és 13,7 millió néző látogatott el évente moziba a jegyeladások szerint.

Magyarországon 2003-ban 9 százalékos volt a nemzeti gyártású filmek vetítésének aránya, míg az Európai Unió többi tagországában készült filmek részesedése elérte a 44 százalékot. Minden új tagállamban 10 százalék alatti volt a helyi készítésű filmek aránya (kivéve Lengyelország 11 százalékkal), míg az európai arány csak Magyarországon haladta meg a 40 százalékot. (magyarország.hu, 2005. 07. 01.)

gazdaság, fogyasztás

Unió média program az új tagországok filmművészetének támogatására

Az átlag feletti mértékben nőtt az új EU tagországokban a mozilátogatók száma. A becslések szerint a tíz tagállamban átlagosan 16 százalékkal, egyedül Lengyelországban pedig 40,5 százalékkal több mozijegy fogyott. Az EU Bizottság azt javasolja, hogy az uniós Media program költségvetését a 2007-2013-as időszakra duplázzák meg, emeljék 1 milliárd euróra, ezzel segítenék az új tagországok filmművészetének fejlődését. (stop!.hu, 2005. 07. 06.)

EU, fogyasztás, gazdaság

Láthatáron a filléres olcsó mobiltelefonok

A Philips azt a célt tűzte ki maga elé, hogy minden korábbinál olcsóbb, lényegében filléres mobiltelefonok révén a világ szegényebb régióiban több milliárd új vásárlót szerez magának. A nagyszabású fejlesztési projekt egyik legfontosabb eleme egy körülbelül 5 dollárba kerülő integrált hardver-szoftver platform, melyre építkezve hamarosan megjelenhetnek majd a kereskedelmi forgalomban az első 20 dolláros, illetve még ennél is olcsóbb készülékek. Mostanság már a Föld lakosságának több mint 77 százaléka mobiltelefonos hálózatok által lefedett régiókban él, azonban a lakosoknak még csak mintegy 25 százaléka rendelkezik mobil előfizetéssel, illetve készülékkel – nyilatkozta Thierry Laurent, a Philips Semiconductors üzletfejlesztési részlegének alelnöke. (terminal.hu, 2005. 07. 06.)

fogyasztás, gazdaság

Mi történik a műtőasztalon? Élő webes közvetítés

Egy kis, egyesült államokbeli cég, az Slp3d olyan webes közvetítéssel (webcasting) foglalkozik, melyet direkt orvosok számára üzemeltetnek. Használatával élő adásban lehet nyomon követni valódi műtőszobákban zajló operációkat – a vállalat ezt eredetileg oktatási célból kínálta a doktorok részére. A webes közvetítés ugyanis lehetővé teszi, hogy az adott terület specialistái, a legjobb sebészek úgy demonstrálhassák egy-egy műtét elvégzését a távolban levő kollégáknak és orvostanhallgatóknak, hogy sem a beteget nem kell szállítani, sem a „résztvevőknek” nem kell odautazni.

Időközben azonban kiderült, hogy ezekre a beavatkozásokra a hétköznapi emberek is kíváncsiak – mára már a nézők 70 százalékát a gyógyászathoz páciensként kötődő internetezők adják, számolt be a fejleményekről Ross Joel, az Slp3d kereskedelmi és marketingigazgatója. Természetesen az, hogy valakiről műtét közben felvétel készüljön, csak akkor lehetséges, ha az operálandó páciens az esemény előtt beleegyezik ebbe. Habár egy-egy alkalommal az Slp3d 35-40 ezer dollárt is felszámol a webes műsorszórásért, mégis megéri ez a kórházaknak, hiszen az oktatás mellett komoly reklámértékkel is bír a leendő páciensek felé. (terminal.hu, 2005. 07. 07.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

164 millióan szélessávon

A Point Topic most megjelent tanulmányából kiderül, hogy a világon 2005 első negyedévének végén összesen 164 millió szélessávú internetkapcsolat működött.

Az előző év hasonló időszakával összehasonlítva ez 52 milliós emelkedést jelent, a gyorsuló ütemet az is jelzi, hogy az 52 millióból 28 millió az időszak második felében került kiépítésre. A technológiák közül továbbra is a DSL a legnépszerűbb, összesen 107 millió előfizető kapcsolódik így a világhálóra, ami 65%-os részesedést jelent. A DSL egyedül az Egyesült Államokban és Kanadában nem a legnépszerűbb (itt a kábel modem aránya 59 illetve 52 százalék), máshol viszont egyértelmű a dominanciája, különösen Nyugat-Európában: Nagy-Britannia és Olaszország esetében részaránya több mint 70%, míg Németországban gyakorlatilag majdnem minden broadband kapcsolat ezen a technológián alapul.

A szélessávú előfizetők száma alapján: 1. USA, 2. Kína, 3. Japán, 4. Dél-Korea, 5. Franciaország, 6. Németország, 7. Nagy-Britannia, 8. Kanada, 9. Olaszország, 10. Tajvan.

A szélessávú előfizetések számában 2005 első negyedévében a legnagyobb arányú

növekedést elérő országok: 1. Törökország, 2. Thaiföld, 3. Lengyelország, 4. Csehország, 5. Litvánia, 6. Szlovénia, 7. Ausztrália, 8. Venezuela, 9. Új- Zéland, 10. Mexikó. (sg.hu, 2005. 07. 07.)

fogyasztás, technológia

Egyre több nő internetezik Németországban

A hamburgi székhelyű Fittkau & Maass Ügynökség által készített tanulmány legfontosabb megállapítása, hogy napjainkra már szinte teljesen kiegyenlítődött az internetezők nem szerinti megoszlása. A német internetezők 54 százaléka férfi és 46 százalékuk nő. Leginkább a fiatalok között emelkedett a női internetezők aránya és a tinédzserek és a huszonévesek között már egyenesen több hölgy használja a világhálót, mint férfi. Teljesen másképpen fest az arány az 50 év feletti korosztály tagjainak a körében, itt csupán 30 százalék a nő és 70 százalék a férfi. (sg.hu, 2005. 07. 11.)

fogyasztás

Az EU gyorsítani kívánja a vezeték nélküli internet európai terjeszkedését

Az EU Bizottsága új rádiófrekvenciát biztosított annak érdekében, hogy felgyorsítsa az internet vezeték nélküli elérésének folyamatát az európai internetkávézókban és repülőtereken. Az EU Bizottsága elérhetővé tette az 5 gigahertzes (GHz) sávot a WiFi technológia számára; e technológiát használják a laptopok nagysebességű, vezeték nélküli internetkapcsolatának biztosítására. Az új frekvencia lehetővé teszi másodpercenként 50 megabit továbbítását, ami lényeges többletet jelent a jelenlegi – eredetileg a mikrohullámú sütőknél használt – 2,4 GHz-s hullámásáv 10 megabites teljesítményéhez képest.

Az új frekvencia mind a 25 tagországban elérhető lesz majd; a Bizottság azt szeretné, ha a tagországok novemberig megtennék az ehhez szükséges lépéseket, bevezetnék a szükséges módosításokat.

Japán és az Egyesült Államok szintén dolgozik a – katonai és a műholdas szolgáltatásokban is felhasznált – 5 GHz-s frekvencia WiFi általi használhatóságán. Ez a frekvencia lehetőséget biztosít majd szerte a világon az internetes hangtovábbítást segítő csomópontok elérésére – ezzel elkerülhetővé téve a mobiltársaságok által felszámított magas roaming-díjakat. Ezen csomópontok száma Nyugat-Európában a tavalyi 26 ezerről az idei esztendő végére várhatóan 45 ezerre nő majd; jelenleg az ázsiai-csendes-óceáni régióban 29.400, az Egyesült Államokban 22.700 ilyen pont van.

Piaci elemzések szerint a WiFi használók száma az elkövetkező három évben a jelenlegi 120 millióról 500 millió fölé emelkedik. A gyártók már megkezdték olyan berendezések szállítását, melyek mindkét sávot képesek használni. (mti.hu, 2005. 07. 14.)

EU, fogyasztás, technológia

Megugrott az idén a netes zeneértékesítés

Az Egyesült Államokban háromszor annyi zeneszámot értékesítettek az online zeneboltok 2005 első felében, mint a tavalyi év ugyanezen időszakában – derül ki a Nielsen SoundScan felméréséből. Az akkori 55 millióval szemben idén júniusig már 158 millió dalt töltöttek le legálisan az amerikai internetezők, ezeknek 6 százalékát önálló zeneszámként.

Az audio CD-k eladásai továbbra is csökkenő tendenciát mutatnak, idén 7 százalékkal kevesebb korong kelt el a boltokban, mint tavaly. A CBC News elemzése szerint a legális letöltések számának növekedésében szerepet játszik az internetes zeneáruházak szaporodása is. Ebben az üzletágban még mindig az Apple iTunes zeneboltja a húzónév.

Az Egyesült Királyságban az év első felében kétszeresére nőtt az online zenepiac, és tízmillió zeneszámot töltöttek le a netről legálisan. (origo.hu, 2005. 07. 14.)

fogyasztás

Egy jobban növekednek az online zeneboltok

A Nemzetközi Zeneipari Szövetség tegnap közleményben jelentette be a kiadók számára kedvező fejleményt, leszögezve, hogy idén eddig 180 millió dallam kelt el az online

zeneboltokban. A szövetség szerint a szélessávú internet-hozzáférések folyamatos terjedése ezúttal nem a kalózkodnak, hanem a legális terjesztőknek kedvezett, és az Egyesült Államokban lefolytatott perek némileg bénítólag hatottak az illegális kereskedelemre. Ez már csak azért is jelentős fejlemény, mert az illegális másolatok száma 3 százalékkal (870-ről 900 millióra) nőtt, míg a szélessávú elérések száma 13 százalékkal emelkedett.

Az online zeneboltok sikere különösen szembetűnő az Egyesült Királyságban, Franciaországban és Németországban, ahol az idei első félév forgalma meghaladta a tavalyi év eredményeit. Ráadásul a legális oldalak száma egy év alatt szintén megháromszorozódott, és mára elérte a háromszázat. „Bebizonyítottuk, hogy a vásárlók nagy része a legális zeneletöltés felé tendál. Ez lehet egyrészt a felelősségre vonástól való félelem következménye, vagy annak felismerése, hogy egyes hálózatok korántsem biztonságosak. A trend változóban van, és ez mindenképpen jó hír a kiadóknak” – jelentette ki John Kennedy, az IFPI elnök-vezérigazgatója. (pcworld.hu, 2005. 07. 25.)

fogadtatás (reak.), fogyasztás

Erdélyben is terjesztené műsorát az MTV

Belső-Erdélyben, kábelhálózatokon keresztül is terjesztené műsorát a Magyar Televízió egyes csatornája. A nemzeti főadó a tervek szerint októberben vagy novemberben kezdené meg az adást, amely a helyi kábelhálózatokon keresztül 150-200 ezer belső-erdélyi háztartásba jutna el; az m2 műholdvevővel fogható ezen a területen. A beruházás nem jelent pluszkiadást a Magyar Televízióknak. (hvg.hu, 2005. 07. 14.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Félmillió német 3G-felhasználó a Vodafone-nál

A Vodafone szerint a legnépszerűbb 3G szolgáltatásnak a mobil- televízió bizonyult: a vállalat 4 élő és 15 online „konzerv” adást kínál, jelenleg mintegy 100 ezer német előfizetőnek. A cég 3G hálózata 1200 német várost, összességében pedig a lakosság 60%-át fedi le, 2006. márciusig pedig szeretnék ezt az arányt 70%-ra növelni. (prim.hu, 2005. 07. 16.)

fogyasztás, technológia

Minden tizedik netező vásárol spamben meghirdetett terméket

A felhasználók jelentős hányada – aki egyébként azt állítja, ki nem állhatja a spameket – a gyakorlatban mégis támogatja őket azzal, hogy azok feladóitól vásárol, illetve rákattint a reklámlevelekben lévő linkekre. A Mirapoint anti-spam cég és a Radicati Group piackutató csoport áprilisi online felmérése szerint – melyben csaknem 800 végfelhasználó vett részt, 34 százalékban az üzleti élet szereplői és 66%-ban fogyasztók, a felhasználók 11%-a fizet spamben meghirdetett termékért vagy szolgáltatásért, 9%-uk pedig már veszített pénzt e-mailes csalások miatt – olvasható a Mirapoint sajtóközleményében. Habár 39%-uk nem vesz semmit, elismerték, hogy rákattintanak a spambe ágyazott linkekre. A Radicati vezető elemzőjét is váratlanul érte a spameknek bedőlt internetezők igen magas száma. A hatékonyság visszaszorítása lenne a legegyszerűbb megoldás a problémára. Minden bizonnyal sokkal hatásosabb lenne a mostani spam szűrőknél, feladó azonosító programoknál, és a spamekre vonatkozó jogi intézkedéseknél. A felhasználók tájékoztatása, valamint néhány íratlan szabály betartása a spamekkel kapcsolatban – mint például az, hogy nem nyitunk meg ismeretlen eredetű üzenetet – létfontosságú lenne visszaszorításukban. (sg.hu, 2005. 07. 18.)

fogadtatás (reak., komm.), fogyasztás

Évi 1 milliárd mobilt adnak majd el 2009-ben

A Gartner piackutató cég felmérése szerint négy év múlva a világon összesen 2,6 milliárd ember rendelkezik majd mobiltelefonnal – a Föld népessége jelenleg mintegy 6,4 milliárdosra tehető.

A jelentés szerint 2009-ben 1,04 milliárd mobilkészüléket értékesítenek majd világszerte.

2004-ben 674 millió készülék kelt el, idén becslések szerint 779 millió darabot fognak eladni. Személyi számítógépből és televízióból évente mindössze 200-200 milliót értékesítenek világszerte. A legfontosabb területté az ázsiai-csendes-óceáni térség válik: 2009-re minden harmadik eladott mobil ott vásárolnak majd meg, jelenleg még csak minden negyedik mobil talál ott gazdára. Kínában és Indiában már 2007-ben csaknem 200 millió mobilkészüléket adnak majd el. (origo.hu, 2005. 07. 20.)

fogyasztás

Eladó a két Mammut-multiplex

Nyilvános pályázattal, 1,9 milliárd forint limitáron, plusz 500 millió forint hiteltartozás átvállalásával eladja a Mammut I-II multiplex moziját a fővárosi önkormányzat, illetve a testület tulajdonában lévő Budapest Film Rt. és Budapest Film kft.

Schiffer János (MSZP) főpolgármester-helyettes a kulturális bizottság rendkívüli ülésére benyújtott előterjesztésében megállapítja, hogy az rt. az Art mozi-hálózat évi, mintegy 150 millió forintos veszteségét a Corvin és a Mammut multiplexek keresztfinanszírozásával fedezte idáig.

A főpolgármester-helyettes szerint az idei év első felében a multiplex piacon felerősödő és várhatóan tartós negatív tendenciák miatt a két Mammut mozi már nem képes megtermelni az Art mozik finanszírozásához szükséges pénzt.

Az rt. igazgatósága és a felügyelő bizottsága is a múlt héten egyetértett azzal, hogy a két multiplex mozi eladásából származó bevétel egy részéből, egymilliárd forintból, Metropolis Film Alapítványt hoznak létre a művész mozik finanszírozására.

Stefán Sándor, a Budapest Film főmérnöke elmondása szerint az art mozik nézőszáma nő, míg a „kereskedelmi mozihálózaté” csökken, mint a Budapest Film által üzemeltetett Corvin és Mammut mozié is. „2003-ról 2004-re az Art-mozik 3,93 százalékkal nőttek, a kereskedelmi mozik 0,15 százalékkal csökkentek a látogatószámot tekintve” – pontosította az adatokat az Kun Tímea, a Budapest Film sajtóreferense. (index.hu, 2005. 07. 25.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Az online médiafogyasztók médiafogyasztási szokásai

Az NRC Piackutató Kft. és a TNS által készített Visitor Media Research nevű kutatás évente kétszer, márciusban és szeptemberben ismétlődik. A vizsgálat a honlapok látogatóinak demográfiai jellemzőire, vásárlási és reklámattitűdjére kíváncsi. A tízezer fős reprezentatív minta az 1 millió 190 ezresre becsült, hetente legalább egy alkalommal internetező közönséget képezi le. A kutatás annak a csaknem száz magyar portálnak és weboldalnak a mérésére terjed ki, amelyek fizettek ezért.

Ami a televíziózást illeti, pár órát minden netező megenged magának naponta. Napi 1-2 órát 32,7 százalékuk ül a tévéfotelban, 32,6 százalékuk pedig akár 2-4 óráig hajlandó kapcsolgatni. A csatornaválasztás – a hazai televíziók között fennálló erőviszonyok ismeretében – meglehetősen kiszámítható: a hazai netezők csaknem kétharmada, 65,9 százalék szinte minden nap odakapcsol az RTL Klubra. A Nők Lapja Café weboldal olvasói 74 százaléka teszi ezt meg, a magyarnemzet.hu olvasóinak azonban csupán alig több mint felük, 51,7 százalék állította, hogy napi gyakorisággal követi az RTL Klub műsorait, 8,9 százalékuk pedig azt, hogy sosem nézi. A TV2-t szinte minden nap nézi a netezők 60,9 százaléka, ezen belül a Nők Lapja Café közönsége kiemelkedő 68,7%-os arányban nézi, míg a nemzetes és a sziget.hu-s olvasók 8,8 illetve 9,9 %-a inkább oda sem kapcsol soha.

Rádióhallgatással már kevesebb időt töltenek az internethasználó magyar emberek, legtöbbjük fél-egy órát (19,4 százalék) vagy 1-2 órát (19,7 százalék) hallgat hétköznapi rádióműsorokat, s ezek az arányok lényegbevágóan az egyes sajtók olvasóközönsége esetében sem változnak.

A hazai internetezők közül legtöbben a Blikket (19,4 százalék), a Metrot (18,8%), megyei

lapokat (18,1%) és a Népszabadságot (17,5 százalék) olvassák. (hvg.hu, 2005. 07. 25.)
fogadtatás (komm.), fogyasztás

VIASAT3: dinamikusan nőtt az árbevétele

Dinamikusan nőtt a VIASAT3 kereskedelmi televízió árbevétele az év második negyedében; először zárt nullszaldóval hónapot a társaság. Április és június között a tavalyi év hasonló időszakához képest 80 százalékkal, 13-ról 24 millió svéd koronára (mintegy 660 millió forint) nőtt a társaság árbevétele. Az év első hat hónapjában az egy évvel korábbihoz képest 86 százalékkal, 21-ről 39 millió svéd koronára (körülbelül 1,06 milliárd forintra) nőtt a bevétel, közölte Varró Balázs. Szólt arról is: a VIASAT3 kereskedelmi közönségaránya 2005. második negyedévében a 18-49 évesek körében a tavalyi év azonos időszakában elért 4,6-ről 5,7 százalékra nőtt. (uno.hu, 2005. 07. 27.)

fogyasztás, gazdaság

Lassan terjed a szélessáv a németeknél

Lassú a szélessávú internet terjedése Németországban a szomszédos országokhoz viszonyítva – derül ki a Strategy Analytics piackutató cég közelmúltban megjelent tanulmányából. A társaság adatai szerint az év végére a német háztartások 24 százaléka rendelkezik majd gyors világhálós eléréssel, ugyanakkor Hollandiában 56, Svájcban 51, Dániában pedig 49 százalékos lesz ez az arány. A Strategy Analytics által készített felmérésben vizsgált 14 nyugat-európai országban a szélessávú internet kapcsolattal rendelkező háztartások száma átlagosan 33 százalékkal nő 2005 végére 2004-hez képest.

A piackutató cég elemzése szerint a gyors internet viszonylag lassabb németországi elterjedésére a mérsékelt verseny a magyarázat. A rendkívül tagolt és részben túlszabályozott helyi kábelpiac ugyanis nem képes komoly versenyre és ezzel a szélessáv gyorsabb terjesztésére kényszeríteni a korábbi monopolszolgáltatót, a Deutsche Telekomot. A tanulmány jóslata szerint 2010-re a nyugat-európai országokban a háztartások 63 százaléka már szélessávon kapcsolódik majd a világhálóra. (isite.hu, 2005. 07. 27.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia

A lapkiadás helyzete Magyarországon

A nyomtatott sajtót a legtöbb európai ország különleges elbánásban részesíti a többi ágazattal szemben, mert a demokrácia egyik letéteményesének tekintik, s fontos szerepet tulajdonítanak neki az analfabétizmus, illetőleg a funkcionális analfabétizmus visszaszorításában. Az Európai Bizottság ajánlást fogadott el a lapkiadás áfájának kedvezményes körbe való sorolásáról. Ennek megfelelően az Európai Unióban a lapkiadás áfája átlagosan 4,5 százalék volt a bővítés előtt. Magyarországon ugyanakkor a 12 százalékos áfakulcs megszűnésekor a lapkiadás a kedvezményes 5 százalékos helyett a 15 százalékos körbe került. Más európai országokban ismeretlen a kulturális járulék, amely nálunk a lapkiadást sújtja. Ezért a Magyar Lapkiadók Egyesülete (MLE) szeretné elérni a lapkiadás kedvezményes áfa-körbe való sorolását és a kulturális járulék szélesebb bázisra helyezését, a jelenlegi egyszázalékos kulcs jelentős csökkentése mellett. A kedvezményes adózás révén nálunk maradt több pénzből a kiadók a jelenleginél több lapot indíthatnának, hirdetési felületet kínálva a gazdasági szereplőknek. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése európai összehasonlításban igen alacsony. Miközben a televízió részesedése magas. Az alacsonyan megszabott koncessziós díjak miatt ugyanis a kereskedelmi televíziók alacsony reklámtarifa mellett is nagy nyereséget tudnak elérni, az olcsó tévéreklám pedig elszívja a sajtótól a hirdetőköt. A tévék pénzelszívó hatása miatt a többi médium lassabban fejlődik, mint más európai országokban. Célszerű lenne a koncessziós díjak e szempontból való felülvizsgálata. Miközben nemzetközi szinten a kiadói árbevétel 60-70 százalékát adja a lapár és 30-40 százalékát a hirdetés, addig itthon 50-50 százalék körüli ez az arány. A hirdetési árbevétel magas aránya kiszolgáltatottá teszi a kiadókat a hirdetőknek, ugyanis minél nagyobb arányt képvisel ez árbevételben a hirdetés, annál nagyobb szerepet játszik a lap tartalmában. Ez is az

áfa csökkentése mellett szól. Alacsonyabb áfa mellett ugyanis a nagyobb példányszámban elkelt lapokból nagyobb lehet a lapárból származó bevétel aránya. Az áfa 15 százalékra való felemelése mintegy 8 milliárd forintot vont el a kiadóktól, ami a lapindítási potenciált gyengítette, és elsősorban az igényesebb réteg-lapok bevezetését akadályozza.

Sajtóalappal rendelkezik Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Franciaország, Hollandia, Norvégia, Olaszország és Svédország. A sajtóalapok felállítása után a legtöbb helyen a lapok eltávolodtak a politikai pártoktól (miközben irányultságukat megőrizték), a korábbinál kevesebb országos és regionális lap szűnt meg, vagy éppen bővült a kínálat. A trend alól kivétel Belgium, Franciaország és Hollandia, ahol szakértők egybehangzó véleménye szerint rosszul szervezték meg a rendszert. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése alacsonyabb, mint a televízióé. Hazánkban főműsoridőben több tévéreklám fut, mint Angliában. A hirdetőik annak ellenére preferálják az olcsó tévéreklámot, hogy – mint a Szonda Ipsos és az MLE közös „Az írás megmarad” nevű kutatása megállapította – a tévében és a sajtóban együtt futó reklámkampányok 7 százalékkal hatékonyabbak, mint a kizárólag a televízióban látottak. (Lapkiadás, 2005. 07. 06., 6-9. old.)

fogadtatás (komm.), gazdaság, fogyasztás

Gazdaság

A mobil marketing megváltoztathatja a reklámpiacot

Egyes előrejelzések szerint a most 50-100 millió forintos mobil marketing-piac nagy fejlődés előtt áll, két év múlva meghaladhatja az 500 millió forintot.

A reklám- és marketing piac világszerte nagy változások előtt áll a mobiltelefonok elterjedése miatt, s a folyamatot a harmadik generációs (3G-UMTS) hálózatok kiépülése tovább gyorsítja. A változások révén a mobiltelefon egyre inkább előtérbe kerül, s egyre nagyobb szerephez jut a piacon. Részben azért is, mert a cégek számára egyre fontosabbá válik a fogyasztók közvetlen, célzott, meddő szórás nélküli, költséghatékonyabb elérése.

Az IKO New Media egyik saját fejlesztése, az IVR alapú telefonos rendszer interaktív kommunikációt biztosít a fogyasztókkal, akik – miután önként, a nekik legmegfelelőbb helyen és időben felhívják a termékeken szereplő, a cég által megadott helyi tarifával működő számot és nyereményjátékban is részt vehetnek – minőségi, naprakész, friss információval szolgálnak. Segítségével célkutatásokra alkalmas adatbázist lehet építeni és állandóan karbantartani; a vásárlói elégedettséget – a valóságot tükröző – gyors és költséghatékony módszerrel lehet felmérni.

Az üzleti lehetőségekkel összefüggésben: az európai televíziókban sugárzott reklámok az elmúlt időszakban 30-40 százalékkal csökkentek, s a kieső bevételt a cégek alapvetően a mobiltelefonon lebonyolított interaktív megoldásokkal, például játékokkal és szavazásokkal pótolják. Javítja a reklám- és marketingpiacon a mobil pozícióját az is, hogy a felmérések szerint a nézők 100 tv-reklámból csak kilencet figyelnek meg, míg a többinek gyakorlatilag nincs hatása. (terminal.hu, 2005. 07. 01.)

gazdaság, tartalomkínálat, technológia

Az RTL Klub sugározhatja a futball-vb-t

A labdarúgó-világbajnokságok magyarországi televíziós közvetítéseinek történetében először nem a közszolgálati MTV, hanem egy kereskedelmi csatorna, az RTL Klub tűzheti majd képernyőjére a világ legrangosabb futballeseményének mérkőzéseit.

Az RTL Klub műsorstruktúrája és műsorszerkesztési prioritásai miatt nehezen képzelhető el, hogy a kereskedelmi csatorna az összes találkozót adja, ellenkező esetben viszont a meccsek egy részét tovább értékesítheti majd a Magyar Televízióknak vagy a sporttelevízióknak. Héder Barna, a sportosztály vezetője a Nemzeti Sport Online-nak megerősítette, hogy a szerződés mind a 64 mérkőzés közvetítéséről szól, azonban minden találkozót valószínűleg nem tudnak közvetíteni, ezért a tervek szerint más televíziókkal „közösködnek majd”.

„Nagyon szomorú vagyok, hogy az alultámogatottságunk miatt nem tudunk eleget ajánlani a közvetítésért” – idézte a távirati iroda Rudit. „Hiába ajánlottunk sokat, a nézettségi mutatókért harcoló kereskedelmi televíziókkal szemben ez is kevés. Miközben náluk alig van a képernyőn sport, ezekre a nagy eseményekre rögtön lecsapnak.” Rudi szerint nemcsak az MTV vesztett azzal, hogy a FIFA nem az EBU-nak (az európai közszolgálati televíziókat tömörítő szövetségnek) adta el a németországi meccsek jogait, hanem a svájci Infront médiaügynökségnek, mert ők fizettek a legtöbbet. A FOCI VB-t az MTV eddig azért tudta közvetíteni, mert az európai közszolgálati csatornák szervezete kizárólag saját tagjainak engedte át a jogokat. (nemzetisport.hu, 2005. 07. 01., Népszava, 2005. 07. 02., 4. old.)

felhasználási jog, fogadtatás (komm.) gazdaság

Az új tagállamok közül Magyarország élen jár a filmgyártásban

Az Európai Unió új tagországai közül tavalyelőtt Magyarországon készült a legtöbb mozifilm, összesen huszonegy – derül ki az adatokból, amelyeket az Európai Bizottság tett közzé, a Karlovy Varyban kezdődő filmfesztivál alkalmából.

Az adatok szerint 2000-2003 között a tíz új országban évente összesen 72-95 egész estés

játékfilm készült. Magyarországon az említett négy évben rendre 21, 22, 24 és 21 ilyen típusú alkotásról tud a brüsszeli bizottság, szemben például a jóval nagyobb lakosságú Lengyelország 22, 29, 30 és 20 filmjével.

A bizottság adatokat közölt a filmek átlagos költségigényéről is. Litvániában 300 ezer, Észtországban 330 ezer euró egy film átlagos költségvetése, a harmadik helyen Magyarország áll 450 ezer euróval – a költségvetés minden más új tagországban meghaladja a 600 ezer eurót.

Tavaly az EU-országokban összesen több mint egymilliárd mozijegyet adtak el. Az új tagországok között Lengyelországon 33,4, Magyarországon 13,7 millió, Csehországban 12 millió belépő fogyott, a többi országban az eladott jegyek száma 3 millió vagy annál kevesebb volt. Magyarországon 2000-től rendre 14,3, 15,7, 15,3, 13,7 és 13,7 millió néző látogatott el évente moziba a jegyeladások szerint.

Magyarországon 2003-ban 9 százalékos volt a nemzeti gyártású filmek vetítésének aránya, míg az Európai Unió többi tagországában készült filmek részesedése elérte a 44 százalékot. Minden új tagállamban 10 százalék alatti volt a helyi készítésű filmek aránya (kivételesen Lengyelország 11 százalékkal), míg az európai arány csak Magyarországon haladta meg a 40 százalékot. (magyarország.hu, 2005. 07. 01.)

gazdaság, fogyasztás

A Bertelsmann növelte részesedését az RTL-csoportban

Az RTL-csoportban újabb 7,4 százalékos részesedést szerzett a Bertelsmann, amely eddig is a társaság legnagyobb részvényese volt. Az eladó a West-Allgemeine Zeitung (WAZ) volt, amely a részvénytulajdonosokért 550 millió eurót kap, írja a Menedzsmentforum.

A Bertelsmann jelenleg 53,4 százalékos tulajdonosa az RTL-csoportnak, és további 37 százalékos részvénytulajdonos felett is kontrollt gyakorol a BW TV által. Sajtóértesülések szerint a most befolyó összeget további akvizíciókra kívánja fordítani a WAZ, amely a német nyomtatott lappiacon az egyik legjelentősebb szereplő, valamint a kelet-európai térség több országában is meghatározó kiadó.

Hazánkban elsősorban vidéki lapokban és a hvg-ben érdekelt a WAZ.

A Spiegel szerint a WAZ a francia napilapok piacára kíván betörni, a pénzügyi gondokkal küzdő Hersant-csoport ugyanis több újságtól szívesen megszabadulna. (hullamvadasz.hu, 2005. 07. 04.)

gazdaság, társaság

Karácsonykor indulhat a Duna TV új csatornája

A médium menedzsmentje és kuratóriumának tagjai a kisebbségekkel foglalkozó műholdas tematikus adó indításával kapcsolatos elképzeléseiket már vázolták az ORTT előtt és 143 milliós támogatást is kértek a médiahatóságtól. A Duna Tv további terjeszkedési terveiben szerepel egy másik, interneten és műholdon fogható adó, az Unió is, amely elsősorban ifjúsági és oktató műsorokat sugározna, a remények szerint februártól.

Az ORTT ötfős testületének szocialisták által jelölt tagja, Ladvánszky György szerint a Duna Tv a Kárpát-medencét feszítő kisebbségi kérdésekkel foglalkozó adójának ügye fontos, a határon túli magyarság szempontjából is támogatandó. Cselényi László szerint elsősorban a műszaki feltételek megteremtéséhez igényelték a 143 milliós támogatást, amit maguk is kigazdálkodnának, ha az üzemben tartási díjat valóban minden tévékészülék után megkapnák az államtól, és nem esnének el másfélmilliárdtól. (fn.hu, 2005. 07. 05.)

gazdaság, tartalomkínálat

Uniósi médiaprogram az új tagországok filmművészetének támogatására

Az átlag feletti mértékben nőtt az új EU tagországokban a mozilátogatók száma. A becslések szerint a tíz tagállamban átlagosan 16 százalékkal, egyedül Lengyelországban pedig 40,5 százalékkal több mozijegyet fogyott. Az EU Bizottság azt javasolja, hogy az uniós Media program költségvetését a 2007-2013-as időszakra duplázzák meg, emeljék 1 milliárd euróra,

ezzel segítenék az új tagországok filmművészetének fejlődését. (stop!.hu, 2005. 07. 06.)
EU, fogyasztás, gazdaság

Láthatáron a filléres olcsó mobiltelefonok

A Philips azt a célt tűzte ki maga elé, hogy minden korábbinál olcsóbb, lényegében filléres mobiltelefonok révén a világ szegényebb régióiban több milliárd új vásárlót szerez magának. A nagyszabású fejlesztési projekt egyik legfontosabb eleme egy körülbelül 5 dollárba kerülő integrált hardver-szoftver platform, melyre építkezve hamarosan megjelenhetnek majd a kereskedelmi forgalomban az első 20 dolláros, illetve még ennél is olcsóbb készülékek. Mostanság már a Föld lakosságának több mint 77 százaléka mobiltelefonos hálózatok által lefedett régiókban él, azonban a lakosságnak még csak mintegy 25 százaléka rendelkezik mobil előfizetéssel, illetve készülékkel – nyilatkozta Thierry Laurent, a Philips Semiconductors üzletfejlesztési részlegének alelnöke. (terminal.hu, 2005. 07. 06.)

fogyasztás, gazdaság

Milliárdokat költenek Magyarországon a külföldi filmesek

Milliárdokkal többet költenek a külföldi filmesek Magyarországon a tavaly hatályba lépett filmtörvénynek köszönhetően. Az első negyedévben két másik produkció esetében is megindult a nyilvántartásba vételi eljárás, amely szükséges ahhoz, hogy a készítők igénybe vehessék a 20 százalékos adókedvezmény formájában megjelenő közvetett állami támogatást. Április óta három animációs film kért úgynevezett tényellenőrzést az adókedvezményhez, és öt koprodukciós alkotás is szerepel a forgatások felsorolásában, így például Tarr Béla új filmje, a Londoni férfi. A Nemzeti Filmiroda jelentése szerint az első negyedévben több mint 78 millió forintról adtak ki adóigazolást tizenöt különböző produkció számára. Ezek zöme játékfilm volt, de szerepelt köztük öt dokumentumfilm és két kisjátékfilm is. A Nemzeti Filmiroda tavaly év végéig összesen 25 adóigazolást adott ki 19 magyar és 3 külföldi produkció részére, összesen 693 millió forint értékben. (index.hu, 2005. 07. 06.)

gazdaság, fogadtatás (reak.)

Mi történik a műtőasztalon? Élő webes közvetítés

Egy kis, egyesült államokbeli cég, az Slp3d olyan webes közvetítéssel (webcasting) foglalkozik, melyet direkt orvosok számára üzemeltetnek. Használatával élő adásban lehet nyomon követni valódi műtőszobákban zajló operációkat – a vállalat ezt eredetileg oktatási célból kínálta a doktorok részére. A webes közvetítés ugyanis lehetővé teszi, hogy az adott terület specialistái, a legjobb sebészek úgy demonstrálhassák egy-egy műtét elvégzését a távolban levő kollégáknak és orvostanhallgatóknak, hogy sem a beteget nem kell szállítani, sem a „résztvevőknek” nem kell odautazni.

Időközben azonban kiderült, hogy ezekre a beavatkozásokra a hétköznapi emberek is kíváncsiak – mára már a nézők 70 százalékát a gyógyászathoz páciensként kötődő internetezők adják, számolt be a fejleményekről Ross Joel, az Slp3d kereskedelmi és marketingigazgatója. Természetesen az, hogy valakiről műtét közben felvétel készüljön, csak akkor lehetséges, ha az operálandó páciens az esemény előtt beleegyezik ebbe. Habár egy-egy alkalommal az Slp3d 35-40 ezer dollárt is felszámol a webes műsorszórásért, mégis megéri ez a kórházaknak, hiszen az oktatás mellett komoly reklámértékkel is bír a leendő páciensek felé. (terminal.hu, 2005. 07. 07.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

Oroszországban terjeszkedik az RTL

A német Bertelsmann AG médiacsoporthoz tartozó RTL Group tévé- és rádiótársaság 30 százalékos tulajdonrészt vásárolt az orosz REN TV-ben, az utolsó nagy független orosz adóban. Ez az első eset, hogy nyugat-európai tévétársaság jelentős érdekeltséget szerez egy orosz tévében. A moszkvai székhelyű REN 97 millió emberhez jut el, és a műsoraiban nyíltan bírálja Vlagyimir Putyin elnököt, ezért a Kreml régóta rossz szemmel nézi. A

vételárat nem hozták nyilvánosságra. A REN további 70 százaléka az Egyesített Energiarendszerek (UES) orosz villamos művek tulajdonában van. A vonatkozó orosz jogszabály értelmében külföldi társaság maximum 49 százalékos tulajdonrészrel rendelkezhet tévéadókbán. (fn.hu, 2005. 07. 07.)

gazdaság, társaság

Magyar netpornó: a nagy biznisz

Az elmúlt két év alatt letisztult a magyar netes pornópiac: a rengeteg illegális tartalmat pénzért vagy ingyenesen kínáló kis pornóoldalak mellett jelenleg két-három nagy cég kezében összpontosul a fizetős és jogtisztá forgalom 80 százaléka. Ezek a cégek ma már azt fontolgatják, hogy szolgáltatásaikat kiterjesztik a szomszédos országokra és az orosz piacra is. A magyar online szexpiac forgalmáról jelenleg nincs hitelt érdemlő adat. Óvatos becslések szerint az online, mobilon keresztül beléptető erotikus tartalomszolgáltatás éves forgalma becslések szerint 100-200 millió forint, ami a teljes hazai szexpiac mintegy 0,5-1 százalékát teszi ki. Más becslések szerint ugyanakkor évi 1-2 milliárd forintra is tehető a hazai online szex-forgalom. A Visiongain amerikai tanácsadó cég felmérése szerint a globális pornópiac forgalma 2006-ra eléri a 70 milliárd dollárt, melyből 4-4 milliárdot tehet ki a mobilon, illetve weben szolgáltatott pornográfia. (index.hu, 2005. 07. 08.)

gazdaság

Páneurópai szerzői jogi koncessziót szorgalmaz az EU az online zenei szolgáltatásokhoz

Az Európai Bizottság az összes uniós tagállamra egyszerre érvényes szerzői jogi koncesszió kidolgozását szorgalmazza az internetes zeneáruházak számára.

Jelenleg ha valaki üzleti célú online zeneletöltő szolgáltatást szeretne indítani Európában, akkor mind a 25 uniós tagállam illetékes engedélyeztetési testületénél végig kell járnia a szükséges, sokszor nem is olcsó procedúrát. Mindez igen komoly versenyhátrányba hozza az Egyesült Államokkal szemben az öreg kontinentst: az amerikai online zeneszolgáltatók bevétele tavaly átszámítva 207 millió euró volt, szemben az európai 27,2 millióval. Becslések szerint a szakadék az idén tovább nőhet, 500 millió/106,4 millió eurós arányokkal az Egyesült Államok javára. Charlie McCreevy, az EU belső piacokért és szolgáltatásokért felelős biztosa az ügyben kiadott közleményében leszögezi, hogy az egységes szerzői jogi koncesszió hiánya hátráltatja az európai székhelyű online szolgáltatások elindítását. (prim.hu, 2005. 07. 08.)

EU, gazdaság, szabályozás

Lengyel film kapta a Kristályglóbuszt Karlovy Varyban

A húszezer dollárral járó fődíjat Krzysztof Krauze Mój Nikifor (Az én Nikiforom) című filmjének ítélte a héttagú nemzetközi zsűri, melynek Mundruczó Kornél magyar rendező is tagja volt.

A Kristályglóbuszért versenyző filmek közül Mészáros Márta A temetetlen halott című, az 56-os eseményeket feldolgozó Nagy Imre-portréja képviselte Magyarországot. (index.hu, 2005. 07. 10.)

gazdaság, fogadtatás (díj), rendezvény

Brit reklámpiac – lassan épül

A Brand Republic arról ír, hogy nehézkesen épül fel a recesszióból a brit reklámpiac: a növekedés fele a 90-es években regisztrált 10 százalékos növekedésnek.

A brit reklámpiac bevételei 5,6 százalékkal nőttek 2004-ben, ezzel elérte a 18,4 milliárd fontot. A növekedés jóval elmarad az 1990-es évek eredményétől, amikor évente 10 százalékos növekedést produkált a szakma. A mélypont a 2001-es év volt, amikor az előző évhez képest csak 2,6 százalékos növekedést mértek.

A reklámpiac statisztikai adatait tartalmazó Advertising Statistics Yearbook 2005 szerint 47,5 százalékkal részesedik a piacon a sajtó, ezt követi a tévé 28,5 százalékkal. A direkt marketing eszközök és a közterület 5,4-5,4 százalékkal részesül, a rádió 3,3, az internet pedig

3,6 százalékos részt tudhat magáénak a reklámtortából. Moziban futó hirdetésekre az összes költség egy százalékát fordították a brit hirdetők. (kreativ.hu, 2005. 07. 11.)

gazdaság

RTL és tv2 – sok vagy kevés évi másfél milliárd?

Jelenleg évi másfél milliárd forint körüli összeget fizet az RTL és a tv2 azért, hogy a szinte teljes lefedettséget biztosító három országos földi frekvencia közül kettőn sugározhassanak.

Az 1997-es díj az akkori tévés reklámpiac 118 százalékát érte. Időközben megsokszorozódott azonban a hirdetési torta nagysága, s ennek több mint nyolcvan százalékát a két országos kereskedelmi tévé „kebelezi be”. Az előrejelzések szerint a dinamikus fejlődés folytatódik. Ezt figyelembe véve az eddigi díjat két-háromszorosára is fel lehetne emelni. Ehhez képest az RTL Klub összeállított egy listát az európai licenccdíjakról, s ebből az derül ki, hogy Franciaországban, Spanyolországban, Ausztriában és Írországban egyáltalán nem fizetnek semmit az országos kereskedelmi tévék, és csak Finnországban és Nagy-Britanniában szabták a magyarénál magasabbra a díjat. Igaz, ott ezt a bevételhez kötik, és a közszolgálati tévék nem sugározhatnak reklámot, teljes mértékben átengedve a piacot a kereskedelmi csatornáknak. Az RTL azt is megemlíti, hogy a hirdetési bevételek Magyarországon messze elmaradnak az európai átlagtól, ráadásul hat százalékot vissza kell forgatni belőlük a hazai filmgyártásba. Franciaországgal holtversenyben nálunk a legmagasabb a kötelezően előírt közszolgálati műsorok aránya is. (nol.hu, 2005. 07. 18.)

gazdaság

A Viasat ráígért volna a műsorszolgáltatási díjra?

Szívesen pályázott volna a Viasat3 televízió országos pályázatért, de nem keresték meg. A médiahatóság ugyanis a két országosan fogható kereskedelmi televízió – az RTL Klub és a TV2 – szerződését versenyeztetés nélkül hosszabbította meg. A Viasat3 vezérigazgatója szerint azonban ők megfontolták volna, hogy ráígérjenek a mostani díjakra. (origo.hu, 2005. 07. 25.)

fogadtatás (reak.), gazdaság

Reklámpiac – erősödik a DM és a web

A Bellwether Report legfrissebb, idei második negyedévi adatai szerint a hirdetők csökkentik klasszikus médiabüdzséiket, és alternatív, olcsóbb kommunikációs csatornákon próbálják elérni célcsoportjaikat.

A Media & Marketing Europe arról ír, hogy egyre kedveltebb a DM és a web a hirdetők körében, ugyanis a csökkentett büdzsék miatt sok cég szívesen használja ezeket a viszonylag költség hatékony csatornákat üzenetei eljuttatásához. A költségcsökkentések legerősebben a klasszikus médiaköltségeket vetették vissza. Az Institute of Practitioners in Advertising (IPA) Bellwether Reportjából kiderült, hogy a hirdetők 17 százaléka emelte médiakeretét, 58 százalékuk hasonló összeget szánt média megjelenésre, mint az előző negyedévben, 25 százalékuk pedig úgy nyilatkozott hogy csökkentették a költségeket. A legerősebben az autó, a média és a kereskedelmi szegmensek médiaköltségei estek vissza. (kreativ.hu, 2005. 07. 19.)

gazdaság, fogadtatás (reak.)

Lassul a reklámpiac bővülése

Kevesebbet jelennek meg a legnagyobb napi fogyasztási cikk FMCG-hirdetők az országos televíziókban, mint egy évvel korábban – tudta meg a Világgazdaság. A legnagyobb hús hirdető között található 11 vezető napi fogyasztásicikk-gyártó az év első felében 8,1 százalékkal kevesebbet reklámozott, mint egy évvel korábban – derül ki a Mediaedge:cia kutatási divíziója, a MediaLab elemzéséből. Közben a teljes piac 6,5 százalékkal zsugorodott 2004 első hat hónapjához képest.

A költségcsökkentés a reklámpiacra is hatással lehet. Szakértők szerint az idén nem lesz ekkora az emelkedés, mint tavaly volt.

Egyes nemzetközi tendenciák azt mutatják, hogy a jövőben tovább erősödhet az internetes

hirdetések szerepe, és növekedhet a magazinokban, illetve a rádióban való reklámozás is. Ezt kiegészítendő, egyre több pénzt fordítanak a nem klasszikus kommunikációs csatornákra is, mint például az eladás helyén lévő reklámra vagy az üzletek saját lapjaiban történő megjelenésekre. (fn.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Húsz art-mozit támogatnak idén

Húsz art-mozi összesen 200 millió forintot fordíthat fejlesztésre a kulturális minisztérium pályázatának köszönhetően. A felújítási program három éve indult 1,5 milliárd forintos keretösszeggel, ebből az első évben 500 millió, tavaly 170 millió, az idén 200 millió forintot osztottak szét. (index.hu, 2005. 07. 20.)

gazdaság

100 Mbit/s-os szélessávú internet 2006-tól

A finn Teleste nevű hálózati eszközök gyártó cég bejelentette, hogy jövőre olyan otthoni Ethernet terméket hoz forgalomba, amely akár 100 Mbit/s-os szélessávú internetszolgáltatást is lehetővé tesz majd tv-kábelén keresztül. Pekka Rissanen, a cég egyik vezetője elmondta, hogy a jövő háztartásaiban 30 Mbit/s lesz a minimum követelmény, hiszen például csak egyetlen jó minőségű online tv-adás szükséglete 10-20 Mbit/s. Az új technológia bevezetése véleménye szerint 50 és 200 euró közötti összegbe kerülhet háztartásonként, ami jóval kevesebb annál, mint ami akkor volna, ha a szolgáltatóknak egy teljesen új hálózatot kellene kiépíteniük. (prim.hu, 2005. 07. 20.)

gazdaság, technológia

Svájci műsorszóróké az Antenna Hungária

Az Antenna Hungária Rt. 75 százalék plusz egy szavazatot kitevő, névértéken 8,91 milliárd forint értékű részvényt csomagját a Swisscom Broadcast AG vásárolhatja meg 286 millió svájci frankért (46,76 milliárd forint).

Az Informatikai és Hírközlési minisztérium államtitkára, Bánkúti Erzsébet kiemelte: az Antenna Hungária eladásával az állam kivonult az elektronikus hírközlés piacáról, de a szabályozó szerepe megmarad. (index.hu, 2005. 07. 21.)

gazdaság, szabályozás, társaság

A médiamogul az internetre is kiterjeszti hatalmát

Rupert Murdoch cége, a News Corp. 580 millió dollárért vásárolta fel az Intermix Media-t, amely többek között az Egyesült Államok ötödik legnézettebb weboldalának, a MySpace-nek is a tulajdonosa. „A News Corp. az Intermix Media bekebelezésével több, mint megtriplázhatja elérési lehetőségeit az amerikai internetezők között” – nyilatkozta Eric Hunter, a ComScore interenetes tanácsadó cég alelnöke az InformationWeek honlapján. „Azzal hogy a News Corp. kezébe került a MySpace, vezető szerephez jutott a társadalmi hálózatépítés területén és a tizenévesek körében is egyre népszerűbb lehet.”

A MySpace – mely alig két éve indult útjára – a ComScore szerint az ötödik leggyakrabban látogatott domain. Az oldal, mely elsősorban a tizenéveseket és az ifjabb felnőtteket célozza meg, szolgáltatások tucatjait – blogokat, azonnali üzenetek küldése, e-mail-t, zenét, fényképalbumokat, csetszobákat – kínálja. (fn.hu, 2005. 07. 21.)

gazdaság, társaság

Saját rádióműsorod lehet

A kis hordozható médialejátszók kínálta lehetőséget kihasználva egyre többen indítanak személyes rádióadást. Bizonyára ez is ugyanolyan sláger lesz, mint a blogok.

„Akkor jöttem rá – írja Andy Bowers, a Slate rádiófelelőse –, hogy a podcasting milyen izgalmas dolog, amikor észrevettem, hogy húsz éve a szakmában dolgozó rádiós veterán létemre alig hallgatok már élő adást. Az iPodom egész nap tölti magát programokkal, s amikor rádiót hallgatni van kedvem, nem kell abban reménykednem, hogy hátha éppen megy valami jó, hanem tudom, hogy a zsebem tele van érdekes műsorrall.”

Az első adások alig két éve jelentek meg, de a podcast-kínálat máris jelentős és egyre növekszik. Saját rádiós talkshow-t csinálni sem valami bonyolult dolog. A felhasználóbarát programok segítségével – a CNet.com becslése szerint – négy óra alatt, akár 50 dollárból elindíthatjuk saját műsorunkat. (nol.hu, 2005. 07. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat

Eladó a két Mammut-multiplex

Nyilvános pályázattal, 1,9 milliárd forint limitáron, plusz 500 millió forint hiteltartozás átvállalásával eladja a Mammut I-II multiplex moziját a fővárosi önkormányzat, illetve a testület tulajdonában lévő Budapest Film Rt. és Budapest Film kft.

Schiffer János (MSZP) főpolgármester-helyettes a kulturális bizottság rendkívüli ülésére benyújtott előterjesztésében megállapítja, hogy az rt. az Art mozi-hálózat évi, mintegy 150 millió forintos veszteségét a Corvin és a Mammut multiplexek keresztf finanszírozásával fedezte idáig.

A főpolgármester-helyettes szerint az idei év első felében a multiplex piacon felerősödő és várhatóan tartós negatív tendenciák miatt a két Mammut mozi már nem képes megtermelni az Art mozik finanszírozásához szükséges pénzt.

Az rt. igazgatósága és a felügyelő bizottsága is a múlt héten egyetértett azzal, hogy a két multiplex mozi eladásából származó bevétel egy részéből, egymilliárd forintból, Metropolis Film Alapítványt hoznak létre a művész mozik finanszírozására.

Stefán Sándor, a Budapest Film főmérnöke elmondása szerint az art mozik nézőszáma nő, míg a „kereskedelmi mozihálózaté” csökken, mint a Budapest Film által üzemeltetett Corvin és Mammut mozié is. „2003-ról 2004-re az Art-mozik 3,93 százalékkal nőttek, a kereskedelmi mozik 0,15 százalékkal csökkentek a látogatószámot tekintve” – pontosította az adatokat az Kun Tímea, a Budapest Film sajtóreferense. (index.hu, 2005. 07. 25.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Az IBM webkonferenciát tartott az online játékiparról

Az interaktív szórakoztatóipar páratlan forgalomnövekedéssel bír. Elemzők becslése szerint a hagyományos PC-, videó- és hordozható játékok hardver és szoftverforgalma 2009-re várhatóan meghaladja a 31,6 milliárd dollárt, az online játékpiacon pedig a 9,8 milliárdot. Mindezek együttesen 41,9 milliárd dolláros bevételt jelenthetnek 2009-re az interaktív szórakoztatásból. Hagyományos médiabirodalmak is elkezdtek belépni erre a területre, a technológiai vállalatok közreműködése pedig elengedhetetlen, az online játékok által megkövetelt számítástechnikai kapacitás és biztonság megvalósításához. (klick.hu, 2005. 07. 25.)

gazdaság

Egymilliárdért perel a Ringier Kiadó

A megszületett az első fokú bírósági ítélet a Ringier és a MIL perében, amelyet a kiadó a Színes Bulvár Lap (tavaly októberig Színes Mai Lap) miatt. A döntés szerint a Kajmán-szigeteken bejegyzett cég egyetemlegesen és korlátlanul felel a Híd Rádió és Műsorszóró Rt. védjegybitorlásáért. A Ringier várhatóan fellebbezni fog a döntés azon része ellen, amely elengedi a Híd Rádió fő tulajdonosát, az Elliot Associates L.P. befektetési alapot.

A RK azután indította meg a kártérítési pert a Híd Rádióval szemben, hogy javára jogerős bírósági döntés született a Színes Mai Lap megjelölés jogtalan használata miatt. A Ringier álláspontja szerint a Színes Bulvár Lapnál az eseményeket a három cég változó szereposztásban, de egységes virtuális vállalként irányította. A Fővárosi Bíróság azonban elfogadta az Elliot Associates alperes védekezését, miszerint nem lépte át a szokásos részvényesi kompetenciahatárokat.

Réti László, a RK-t képviselő ügyvédi iroda munkatársa szerint egy teljesen új napilapmárka bevezetése sokkal nagyobb befektetést igényel, mintha egy ugyanezt a lapot a piacon már sikeres, ám más tulajdonában álló újsághoz hasonlítják. Ezért a kiadó 2001 tavaszától 2003

őszéig havi húszmillió, azt követően a bitorlás befejezéséig havi tizenötmillió forintot követel, amely a kamatokkal együtt közel egymilliárd forint. (origo.hu, 2005. 07. 26.)

gazdaság, szabályozás

Jogilag kérdéses az m3 indulása

Szeptember 5-én tervezi elindítani a Magyar Televízió új, közéleti csatornáját. Holub Katalin, az intézmény szóvivője elmondta, a finanszírozásról jelenleg is tárgyalnak a kormányzattal. Mintegy 600 milliós költséggel számolnak az idei évre, az új csatorna jövő évi büdzséről azonban még nincsenek becslések. A tárgyalások végkimenetele rendkívül fontos az MTV számára, hiszen a csatorna indításához, illetve a szeptemberi–decemberi működéshez 600 millió forintra lenne szükség, amelyhez elengedhetetlen a központi költségvetésből biztosítandó összeg. A Magyar Televíziónál ugyanis már évek óta alapvető jelenség a pénzhiány, amely miatt a fejlesztésre szinte semennyi nem jut, mert a működtetés elszívja a keret minden egyes fillérért. Rudi Zoltán azonban korábban úgy nyilatkozott, hogy a várhatóan növekvő reklámbevételek miatt öt vagy hat adó olcsóbban üzemeltethető, mint a meglévő két csatorna. Az m3-nak azonban nemcsak pénzügyi problémái vannak, hanem politikai támadások is érik. Sági József, az Országgyűlés kulturális és sajtóbizottságának fideszes tagja kilátásba helyezte, hogy a csatorna létrehozásának megakadályozásáért pártja az Alkotmánybírósághoz fordul. A képviselő érvei szerint a csatorna létrehozása alkotmányossági aggályokat vet fel, mivel a kábelszolgáltatók csak más közszolgálati csatornáknak az alapsomagból való kivételével tudnák az amúgy kötelezően továbbítandó m3-at sugározni, és így sérülhet a lakosság tájékozódáshoz való joga. A Magyar Kábelteljesítési Szövetség (MKSZ) és a Magyar Kábelteljesítési és Hírközlési Szövetség lapunk megkeresésére még nem tudott konkrét tárgyalásokról beszámolni. Kéry Ferenc, az MKSZ elnöke azonban elmondta: egy levelet fogalmazott meg az ORTT felé, amelyben többek között afelől érdeklődött, hogy az m3 közszolgálatinak minősül-e, illetve továbbítása kötelező-e. Válasz azonban nem érkezett.

Kéry Ferenc szerint a fő probléma a médiatörvény értelmezéséből adódik. Ugyanis sem az nincs leírva, hogy indítható-e új közszolgálati csatorna, sem az, hogy nem. Az m3 megjelenése azonban leginkább költségekben okoz fejtörést a szövetségnek. Hiszen a minimum- és a középső csomag a legtöbb szolgáltatónál telített, így az m3 beillesztése milliárdos műszaki beruházást igényel, amely költséget valószínűleg az előfizetőknek kell majd állniuk. Kivenni nem lehet másikat csatornát, hiszen a meglévő szerződések miatt az kártérítési igényekkel élhetne. Továbbá az is kérdéses, hogy ki dönti el, melyik adó kerüljön ki. Megoldás a digitális műsorszolgáltatás lehetne, amely egy-két év múlva megvalósulhat. Kéry Ferenc szerint éppen ezen okból érthetetlen, hogy míg a digitális szolgáltatásra való átállás után az m3 könnyen beilleszthető lehetne, miért kell most ilyen keretek között, sokkal drágábban megvalósítani. (fn.hu, 2005. 07. 26.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

VIASAT3: dinamikusán nőtt az árbevétele

Dinamikusán nőtt a VIASAT3 kereskedelmi televízió árbevétele az év második negyedében; először zárt nullszaldóval hónapot a társaság. Április és június között a tavalyi év hasonló időszakához képest 80 százalékkal, 13-ról 24 millió svéd koronára (mintegy 660 millió forint) nőtt a társaság árbevétele. Az év első hat hónapjában az egy évvel korábbihoz képest 86 százalékkal, 21-ről 39 millió svéd koronára (körülbelül 1,06 milliárd forintra) nőtt a bevétel, közölte Varró Balázs. Szólt arról is: a VIASAT3 kereskedelmi közönségaránya 2005. második negyedévében a 18-49 évesek körében a tavalyi év azonos időszakában elért 4,6-ről 5,7 százalékra nőtt. (uno.hu, 2005. 07. 27.)

fogyasztás, gazdaság

MTV: kétmilliárdos kereskedelmi bevétel az első félévben

Az év első felében nettó 2,004 milliárd forintos kereskedelmi bevételt könyvelhetett el a

Magyar Televízió. Csorba Mária PR-menedzser a „nyitottabb piaci szemlélettel” magyarázta az eredményt. Kevéssel tavaly decemberi kinevezése után Fischer András üzleti és termékfejlesztési igazgató arról beszélt újságíróknak, hogy a jelenleginél több nézőt vonzó közszolgálati műsorszerkezetet tart szükségesnek. (uno.hu, 2005. 07. 29.)

gazdaság

A lapkiadás helyzete Magyarországon

A nyomtatott sajtót a legtöbb európai ország különleges elbánásban részesíti a többi ágazattal szemben, mert a demokrácia egyik letéteményesének tekintik, s fontos szerepet tulajdonítanak neki az analfabétizmus, illetőleg a funkcionális analfabétizmus visszaszorításában. Az Európai Bizottság ajánlást fogadott el a lapkiadás áfájának kedvezményes körbe való sorolásáról. Ennek megfelelően az Európai Unióban a lapkiadás áfája átlagosan 4,5 százalék volt a bővítés előtt. Magyarországon ugyanakkor a 12 százalékos áfakulcs megszűnésekor a lapkiadás a kedvezményes 5 százalékos helyett a 15 százalékos körbe került. Más európai országokban ismeretlen a kulturális járulék, amely nálunk a lapkiadást sújtja. Ezért a Magyar Lapkiadók Egyesülete (MLE) szeretné elérni a lapkiadás kedvezményes áfa-körbe való sorolását és a kulturális járulék szélesebb bázisra helyezését, a jelenlegi egyszázalékos kulcs jelentős csökkentése mellett. A kedvezményes adózás révén nálunk maradt több pénzből a kiadók a jelenleginél több lapot indíthatnának, hirdetési felületet kínálva a gazdasági szereplőknek. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése európai összehasonlításban igen alacsony. Miközben a televízió részesedése magas. Az alacsonyan megszabott koncessziós díjak miatt ugyanis a kereskedelmi televíziók alacsony reklámtarifa mellett is nagy nyereséget tudnak elérni, az olcsó tévéreklám pedig elszívja a sajtótól a hirdetőköt. A tévék pénzelszívó hatása miatt a többi médium lassabban fejlődik, mint más európai országokban. Célszerű lenne a koncessziós díjak e szempontból való felülvizsgálata. Miközben nemzetközi szinten a kiadói árbevétel 60-70 százalékát adja a lapár és 30-40 százalékát a hirdetés, addig itthon 50-50 százalék körüli ez az arány. A hirdetési árbevétel magas aránya kiszolgáltatottá teszi a kiadókat a hirdetőknél, ugyanis minél nagyobb arányt képvisel ez árbevételben a hirdetés, annál nagyobb szerepet játszik a lap tartalmában. Ez is az áfa csökkentése mellett szól. Alacsonyabb áfa mellett ugyanis a nagyobb példányszámban elkelt lapokból nagyobb lehet a lapárból származó bevétel aránya. Az áfa 15 százalékra való felemelése mintegy 8 milliárd forintot vont el a kiadóktól, ami a lapindítási potenciált gyengítette, és elsősorban az igényesebb réteg-lapok bevezetését akadályozza.

Sajtóalappal rendelkezik Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Franciaország, Hollandia, Norvégia, Olaszország és Svédország. A sajtóalapok felállítása után a legtöbb helyen a lapok eltávolodtak a politikai pártoktól (miközben irányultságukat megőrizték), a korábbinál kevesebb országos és regionális lap szűnt meg, vagy éppen bővült a kínálat. A trend alól kivétel Belgium, Franciaország és Hollandia, ahol szakértők egybehangzó véleménye szerint rosszul szervezték meg a rendszert. Magyarországon a sajtó reklámpiaci részesedése alacsonyabb, mint a televízióé. Hazánkban főműsoridőben több tévéreklám fut, mint Angliában. A hirdetők annak ellenére preferálják az olcsó tévéreklámot, hogy – mint a Szonda Ipsos és az MLE közös „Az írás megmarad” nevű kutatása megállapította – a tévében és a sajtóban együtt futó reklámkampányok 7 százalékkal hatékonyabbak, mint a kizárólag a televízióban látottak. (Lapkiadás, 2005. 07. 06., 6-9. old.)

fogadtatás (komm.), gazdaság, fogyasztás

Duna Tv: 92 munkatárs távozott

Lezárult a Duna Televízióban az új elnök által meghirdetett létszámleépítés, amelynek keretében a tervezett 80 helyett 92 munkatárstól vált meg a közszolgálati médium – közölte a tévéelnök.

Cselényi László indoklásában kifejtette: a tervezettnél több munkatárs vonult nyugdíjba, ez okozta a különbséget. A menedzsment egyik, név nélkül nyilatkozó tagjának közlése szerint

a leépítéssel várhatóan 200-250 millió forintot takarít meg az intézmény ebben az évben. (Népszava, 2005. 07. 30., 3. old.)

gazdaság, társaság

Új médiahatóság, erkölcsvédelem és a kereskedelmi adók megadóztatása a Szent István-tervben

A kereskedelmi tévéket és bulvárlapokat figyelő sajtóetikai hatóság felállítását javasolja a Fidesz-elnök felkérése készült Szent István-terv. Az Orbán-kormány egykori oktatási miniszteréhez kötődő elképzelések szerint visszaállítanák a kormányváltás után eltörölt műsorszolgáltatási díjat, és a közszolgálati médiumok fejlesztésére fordítandó adót szednének a kereskedelmi csatornáktól. Az ORTT mellett működő új médiahatóságot, tudományos és civil szervezetek delegáltjaiból álló médiaetikai testületet állítanának fel.

Az értelmiségiekből és tudósokból álló testület működését szintén a médiatörvény szabályozná. Tagjait a Magyar Tudományos Akadémia, az írószövetség, az orvosi és az ügyvédi kamara, illetve egyéb tudományos és társadalmi szervezetek tagságából választanák. Így megfelelő kiegészítője lenne a pártdelegáltakból álló, részében politikai indíttatású ügyekkel foglalkozó ORTT-nek. A jó erkölcs és a kiskorúak védelmét szem előtt tartó grémium törvényi szankciókkal élhetne a szabály-, illetve a normaszegők megregulálására, és a jelenlegi médiahatóság gyakorlatától eltérően nemcsak az elektronikus médiumok, hanem a nyomtatott, főként a bulvársajtó „kilengéseit” is figyelemmel kísérené. A jó ízlést sértő vagy nem megfelelő műsorsávban sugárzott produkciók mellett Pálinkás megfontolandónak tartja a tényeket torzító tudósítások elleni fellépést is. A közszolgálati rendszer javulása források nélkül elképzelhetetlen – állítja Pálinkás. a kultusztárca által működtetett, a filmalaphoz hasonló „közszolgálati alap” lenne a kulturális műsorgyártás támogatására, a másik pedig az, ha megadóztatnák a kereskedelmi műsorszolgáltatókat. A reklámtorta legnagyobb részét birtokló csatornáktól beszedett összeget a hirdetési bevételekből csak csekély arányban részesülő közszolgálati médiumok között osztanák szét, ezzel növelve versenyelőnyeiket és támogatva fennmaradásukat. (Magyar Hírlap, 2005. 07. 19., 1. és 15. old.)

gazdaság, szabályozás

Rendezvény

Fődíjat kapott a Sorstalanság Lengyelországban

Koltai Lajos filmje nyerte el az Arany Szőlőfűrt díjat a lagówi filmfesztiválon – az alkotás hamarosan más európai országokban és Amerikában is látható lesz a mozikban.

A filmunió a Sorstalanság sikere mellett közölte azt is: a 35. „Lubuskie Film Nyár” elnevezésű lengyelországi fesztiválon különdíjjal jutalmazták Koltai Róbert Világszám című filmjét. (mtv.hu, 2005. 07. 04.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Lengyel film kapta a Kristályglóbuszt Karlovy Varyban

A húszezer dollárral járó fődíjat Krzysztof Krauze Mój Nikifor (Az én Nikiforum) című filmjének ítélte a héttagú nemzetközi zsűri, melynek Mundruczó Kornél magyar rendező is tagja volt.

A Kristályglóbuszért versenyző filmek közül Mészáros Márta A temetetlen halott című, az 56-os eseményeket feldolgozó Nagy Imre-portréja képviselte Magyarországot. (index.hu, 2005. 07. 10.)

gazdaság, fogadtatás (díj), rendezvény

Magyar drogfilm nyerte Palicson a Tolerancia-díjat

Fliegauf filmje, a Dealer, a Párhuzamok és Ütközések kategóriában indult, és elnyerte a Tolerancia-díjat. A fesztivál főprogramjában Koltai Lajos Sorstalanság című alkotása versenyzett. A fődíjat, az Arany Torony-díjat Kristiu Puju román filmrendező Lazaresku úr halála című film kapta. A zsűri különdíját egy svéd rendező, Björn Runge Lélegzetvétel című alkotása nyerte el, közönségdíjas lett Radoszlav Spaszov bolgár filmrendező Ellopott szemek című filmje. (index.hu, 2005. 07. 24.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Szabályozás

Amerika nem engedi ki kezéből a doménneveket

Nemzetközi bonyodalomhoz vezethet a Bush kormányzat azon bejelentése, miszerint továbbra is az Egyesült Államok ellenőrzi a csúcsdoméneket, a kaliforniai nonprofit szervezet, az ICANN révén, és e szerepét a jövőben sem kívánja feladni.

Az amerikai internetes befolyás leghangosabb kritikusai jellemzően szegényebb országok, mint Brazília és Pakisztán. Az Európa Tanács jelentése szerint az amerikai kereskedelmi minisztérium öt évvel ezelőtt még azt tervezte, teljesen kiszáll az ICANN-ből. (index.hu, 2005. 07. 01.)

szabályozás

Az Országgyűlés elfogadta az elektronikus információszabadságról szóló törvényt

Az elektronikus információszabadságról szóló törvény elsődleges célja az átlátható állam megteremtéséhez szükséges jogi feltételek kialakítása volt. A törvény ennek érdekében előírja a tételesen meghatározott közérdekű adatok interneten történő közzétételét, a jogszabálytervezetek, jogszabályok és részben a bírósági ítéletek anonimizált változatának nyilvánosságra hozását, továbbá az adatok kereshetőségét, fellelhetőségét szolgáló egységes közadatkereső rendszer kialakítását. A törvény arra is kötelezi a minisztériumokat és önkormányzatokat, hogy a világhálóra feltett jogszabálytervezeteikhez véleményezési lehetőséget biztosítsanak honlapjukon, mely lehetővé teszi az állampolgárok közvetlen beleszólását a törvényalkotási folyamatba.

A jogbiztonság érvényesüléséhez nem elegendő, ha csupán a Magyar Közlöny bárki számára ingyenesen hozzáférhető, mivel sok esetben egy-egy jogszabály számos más jogszabályt – akár eltérő hatálybalépéssel – módosít, ami a polgárok számára áttekinthetlenné, ezért követhetlenné teszi a jogrendszert. Ezért a törvény rendelkezik a Hatályos Jogszabályok Elektronikus Gyűjteménye felállításáról, mely az adott naptári napon hatályos valamennyi jogszabály hatályos szövegét egységes szerkezetben tartalmazza.

Az elektronikus információszabadságról szóló törvény több lépcsőben lép hatályba. (prim.hu, 2005. 07. 04.)

szabályozás

Készül a médiatörvény rég várt módosítása

Október közepére az ORTT elé kell kerülnie a médiatörvény módosításáról szóló, szaktestület által kidolgozott tervezetnek, közölte Kovács György, a testület elnöke. Ha a testület elfogadja a tervezetet, nyilvánosságra hozzák az anyagot.

Az 1996-ban elfogadott, a rádiózásról és televíziózásról szóló törvény több kérdést nem, hiányosan vagy nem megfelelően rendezett. Bizonyos pontjain a technikai fejlődés, például a digitális technika megjelenése miatt kell módosítani, sorolta a törvény gyengéit Kovács György. Lényeges kérdésként említette a közszolgálati médiumok finanszírozási és irányítási rendszerének átalakítását, valamint a panaszbizottsági rendszer felülvizsgálatát. Kovács György szerint a törvénytervezetet a Testületnek egyhangúan el kell fogadnia, mivel csak ez garantálhatja, hogy a tervezetet általános vitára alkalmasnak találja a Parlament kulturális bizottsága, amely már az ORTT által a közszolgálati médiumok finanszírozására kidolgozott javaslatokat is elvetette.

Bogdán Tibor, a törvény előkészítésre létrehozott bizottság vezetője elmondta, a feladat nagyságához képest kevés idejük van, öt hónap alatt kell elkészíteniük normaszöveg-javaslatukat. Alkotmányos, működőképes, „nyitottan korszerű”, azaz a most vagy később megjelenő technikai változásokra alkalmazható normaszöveget kell megalkotniuk, tette hozzá. Bogdán Tibor a legfontosabb feladatuknak azt nevezte, hogy alkotmányos, működőképes, nyitott és korszerű, azaz a most vagy később megjelenő technikai

változásokra könnyedén alkalmazható normaszöveget nyújtsanak be vitára a törvényhozásnak. Szempontként említette, hogy a javaslat egyes paneljei önmagukban is megállják a helyüket, vagyis egyes panelek abban az esetben is beépíthetőek legyenek a jogszabályba, ha valamelyik elem nem kap elegendő parlamenti támogatást. Bogdán Tibor elmondta, hogy jelenleg a médiahatósággal és az internettel kapcsolatos szabályozás kidolgozásánál tartanak; a közszolgálati médiumok finanszírozásának és felügyeletének kérdésével az elkövetkező hetekben foglalkozik a testület. Bogdán hangsúlyozta, hogy csak a platformfüggetlen szabályozás megteremtése miatt foglalkoznak az internettel, hiszen a technikai konvergencia, azaz a különböző médiumtípusok összeolvadása miatt pár év múlva már a televíziók is megjelenhetnek önálló, nem csupán a műsorfolyamot kiegészítő tartalmakkal a neten, és a tartalom eljuttatásának módja másodlagossá válik.

Az ORTT nem szeretne internetcenzúrát, de a törvényelőkészítő bizottság szükségesnek tartja, hogy az új médiatörvény az interneten is biztosítsa a személyhez fűződő jogok- és a kiskorúak védelmének jogi hátterét.

(index.hu, 2005. 07. 05.)

szabályozás

Gátolja a média fejlődését a poros jogszabály

A médiaszakma egyetért abban, hogy eljárt az idő az 1996-tól hatályos médiatörvény fölött. A poros jogszabály több tekintetben hibás, ráadásul az új technikai vívmányokat, a digitális televíziózást nem ismeri, de nem rendelkezik a közmédiumok EU-konform normatív finanszírozásáról sem. Azt, hogy a közmédiumok politikai küzdőtérre váltak, a szakemberek a kétharmados jogszabálynak tulajdonítják. A médiahatóság már dolgozik a módosító javaslat tervezetén. Ez megoldaná a közmédiumok finanszírozását, felügyeleti rendszerét és a digitális műsorszórás szabályozását. A tervezet október közepére készül el. Alig akad olyan törvény, amelyet hatályba lépése óta annyi bírálattal ért, mint a rádiózásról és televíziózásról szóló, 1996. évi törvényt. A médiahatóság elnöke, Kovács György szerint október közepére kerül az ORTT asztalára a médiatörvény módosításáról szóló tervezet, amelyen a médiahatóság által felkért szakértői bizottság már május óta dolgozik. Az ORTT Alkalmazott Kommunikációtudományi intézetével együtt elvégezték a médiatörvény felülvizsgálatát és dolgoznak a módosító javaslatok tervezetén is. Azért ragadták magukhoz a kezdeményezést, mert naprakészek a kutatások és a nemzetközi szabályozások terén is. Emellett úgy vélik, ha a testület parlamenti pártok által jelölt tagjai megegyeznek a tervezetről, talán nagyobb konszenzuskészségre lehet számítani a parlamenti szakban is. Az új koncepció megoldaná a közmédiumok uniókonform normatív finanszírozását és átalakítaná a közmédiumok irányítási szisztémáját, továbbá új alapokra helyezné az ORTT feladatait is.

Sarkady Ildikó médiajogi szakértő szerint a rádiózásról és a televíziózásról szóló törvény mindenképpen módosításra szorul, sőt a legcélravezetőbbnek új jogszabály megalkotását tartaná. Az ORTT által szervezett bizottságot kiváló szakmai műhelynek véli, amely összegyűjti és rendszerezi az eddigi tapasztalatokat. A jelenlegi törvény – a jogtechnikai hibák miatt – már megalkotásakor szövegében hordozta az alkalmatlanságot, ezt aztán a gyakorlat igazolta is. A szakember megfontolandónak tartja két önálló törvény alkotását is, hiszen a közszolgálati és a kereskedelmi műsorszolgáltatás intézményi és finanszírozási rendszere nagyon eltér egymástól. A külön szabályozásnak az alkotmányossági alapja is megvan – vélte. Sarkady szerint, noha a véleménynyilvánítás szabadságának érvényesüléséhez mindenképpen jogi garanciára van szükség, a törvényalkotó nem béníthatja meg magát azzal, hogy politikai akarat hiányában módosíthatatlanná teszi a hatályos jogszabályt. Azt is a gondok közt említette Sarkady, hogy a törvény – kétharmados volta miatt is – nehezen tudja követni az elektronikus médiában bekövetkezett műszaki-technikai fejlődést. Pedig a digitális műsorszolgáltatás mindenképpen igényelné a törvény módosítását, hiszen a hatályos jogszabály az analóg műsorszolgáltatás szabályozására született. A

médiaajogi szakértő szerint az új technológiára az uniós szabályozás sem válaszolt könnyen, a szabályozási tárgykörök egy része a műszaki, másik része a tartalomszabályozás aspektusait tartalmazza. Az EU 2002-ben hat irányelvet szabott meg: a hozzáférési, az engedélyezési, az egyetemes szolgáltatási, az adatvédelmi és elektronikus távközlési, hírközlési és versenyjogi, valamint a keretirányelvet. Ezeket ismerve kell felmérni, hogy adaptálhatók-e a hazai médiatörvénybe a rendelkezések. A szakértő szerint a digitalizáció szükségessé teszi egy teljesen új törvény megalkotását, hiszen például a médiatörvény reklámrendelkezései aligha ültethetőek át a digitális technológiára egy szabadon összeállított műsorfolyamnál. Az interaktív, az osztott képernyős és a virtuális reklám pedig új jelenség. (Népszava, 2005. 07. 16., 11. old.)

szabályozás

Pert nyert a dinamikus IP-címek tárolása ellen tiltakozó német felhasználó

Holger Voss, aki a múlt hónapban azzal érvelt a német bíróság előtt, hogy a dinamikus IP-címek lényegtelenek a könyvelés szempontjából, így az internetszolgáltatóknak nem szabadna tárolniuk azokat, részben megnyerte a német T-Online szolgáltató ellen indított ügyét.

A darmstadti bíróság ítélete szerint az internetszolgáltatók teljesen törvényesen tárolják az előfizetői adatokat (bejelentkezési időtartam, adatforgalom stb.), mivel azok fontos bizonyítékok az esetleges számlázási nézeteltérésekben. A bíróság azt is hozzátette azonban, hogy az IP-címek tárolása egyértelműen a német törvényekbe ütközik.

A németországi telesholgáltatókra vonatkozó adatvédelmi és a német telekommunikációs törvény alapján az internetszolgáltatók kizárólag könyvelési célokra tárolhatnak kommunikációs adatokat. Voss úr a bíróságon sem kérdőjelezte meg, hogy az IP-címek tárolásának van valamilyen célja, érvelése szerint azonban az ő esetében teljesen felesleges az adattárolás, mivel fix összegű előfizetéssel rendelkeznek.

A szabályozás könnyen kivitelezhetetlennek bizonyulhat az internetszolgáltatók számára. Kérdés ugyanis, hogy a megfelelő IP-címek tárolása nélkül miként lehetséges a felhasználásra vonatkozó információk nyomon követése. (jogiforum.hu, 2005. 07. 05.)

szabályozás

Repülőgépen is használható lesz a mobiltelefon

A német közlekedési minisztérium bejelentette, jövőre megszűnik a mobiltelefonok használatát tiltó rendelkezés a Lufthansa járatain – értesült a német Focus hírújság. A német légügyi és űrközpont (DLR) szerint a hordozható készülékek rádióhullámai – ellentétben a légitársaságok eddigi álláspontjával – mégsem okoznak káros interferenciát a repülőgép fedélzeti elektronikájában. Tavaly a Szövetségi Kommunikációs Tanács (FCC) az Egyesült Államokban is javasolt hasonló engedményt, igaz, ők csak a GPRS-, EDGE- és 3G-adatforgalmat lehetővé tevő 1800 MHz-es frekvenciasávot szabadították volna fel.

A lap értesülései szerint számos más légitársaság is tervez hasonló intézkedést. Ha ez megvalósul, az a gyakorlatban azt jelenti, hogy ezentúl a repülőgépen sem kell kikapcsolnunk a mobiltelefonunkat.

A tiltás eltörlésével ugyanakkor még nem lesz egy csapásra kielégítő GSM-lefedettség tízezer méter magasan. A problémára válaszul az Ericsson máris bejelentette a világszerte legkeresettebb RBS 2708-as bázisállomásának repülőgépekbe telepíthető változatát. A svéd gyártó közleménye szerint a készülék funkcionalitásában teljesen megfelel a földi telepítésű eszközöknek. (it.news.hu, 2005. 07. 05.)

szabályozás, technológia

Elutasították a szoftverszabaddalmi irányelvet

Az Európai Parlament elvetette az Európai Unió tagországait képviselő tanács közös álláspontját a jogszabályról, amely a számítógép felhasználásával is megvalósított találmányok szabadalmáról szól. Az irányelv így egy időre lekerült az uniós napirendről.

A jelenlegi helyzet azzal jár, hogy európai irányelv hiányában továbbra is a nemzeti hivatalok és az Európai Szabadalmi Hivatal adja ki a szabadalmakat. Törésvonal húzódott az irányelv jogszabállyá léptetése mellett élénken lobbizó vállalati szektoron belül a kisebb és nagyobb vállalatok érdekei között is. Előbbiek – többek közt a Red Hat és a Sun – a nyílt forráskódú, mindenki által hozzáférhető szoftverek, s így a teljesen szabad verseny mellett érveltek, és attól is tartottak, hogy a szabadalmi védelem bejegyeztetése, illetve az ilyen termékek megszerzése további költségeket ró rájuk. A nagyobb technológiai cégek – köztük a Microsoft, a Siemens, a Nokia és a Philips – ezzel szemben úgy érveltek, hogy éppen akkor lesz érdemes befektetni a számítógépes innovációba, ha a szabadalmi védelem kiterjed a szoftverekre is, és ez jelent védelmet az amerikai versenytársakkal szemben is. (origo.hu, 2005. 07. 06.)

szabályozás

Saját internetet akarnak a törökök

Saját root szervert akar országának a török informatikusok szövetsége, elsősorban azért, hogy szabadabban gazdálkodhasson a doménnevekkel. A vágy azonban külpolitikai felhangokat is kapott: a török netheadeknek elégük van abból, hogy a hálót érintő lényeges kérdésekben az amerikai kereskedelmi minisztérium delegáltja, a szigorú ICANN dönt. A szervezet azután állt elő a tervvel, hogy az Egyesült Államok kereskedelmi minisztériuma bejelentette: továbbra is meg akarja őrizni az irányítást a netes forgalmat irányító root szerverek felett.

A török szervezet azt fontolgatja, hogy a Public-Root nevű nonprofit szövetség alternatív hálózatára csatlakozik, amely tíz országban állítana fel tizenhárom alternatív forgalomirányító root szervert. A szövetség célja többek között, hogy a holland székhelyű Unified Identity Technologyval közösen létrehozza a felsőszintű domainnevek nélküli webcímek rendszerét: ebben a modellben eltűnhetne például a .com vagy a .net végződés, és optimális esetben elég lenne egyetlen szót (pl. index) a böngészőbe írni ahhoz, hogy bejöjjön a sajtó. A szövetség tagjai azonban ennél távolabb látnak: „A rendszer olyan független hálózathoz vezethetne, amelyet az Egyesült Államok növekvő beavatkozása miatt aggódó országok használhatnának”, nyilatkozta a török informatikusok elnöke, Turhan Mentesz.

Azok az alternatív szolgáltatók azonban, amelyek hajlandóak például új felső szintű doménneveket bevezetni, azt kockáztatják, hogy rendszerük nem lesz kompatibilis a monopolhelyzetben lévő ICANN-ével, így az internet darabokra hullik, hiszen a címek önkényessé válnak. Erre a veszélyre figyelmeztetett az ICANN szóvivője, Kieran Barker is, amikor azt mondta az AP-nek: „A globális, interoperábilis internet összes jótéteménye megkérdőjelezhető”, ha mindenki kényére-kedvére foglalkozhat a netforgalmat irányító gépek adminisztrációjával. A török hírközlési felügyelet szerint viszont nem eszik olyan forrón a kását. A szervezet egyik tisztviselője, Musztafa Alkan szerint a török informatikusok nem az amerikai ellenőrzés elől akarnak kibújni, csak az országon belüli netezést igyekeznek megkönnyíteni. (index.hu, 2005. 07. 08.)

érdekképviselet, szabályozás

Páneurópai szerzői jogi koncessziót szorgalmaz az EU az online zenei szolgáltatásokhoz

Az Európai Bizottság az összes uniós tagállamra egyszerre érvényes szerzői jogi koncesszió kidolgozását szorgalmazza az internetes zeneáruházak számára.

Jelenleg ha valaki üzleti célú online zeneletöltő szolgáltatást szeretne indítani Európában, akkor mind a 25 uniós tagállam illetékes engedélyeztetési testületénél végig kell járnia a szükséges, sokszor nem is olcsó procedúrát. Mindez igen komoly versenyhátrányba hozza az Egyesült Államokkal szemben az öreg kontinentst: az amerikai online zeneszolgáltatók bevétele tavaly átszámítva 207 millió euró volt, szemben az európai 27,2 millióval. Becslések szerint a szakadék az idén tovább nőhet, 500 millió/106,4 millió eurós arányokkal az Egyesült Államok javára. Charlie McCreevy, az EU belső piacokért és szolgáltatásokért felelős biztosa az ügyben kiadott közleményében leszögezi, hogy az egységes szerzői jogi

koncesszió hiánya hátráltatja az európai székhelyű online szolgáltatások elindítását. (prim.hu, 2005. 07. 08.)

EU, gazdaság, szabályozás

Hollós János lett a Magyar Rádió ügyvezetője

Hollós János alelnököt bízta meg a Magyar Rádió Rt. ügyvezetésével Kondor Katalin, az intézmény július végén lejáráó mandátumú elnöke.

A Magyar Rádió Rt. leköszönő elnökének nincsen hatásköre az utódlásáról bármilyen értelemben gondoskodni – kommentálta a hírt Gellért Kis Gábor kuratóriumi elnök, hozzátéve, hogy a kérdést rendező „belső jogszabály fogalmilag kizárja” ezt. (fn.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (reak.), szabályozás, társaság

Göblyös a Magyar Rádió élén, jogi vita lett belőle

Göblyös István gazdasági alelnököt nevezi ki a Magyar Rádió átmeneti vezetőjének a közszolgálati médium kuratóriumi elnöksége. Az úgynevezett tulajdonosi megbízott a jelenlegi elnök megbízatásának lejártá és az új vezető megválasztása közötti időszakban vezeti a rádiót – közölte Gellért Kis Gábor, a testület elnöke.

Másik határozatában a kuratóriumi elnökség kimondta, hogy a leköszönő elnök, Kondor Katalin múlt heti döntése, amellyel a másik alelnököt, Hollós Jánost ügyvezetővé nevezte ki, „jogszabálysértő és ezért a törvény erejénél fogva semmis”.

Az ügyvezetőnél szűkebb jogkörrel bíró tulajdonosi megbízottként Göblyös István feladata „az interregnum menedzselése”. (nol.hu, 2005. 07. 18.)

fogadtatás (reak.) társaság, szabályozás

Még négy közszolgálati tévécsatorna?

Rövid időn belül hétre nőhet a közszolgálati tévécsatornák száma Magyarországon, ha beindul az MTV demokrácia csatornája, és a Duna TV új adói.

Az adóindítási hullám azonban törvényi, anyagi és terjesztési nehézségek elé néz. A jogi probléma a médiatörvényben bújik meg: tisztázatlan, hogy a jogszabály lehetőséget ad-e rá. A jogszabály ugyanis nevesíti a meglévő három csatornát, miközben nem tiltja újak indítását. A magyar és az uniós jogszabályi háttérrel a médiahatóság már jó ideje vizsgálja, döntés azonban még nincs. Ebben közrejátszik az is, hogy bizonytalannak tartják az MTV-s projekt anyagi háttérét. Ezért a hatóság hiánypótlást kért a köztétvétől. Ha a médiahatóság augusztus végéig nem foglal állást, a Demokrácia csatornát automatikusan be kell jegyezni. Ugyanezt játssza végig majd a Duna TV is két új adójával, amelyeket eredetileg az interneten akart terjeszteni. Most azonban azt jelentették be, hogy műholdon sugároznák azt az adást is, vagyis a kábeltévék juttatnák el a lakásokba.

Ez komoly gondokat okozhat a kábeltévéknél. Elvileg ugyanis a közszolgálati csatornákat kötelező továbbítaniuk. A négy új csatorna ugyanakkor felborítaná a társaságok mai programkínálatát. A technikai kapacitások már régóta teljesen kihasználják a kábeltévéknél, a zsúfolt csomagba új csatornát berakni csak valamelyik réginek a kihagyásával lehet. (mno.hu, 2005. 07. 16.)

szabályozás, tartalomkínálat

Még öt évig sugározhatnak a kereskedelmi tévék

A médiahatóság meghosszabbította öt évvel az RTL Klub és a TV2 koncesszióját, valamint nyilvántartásba vette a Magyar Televízió közéleti csatornáját. Az MSZP által a testületbe delegált Ladvánszky György elmondta, az ő javaslatára csomagban – több mint kéttucat, szintén 2007-ben lejártó helyi és körzeti rádiós, televíziós szerződéssel együtt – tárgyalva, változatlan feltételek mellett hosszabbította meg a két országos kereskedelmi tévéadó koncesszióját a médiahatóság.

Szavai szerint azért volt szükség erre az eljárásra, mert a döntés későbbre csúszása esetén

több kis médium frekvenciájára nem is tudtak volna időben pályázatot kiírni. (index.hu, 2005. 07. 20.)

szabályozás

Szalai Annamária (Fidesz): Puccs történt az ORTT-ben

„Ez puccs volt” – minősítette a történeteket a Távirati Irodának Szalai Annamária, a testület fideszes tagja. Emlékeztetett arra, hogy korábban felhívta már a figyelmet: tisztázatlanok voltak a folyamat egyes eljárásjogi kérdései. Szerinte jobban meg kellett volna vizsgálni a két médium társadalmi hatását, miközben még nem készült el jó néhány, a testület által a témában megrendelt tanulmány.

Hozzátette: emögött nem szakmai akarat volt, hanem kifejezetten politikai összefogást és együttműködést sejtet az eljárás. Elmondta, hogy kezdeményezte a döntés visszavonását. (mno.hu, 2005. 07. 21.)

szabályozás

ORTT: minden döntés visszaiüt

Az ORTT múlt heti döntése megfelel a törvényi és szerződéses előírásoknak, egyes vélemények szerint mégis elhamarkodottnak tekinthető a műsorszolgáltatási díj meghatározása, valamint a digitalizációs kötelezettségek előírásának hiánya miatt.

Az ORTT határozatának – nem tekintve a magasabb műsorszolgáltatási díjra vonatkozó polémiákat – súlyos hiányossága azonban, hogy nem szól a digitalizációs kötelezettségek szerződésbe iktatásáról. Lehetőség nyílhatott volna ugyanis arra, hogy a kereskedelmi műsorszolgáltatók szerződéseibe bekerüljön egy klauzula, amely szerint a műsorszolgáltatók kötelezettséget vállalnak műsoraik analóg és digitális földfelszíni szórással (simulcast) való terjesztésére is.

A médiatörvény módosítása rendszerint bizonytalan, és amennyiben a digitális átállást célzó kormányzati erőfeszítéseket nem koronázza siker, a műsorszolgáltatási szerződések megfelelő módosításával, a jelenlegi jogszabályi lehetőségeken belül, a kereskedelmi műsorszolgáltatók kötelezhetőek lettek volna a simulcastra. (fn.hu, 2005. 07. 25.)

szabályozás

Svájci műsorszóróké az Antenna Hungária

Az Antenna Hungária Rt. 75 százalék plusz egy szavazatot kitevő, névértéken 8,91 milliárd forint értékű részvénytársaságját a Swisscom Broadcast AG vásárolhatja meg 286 millió svájci frankért (46,76 milliárd forint).

Az Informatikai és Hírközlési minisztérium államtitkára, Bánkúti Erzsébet kiemelte: az Antenna Hungária eladásával az állam kivonult az elektronikus hírközlés piacáról, de a szabályozó szerepe megmarad. (index.hu, 2005. 07. 21.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Terrorizmus – Az USA után az EU is egy évig megőrzi az internetes adatokat

Az internetszolgáltatók hat hónapig, a telefontársaságok egy évig lesznek kötelesek megőrizni a náluk lévő adatokat. Az ok a terrorizmus. Hosszú viták után Brüsszel is lép a terrorizmus-ellenes küzdelem terén. Lapértésülés szerint kompromisszumot kötött Franco Frattini igazságügyért, szabadságjogokért valamint biztonsági kérdésekért felelős biztos és Viviane Reding, az információs társadalom biztosa. A két vezető EU-politikus uniós irányelvet készül előterjeszteni, amely a telekommunikációs cégeket az adatok megőrzésére kötelezi: internet -forgalmazás esetén 6 hónapig, minden egyéb, telefonos kapcsolat esetében 1 évig.

Az eddigi gyakorlat szerint 90 napig kellett őrizni az adatokat. A telekom-társaságok százmillió eurós nagyságrendű többletköltségektől tartanak.

A direktíva a kapcsolási számokat veszi célkeresztbe, nem a beszélgetések tartalmát.

Adatvédők ennek ellenére a polgárok alapvető szabadságjogainak érvényesülését féltik. (nol.hu, 205. 07. 21. és ma.hu, 2005. 07. 25.)

EU, szabályozás

Egymilliárdért perel a Ringier Kiadó

A megszületett az első fokú bírósági ítélet a Ringier és a MIL perében, amelyet a kiadó a Színes Bulvár Lap (tavaly októberig Színes Mai Lap) miatt. A döntés szerint a Kajmán-szigeteken bejegyzett cég egyetemlegesen és korlátlanul felel a Híd Rádió és Műsorszóró Rt. védjegybitorlásáért. A Ringier várhatóan fellebbezni fog a döntés azon része ellen, amely elengedi a Híd Rádió fő tulajdonosát, az Elliot Associates L.P. befektetési alapot.

A RK azután indította meg a kártérítési pert a Híd Rádióval szemben, hogy javára jogerős bírósági döntés született a Színes Mai Lap megjelölés jogtalan használata miatt. A Ringier álláspontja szerint a Színes Bulvár Lapnál az eseményeket a három cég változó szereposztásban, de egységes virtuális vállalként irányította. A Fővárosi Bíróság azonban elfogadta az Elliot Associates alperes védekezését, miszerint nem lépte át a szokásos részvényesi kompetenciahatárokat.

Réti László, a RK-t képviselő ügyvédi iroda munkatársa szerint egy teljesen új napilapmárka bevezetése sokkal nagyobb befektetést igényel, mintha egy ugyanezt a lapot a piacon már sikeres, ám más tulajdonában álló újsághoz hasonlítják. Ezért a kiadó 2001 tavaszától 2003 őszéig havi húszmillió, azt követően a bitorlás befejezéséig havi tizenötmillió forintot követel, amely a kamatokkal együtt közel egymilliárd forint. (origo.hu, 2005. 07. 26.)

gazdaság, szabályozás

Jogilag kérdéses az m3 indulása

Szeptember 5-én tervezi elindítani a Magyar Televízió új, közéleti csatornáját. Holub Katalin, az intézmény szóvivője elmondta, a finanszírozásról jelenleg is tárgyalnak a kormányzattal. Mintegy 600 milliós költséggel számolnak az idei évre, az új csatorna jövő évi büdzséről azonban még nincsenek becslések. A tárgyalások végkimenetele rendkívül fontos az MTV számára, hiszen a csatorna indításához, illetve a szeptemberi–decemberi működéshez 600 millió forintra lenne szükség, amelyhez elengedhetetlen a központi költségvetésből biztosítandó összeg. A Magyar Televíziónál ugyanis már évek óta alapvető jelenség a pénzhiány, amely miatt a fejlesztésre szinte semennyi nem jut, mert a működtetés elszívja a keret minden egyes fillérért. Rudi Zoltán azonban korábban úgy nyilatkozott, hogy a várhatóan növekvő reklámbevételek miatt öt vagy hat adó olcsóbban üzemeltethető, mint a meglévő két csatorna. Az m3-nak azonban nemcsak pénzügyi problémái vannak, hanem politikai támadások is érik. Sági József, az Országgyűlés kulturális és sajtóbizottságának fideszes tagja kilátásba helyezte, hogy a csatorna létrehozásának megakadályozásáért pártja az Alkotmánybírósághoz fordul. A képviselő érvei szerint a csatorna létrehozása alkotmányossági aggályokat vet fel, mivel a kábelszolgáltatók csak más közszolgálati csatornáknak az alapsomagból való kivételével tudnák az amúgy kötelezően továbbítandó m3-at sugározni, és így sérülhet a lakosság tájékozódáshoz való joga. A Magyar Kábelkommunikációs Szövetség (MKSZ) és a Magyar Kábeltelevíziós és Hírközlési Szövetség lapunk megkeresésére még nem tudott konkrét tárgyalásokról beszámolni. Kéry Ferenc, az MKSZ elnöke azonban elmondta: egy levelet fogalmazott meg az ORTT felé, amelyben többek között afelől érdeklődött, hogy az m3 közszolgálatnak minősül-e, illetve továbbítása kötelező-e. Válasz azonban nem érkezett.

Kéry Ferenc szerint a fő probléma a médiatörvény értelmezéséből adódik. Ugyanis sem az nincs leírva, hogy indítható-e új közszolgálati csatorna, sem az, hogy nem. Az m3 megjelenése azonban leginkább költségekben okoz fejtörést a szövetségnek. Hiszen a minimum- és a középső csomag a legtöbb szolgáltatónál telített, így az m3 beillesztése milliárdos műszaki beruházást igényel, amely költséget valószínűleg az előfizetőknek kell majd állniuk. Kivenni nem lehet másik csatornát, hiszen a meglévő szerződések miatt az

kártérítési igénnyel élhetne. Továbbá az is kérdéses, hogy ki dönti el, melyik adó kerüljön ki. Megoldás a digitális műsorszolgáltatás lehetne, amely egy-két év múlva megvalósulhat. Kéry Ferenc szerint éppen ezen okból érthetetlen, hogy míg a digitális szolgáltatásra való átállás után az m3 könnyen beilleszthető lehetne, miért kell most ilyen keretek között, sokkal drágábban megvalósítani. (fn.hu, 2005. 07. 26.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

Öncenzúrázná műsorait a BBC?

A média zsinórmértékének tartott BBC azt tervezi, hogy érzékeny témákat, például terrorakciókat, katonai támadásokat bemutató híreit nem rögtön, hanem némi késéssel adja csak le. A szerkesztői irányelvek közé is felvett szabályt a beszláni túsdráma közvetítésének tapasztalatai alapján hozták. A szerkesztők feladata lesz eldönteni, mikor és mennyit kell várni a hírek közlésével.

Az önszabályozást az Ofcom nevű, független brit médiafigyelő szervezet megállapításaira és javaslataira vezetik be, védve a 18 éven aluliakat és az érzékeny nézőket. A szabályozás kimondja, hogy akkor kell várni a közléssel, „amikor a híradás hatása kiszámíthatatlan, az anyag felkavaró, és így csak mérlegelés után közölhető”. A bevezetett halasztott közvetítési szabály elég időt adna az újságíróknak, szerkesztőknek arra, hogy kiszűrjék a sokkoló anyagokat. Mindez azonban csak „különleges esetekben” lépne érvénybe, jegyzi meg a BBC. Az ügy háttérében a beszláni túsdráma közvetítésének tapasztalatai állnak. A 330 ember életét követelő iskolai terrortól élő felvételeket sugárzott az összes nagy tévéadó, köztük a BBC is. A közvetítés nyomán számtalan kritika érte a csatornákat, azt állítva, hogy néhány felvétel túlságosan is sokkoló volt a nézők számára.

A BBC rádió – és tévéműsorának hat területen kell eleget tennie az Ofcom új közvetítési szabályainak, többek közt a vallás, a magánszféra és a korrektség tekintetében. A társaság leszögezte azt is, hogy a „hitelesség fontosabb, mint a gyorsaság”. Az Ofcom szabályozás csak szerkesztői jóváhagyással engedélyezi a sokkoló anyagok leadását, és csak olyan esetekben, ha hiteles információkat közvetít. (index.hu, 2005. 07. 27.)

szabályozás

Tilos a dohányreklám

Július 31-től már a nyomtatott sajtóban, a rádióban és az interneten sem engedélyezett a dohánytermékek reklámozása az EU-ban. A televíziós dohányreklámokra már a múlt évtizedben kimondták az uniós tilalmat. Az uniós direktíva szerint a kulturális és sporteseményeken is korlátozzák a dohányipar hirdetéseit. A mozikban, óriásplakátokon, illetve egyes használati tárgyakon vagy zártkörű eseményeken a dohányáru reklámozására még van lehetőség. (index.hu, 2005. 07. 27.)

szabályozás

Egy másodperces reklám először Magyarországon

Egy másodperces reklámot sugároz Magyarországon elsőként a Viasat3. Az alternatív telekommunikációs cég rövid hirdetése hét végétől látható a kereskedelmi csatorna reklámblokkjaiban.

Ilyen módszerrel eddig még nem élt egyetlen magyar csatorna vagy hirdető sem, sőt, Európában is mindössze egyszer alkalmazták: idén májusban az antwerpeni Duval Guillaume ügynökség használta ezt a formátumot Belgiumban egy mentolos szájrfrissítő gél piachevezető kampányában.

A magyarországi hirdetést gyártó cég szerint egy másodpercben is meg lehet fogalmazni a közeljövőben bevezetendő alacsonyabb percdíjakról szóló reklámüzenetet, amelyet így lényegesen többször lehet levetíteni, mint egy átlagos reklámfilmet. Az ötvenes években több cég is használt úgynevezett felvillanó reklámokat, vagyis klipbe vagy filmbe illesztett, a másodperc törtrészéig látható, ezért csak tudat alatt észlelt képsorozatokot, de ezt a módszert később betiltották az Egyesült Államokban, és az 1997-es reklámtörvény nálunk is tiltja a

tudatosan nem érzékelhető hirdetési módszerek használatát.

Az egy másodperces reklám azonban már tudatosan érzékelhető, így telekommunikációs cég felvillanó hirdetésének sugárzása a Viasat3 szerint nem ütközik semmilyen törvénybe. (index.hu, 2005. 07. 29.)

szabályozás, tartalomkínálat

Új médiahatóság, erkölcsvédelem és a kereskedelmi adók megadóztatása a Szent István-tervben

A kereskedelmi tévéket és bulvárlapokat figyelő sajtóetikai hatóság felállítását javasolja a Fidesz-elnök felkérése készült Szent István-terv. Az Orbán-kormány egykori oktatási miniszteréhez kötődő elképzelések szerint visszaállítanák a kormányváltás után eltörölt műsorszolgáltatási díjat, és a közszolgálati médiumok fejlesztésére fordítandó adót szednék a kereskedelmi csatornáktól. Az ORTT mellett működő új médiahatóságot, tudományos és civil szervezetek delegáltjaiból álló médiaetikai testületet állítanának fel.

Az értelmiségiekből és tudósokból álló testület működését szintén a médiatörvény szabályozná. Tagjait a Magyar Tudományos Akadémia, az írószövetség, az orvosi és az ügyvédi kamara, illetve egyéb tudományos és társadalmi szervezetek tagságából választanák. Így megfelelő kiegészítője lenne a pártdelegáltakból álló, részében politikai indíttatású ügyekkel foglalkozó ORTT-nek. A jó erkölcs és a kiskorúak védelmét szem előtt tartó grémium törvényi szankciókkal élhetne a szabály-, illetve a normaszegők megregulálására, és a jelenlegi médiahatóság gyakorlatától eltérően nemcsak az elektronikus médiumok, hanem a nyomtatott, főként a bulvársajtó „kilengéseit” is figyelemmel kísérené. A jó ízlést sértő vagy nem megfelelő műsorsávban sugárzott produkciók mellett Pálinkás megfontolandónak tartja a tényeket torzító tudósítások elleni fellépést is. A közszolgálati rendszer javulása források nélkül elképzelhetetlen – állítja Pálinkás. a kultusztárca által működtetett, a filmalaphoz hasonló „közszolgálati alap” lenne a kulturális műsorgyártás támogatására, a másik pedig az, ha megadóztatnák a kereskedelmi műsorszolgáltatókat. A reklámtorta legnagyobb részét birtokló csatornáktól beszedett összeget a hirdetési bevételekből csak csekély arányban részesülő közszolgálati médiumok között osztanák szét, ezzel növelve versenyelőnyeiket és támogatva fennmaradásukat. (Magyar Hírlap, 2005. 07. 19., 1. és 15. old.)

gazdaság, szabályozás

Nem a média erkölcsének felügyeletére

Professzorokhoz méltatlan kezdeményezésnek tartja a MÚOSZ elnöke a javaslatot – Elutasítják a sajtó erkölcsi felett örökös és adott esetben szankcionáló testület létrehozását a médiával foglalkozó szakemberek.

A szakemberek úgy vélik, a média területén felmerülő problémákat magának a médiának kellene megoldania. Ezzel szemben Szalai Annamária (ORTT) szerint törvénymódosításra és jogi, civil, szakmai felügyeletre lenne szükség. Sükösd Miklós médiakutató arra hívja fel a figyelmet, hogy a magyar jogrend a média szankcionálására az ORTT-t hatalmazza fel. Emellett pedig nincs helye más testületnek – jelentette ki. Sükösd egyetért azzal, hogy civil szervezetek is értelmezzék a média működését, beszéljenek annak erkölcsi felelősségéről. De ez egy pártos kezdeményezés – tette hozzá. Az ötletet professzorokhoz méltatlan kezdeményezésnek tartja Eötvös Pál, a Magyar Újságírók Országos Szövetségének elnöke. Mint lapunknak elmondta, érthetetlen számára, miféle erkölcsi ítélkező fórumot szeretnének létrehozni. (Népszava, 2005. 07. 30., 3. old.)

szabályozás

Társaság

A Bertelsmann növelte részesedését az RTL-csoportban

Az RTL-csoportban újabb 7,4 százalékos részesedést szerzett a Bertelsmann, amely eddig is a társaság legnagyobb részvényese volt. Az eladó a West-Allgemeine Zeitung (WAZ) volt, amely a részvényt 550 millió euróért kap, írja a Menedzsmentforum.

A Bertelsmann jelenleg 53,4 százalékos tulajdonosa az RTL-csoportnak, és további 37 százaléknyi részvényt is kontrollt gyakorol a BW TV által. Sajtóértékelések szerint a most befolyó összeget további akvizíciókra kívánja fordítani a WAZ, amely a német nyomtatott lappiacon az egyik legjelentősebb szereplő, valamint a kelet-európai térség több országában is meghatározó kiadó.

Hazánkban elsősorban vidéki lapokban és a hvg-ben érdekelt a WAZ.

A Spiegel szerint a WAZ a francia napilapok piacára kíván betörni, a pénzügyi gondokkal küzdő Hersant-csoport ugyanis több újságtól szívesen megszabadulna. (hullamvadasz.hu, 2005. 07. 04.)

gazdaság, társaság

Oroszországban terjeszkedik az RTL

A német Bertelsmann AG médiacsoporthoz tartozó RTL Group tévé- és rádiótársaság 30 százalékos tulajdonrészt vásárolt az orosz REN TV-ben, az utolsó nagy független orosz adóban. Ez az első eset, hogy nyugat-európai tévétársaság jelentős érdekeltséget szerez egy orosz tévében. A moszkvai székhelyű REN 97 millió emberhez jut el, és a műsoraiban nyíltan bírálja Vlagyimir Putyin elnököt, ezért a Kreml régóta rossz szemmel nézi. A vételárát nem hozták nyilvánosságra. A REN további 70 százaléka az Egyesített Energiarendszerek (UES) orosz villamos művek tulajdonában van. A vonatkozó orosz jogszabály értelmében külföldi társaság maximum 49 százalékos tulajdonrésszel rendelkezhet tévéadóknál. (fn.hu, 2005. 07. 07.)

gazdaság, társaság

Hollós János lett a Magyar Rádió ügyvezetője

Hollós János alelnököt bízta meg a Magyar Rádió Rt. ügyvezetésével Kondor Katalin, az intézmény július végén lejáró mandátumú elnöke.

A Magyar Rádió Rt. leköszönő elnökének nincsen hatásköre az utódlásáról bármilyen értelemben gondoskodni – kommentálta a hírt Gellért Kis Gábor kuratóriumi elnök, hozzátéve, hogy a kérdést rendező „belső jogszabály fogalmilag kizárja” ezt. (fn.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (reak.), szabályozás, társaság

Svájci műsorszóróké az Antenna Hungária

Az Antenna Hungária Rt. 75 százalék plusz egy szavazatot kitevő, névértéken 8,91 milliárd forint értékű részvényt a Swisscom Broadcast AG vásárolhatja meg 286 millió svájci frankért (46,76 milliárd forint).

Az Informatikai és Hírközlési minisztérium államtitkára, Bánkúti Erzsébet kiemelte: az Antenna Hungária eladásával az állam kivonult az elektronikus hírközlés piacáról, de a szabályozó szerepe megmarad. (index.hu, 2005. 07. 21.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Göblyös a Magyar Rádió élén, jogi vita lett belőle

Göblyös István gazdasági alelnököt nevezi ki a Magyar Rádió átmeneti vezetőjének a közszolgálati médium kuratóriumi elnöksége. Az úgynevezett tulajdonosi megbízott a jelenlegi elnök megbízatásának lejártá és az új vezető megválasztása közötti időszakban vezeti a rádiót – közölte Gellért Kis Gábor, a testület elnöke.

Másik határozatában a kuratóriumi elnökség kimondta, hogy a leköszönő elnök, Kondor

Katalin múlt heti döntése, amellyel a másik alelnököt, Hollós Jánost ügyvezetővé nevezte ki, „jogszabálysértő és ezért a törvény erejénél fogva semmis”.

Az ügyvezetőnél szűkebb jogkörrel bíró tulajdonosi megbízottként Göblyös István feladata „az interregnum menedzselése”. (nol.hu, 2005. 07. 18.)

fogadtatás (reak.) társaság, szabályozás

A médiamogul az internetre is kiterjeszti hatalmát

Rupert Murdoch cége, a News Corp. 580 millió dollárért vásárolta fel az Intermix Media-t, amely többek között az Egyesült Államok ötödik legnézettebb weboldalának, a MySpace-nek is a tulajdonosa. „A News Corp. az Intermix Media bekebelezésével több, mint megtriplázhatja elérési lehetőségeit az amerikai internetezők között” – nyilatkozta Eric Hunter, a ComScore interenetes tanácsadó cég alelnöke az InformationWeek honlapján. „Azzal hogy a News Corp. kezébe került a MySpace, vezető szerephez jutott a társadalmi hálózatépítés területén és a tizenévesek körében is egyre népszerűbb lehet.”

A MySpace – mely alig két éve indult útjára – a ComScore szerint az ötödik leggyakrabban látogatott domain. Az oldal, mely elsősorban a tizenéveseket és az ifjabb felnőtteket célozza meg, szolgáltatások tucatjait – blogokat, azonnali üzenetek küldése, e-mail-t, zenét, fényképalbumokat, csetszobákat – kínálja. (fn.hu, 2005. 07. 21.)

gazdaság, társaság

Eladó a két Mammut-multiplex

Nyilvános pályázattal, 1,9 milliárd forint limitáron, plusz 500 millió forint hiteltartozás átvállalásával eladja a Mammut I-II multiplex moziját a fővárosi önkormányzat, illetve a testület tulajdonában lévő Budapest Film Rt. és Budapest Film kft.

Schiffer János (MSZP) főpolgármester-helyettes a kulturális bizottság rendkívüli ülésére benyújtott előterjesztésében megállapítja, hogy az rt. az Art mozi-hálózat évi, mintegy 150 millió forintos veszteségét a Corvin és a Mammut multiplexek keresztfinanszírozásával fedezte idáig.

A főpolgármester-helyettes szerint az idei év első felében a multiplex piacon felerősödő és várhatóan tartós negatív tendenciák miatt a két Mammut mozi már nem képes megtermelni az Art mozik finanszírozásához szükséges pénzt.

Az rt. igazgatósága és a felügyelő bizottsága is a múlt héten egyetértett azzal, hogy a két multiplex mozi eladásából származó bevétel egy részéből, egymilliárd forintból, Metropolis Film Alapítványt hoznak létre a művész mozik finanszírozására.

Stefán Sándor, a Budapest Film főmérnöke elmondása szerint az art mozik nézőszáma nő, míg a „kereskedelmi mozihálózaté” csökken, mint a Budapest Film által üzemeltetett Corvin és Mammut mozié is. „2003-ról 2004-re az Art-mozik 3,93 százalékkal nőttek, a kereskedelmi mozik 0,15 százalékkal csökkentek a látogatószámot tekintve” – pontosította az adatokat az Kun Tímea, a Budapest Film sajtóreferense. (index.hu, 2005. 07. 25.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Szervezetfejlesztési bizottság az MTV-nél

Megkezdte a Magyar Televízió Rt. „REORG” elnevezésű szervezetfejlesztését a közszolgálati médium és az IDS Scheer Hungária Kft. által létrehozott szakértői csapat.

A projekt célja, hogy a jelentős részben közpénzből működő műsorszolgáltatónál olyan vállalati struktúra jöjjön létre, amely átláthatóan, ellenőrizhetően és hatékonyan használja fel a tervezhetően rendelkezésre álló erőforrásokat – olvasható a cég közleményében.

A Magyar Televízió nyílt közbeszerzési eljárás keretében választotta ki az IDS Scheer Hungária Kft.-t mint szervezetfejlesztési szakértőt.

A 2006 májusában befejeződő projekt feladatai között szerepel az MTV Rt. stratégiájának meghatározása, hatékony munkafolyamat-rendszer kialakítása és bevezetése, továbbá a szervezet ennek megfelelő átalakítása. (fn.hu, 2005. 07. 27.)

társaság

Duna Tv: 92 munkatárs távozott

Lezárult a Duna Televízióban az új elnök által meghirdetett létszámleépítés, amelynek keretében a tervezett 80 helyett 92 munkatárstól vált meg a közszolgálati médium – közölte a tévéelnök. Cselényi László indoklásában kifejtette: a tervezettnél több munkatárs vonult nyugdíjba, ez okozta a különbséget. A menedzsment egyik, név nélkül nyilatkozó tagjának közlése szerint a leépítéssel várhatóan 200-250 millió forintot takarít meg az intézmény ebben az évben. (Népszava, 2005. 07. 30., 3. old.)

gazdaság, társaság

Tartalomkínálat

A mobil marketing megváltoztathatja a reklámpiacot

Egyes előrejelzések szerint a most 50-100 millió forintos mobil marketing-piac nagy fejlődés előtt áll, két év múlva meghaladhatja az 500 millió forintot.

A reklám- és marketing piac világszerte nagy változások előtt áll a mobiltelefonok elterjedése miatt, s a folyamatot a harmadik generációs (3G-UMTS) hálózatok kiépülése tovább gyorsítja. A változások révén a mobiltelefon egyre inkább előtérbe kerül, s egyre nagyobb szerephez jut a piacon. Részben azért is, mert a cégek számára egyre fontosabbá válik a fogyasztók közvetlen, célzott, meddő szórás nélküli, költséghatékonyabb elérése.

Az IKO New Media egyik saját fejlesztése, az IVR alapú telefonos rendszer interaktív kommunikációt biztosít a fogyasztókkal, akik – miután önként, a nekik legmegfelelőbb helyen és időben felhívják a termékeken szereplő, a cég által megadott helyi tarifával működő számot és nyereményjátékban is részt vehetnek – minőségi, naprakész, friss információval szolgálnak. Segítségével célkutatásokra alkalmas adatbázist lehet építeni és állandóan karbantartani; a vásárlói elégedettséget – a valóságot tükröző – gyors és költséghatékony módszerrel lehet felmérni.

Az üzleti lehetőségekkel összefüggésben: az európai televíziókban sugárzott reklámok az elmúlt időszakban 30-40 százalékkal csökkentek, s a kieső bevételt a cégek alapvetően a mobiltelefonon lebonyolított interaktív megoldásokkal, például játékokkal és szavazásokkal pótolják. Javítja a reklám- és marketingpiacon a mobil pozícióját az is, hogy a felmérések szerint a nézők 100 tv-reklámból csak kilencet figyelnek meg, míg a többinek gyakorlatilag nincs hatása. (terminal.hu, 2005. 07. 01.)

gazdaság, tartalomkínálat, technológia

Magyarországon is várható a videó e-mail technológia robbanása

Magyarországon is hódít a nyugaton forradalmi újdonságként megjelent videó e-mail technológia. Jeremy Schwartz, a Forrester médiaszakértője szerint az amerikai háztartások 57%-a öt éven belül havonta legalább egy alkalommal ki fogja használni a személyi rich media lehetőségeit.

A streaming videó iparág egyik legjelentősebb szereplője, a MyVideoTalk egyre nagyobb szeletet hasít ki az online videó piacból. A tavalyi évben bemutatott fejlesztése lehetővé teszi, hogy a legfrissebb tömörítési és adatátviteli technológiát használva küldhessünk videó e-mail üzenteket – bárkinek a világon! A videó szoftver a szerveren játssza le a videókat, így nincs szükség hosszú letöltési időkre, mint azoknál az üzeneteknél, melyek csatolt fájlként érkeznek.

A videó e-mail technológia lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy költséghatékony módon javítsák értékesítésük hatékonyságát. Akár terméket, akár szolgáltatást kívánunk bemutatni, vagy akár tréninget tartani, mindez lehetővé válik a videó-levél segítségével. (terminal.hu, 2005. 07. 05.)

tartalomkínálat, technológia

Rádió Plusz – új helyi rádió Szegeden

Rádió Plusz néven új rádió szól júliustól a 100.2-es frekvencián, amelyen addig a Juventus Szeged műsora szólt. Az új adót a Rádió 88 volt munkatársai alapították, megromlott ugyanis a rádió vezetőségével 15 munkatárs viszonya, akik úgy döntöttek, távoznak, és új rádiót indítanak Szegeden. A Rádió Plusz adása július 11-én indul, a csatorna elsősorban a helyi hírekre, eseményekre fókuszál.

Lukácsi Péter marketing menedzser elmondta: új struktúrával, más zenei stílussal és szándékaik szerint egy trendi csatornával jelentkeznek. Az új adó a 15-39 év közötti

célcsoport informálását és szórakoztatását tekinti legfőbb feladatának. (kreativ.hu, 2005. 07. 05.)

tartalomkínálat

Lengyelország – BBC rádió indulhat Varsóban

A BBC még az idén elindítja Varsóban fogható hírrádióját. A brit közszolgálati adó már be is nyújtotta a lengyel Rádió- és Televíziótanácshoz (KRRiTV) a frekvenciakérelmét. Bár a testületnek az elbírálásra kilenc hónap áll rendelkezésére, várhatóan hamarabb döntést hoznak, mivel a frekvenciára kizárólag a BBC pályázik.

A rádióadó napi 12 órát sugároz majd, így megfigyelők nem számítanak arra, hogy radikálisan átrendezi a varsói rádiópiacot. (kreativ.hu, 2005. 07. 05.)

fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Karácsonykor indulhat a Duna TV új csatornája

A médium menedzsmentje és kuratóriumának tagjai a kisebbségekkel foglalkozó műholdas tematikus adó indításával kapcsolatos elképzeléseiket már vázolták az ORTT előtt és 143 milliós támogatást is kértek a médiahatóságtól. A Duna Tv további terjeszkedési terveiben szerepel egy másik, interneten és műholdon fogható adó, az Unió is, amely elsősorban ifjúsági és oktató műsorokat sugározna, a remények szerint februártól.

Az ORTT ötfős testületének szocialisták által jelölt tagja, Ladvánszky György szerint a Duna Tv a Kárpát-medencét feszítő kisebbségi kérdésekkel foglalkozó adójának ügye fontos, a határon túli magyarság szempontjából is támogatandó. Cselényi László szerint elsősorban a műszaki feltételek megteremtéséhez igényelték a 143 milliós támogatást, amit maguk is kigazdálkodnának, ha az üzemben tartási díjat valóban minden tévékészülék után megkapnák az államtól, és nem esnének el másfélmilliárdtól. (fn.hu, 2005. 07. 05.)

gazdaság, tartalomkínálat

Mi történik a műtőasztalon? Élő webes közvetítés

Egy kis, egyesült államokbeli cég, az Slp3d olyan webes közvetítéssel (webcasting) foglalkozik, melyet direkt orvosok számára üzemeltetnek. Használatával élő adásban lehet nyomon követni valódi műtőszobákban zajló operációkat – a vállalat ezt eredetileg oktatási célból kínálta a doktorok részére. A webes közvetítés ugyanis lehetővé teszi, hogy az adott terület specialistái, a legjobb sebészek úgy demonstrálhassák egy-egy műtét elvégzését a távolban levő kollégáknak és orvostanhallgatóknak, hogy sem a beteget nem kell szállítani, sem a „résztvevőknek” nem kell odautazni.

Időközben azonban kiderült, hogy ezekre a beavatkozásokra a hétköznapi emberek is kíváncsiak – mára már a nézők 70 százalékát a gyógyászathoz páciensként kötődő internetezők adják, számolt be a fejleményekről Ross Joel, az Slp3d kereskedelmi és marketingigazgatója. Természetesen az, hogy valakiről műtét közben felvétel készüljön, csak akkor lehetséges, ha az operálandó páciens az esemény előtt beleegyezik ebbe. Habár egy-egy alkalommal az Slp3d 35-40 ezer dollárt is felszámol a webes műsorszórásért, mégis megéri ez a kórházaknak, hiszen az oktatás mellett komoly reklámértékkel is bír a leendő páciensek felé. (terminal.hu, 2005. 07. 07.)

fogyasztás, gazdaság, tartalomkínálat

A Yahoo és a Google is SMS keresőt indított

Szinte egy időben indította útjára a Google és a Yahoo SMS keresőjét, így ezen a területén is összecsap a két óriáscég.

SMS-ben olyan gyakran használt kifejezésekre lehet keresni, mint például a helyi információk, WiFi kapcsolódási pontok, időjárás, részvény árfolyamok, napi horoszkópok, szótári meghatározások és irányítószámok. A keresőmotorok ígérete szerint szolgáltatásuk révén az úton lévő mobiltulajdonosok egy SMS elküldésével használhatják majd a kereső motorját. A keresés eredményét is SMS-ben kapják meg az előfizetők. (sg.hu, 2005. 07. 12.)

tartalomkínálat

Az Oktatási Minisztérium megszüntette a pedagógiai folyóiratok támogatását

A Köznevelés kivételével már az idei évtől megszünteti a pedagógiai lapok támogatását az Oktatási Minisztérium. Ez mintegy félszáz kiadványt érint, benne nagy múltú szakmai folyóiratokat éppúgy, mint néhány éve piacon lévő, hiánypótló orgánumokat.

A döntés következtében a lapok túlnyomó többsége – mivel a központi támogatás volt eddig az egyedüli vagy legalábbis a fő működési forrásuk – valószínűleg megszűnik.

Az eljárás több szempontból is aggályos – hangsúlyozta Gyarmati Szabó Éva, a Pedagógiai Lapok Egyesületének elnöknője. – Egyrészt most, amikor az oktatás minden szintjét érintő alapvető változások, reformok zajlanak, betömni a meglévő és jól működő szakmai kommunikációs csatornákat, több mint hiba. Másrészt számos lap, bízva abban, hogy az elmúlt évekhez hasonlóan, ha késve is, de megkapja az éves támogatást, kölcsönt vett fel, hogy a tanév végéig megjelentethesse kiadványát, ám a késői döntés miatt a kölcsönt a jelenlegi helyzetben nem tudják visszafizetni. (nol.hu, 2005. 07. 14.)

fogadtatás (reak., komm.), tartalomkínálat

Erdélyben is terjesztené műsorát az MTV

Belső-Erdélyben, kábelhálózatokon keresztül is terjesztené műsorát a Magyar Televízió egyes csatornája. A nemzeti főadó a tervek szerint októberben vagy novemberben kezdené meg az adást, amely a helyi kábelhálózatokon keresztül 150-200 ezer belső-erdélyi háztartásba jutna el; az m2 műholdvevővel fogható ezen a területen. A beruházás nem jelent pluszkiadást a Magyar Televízióknak. (hvg.hu, 2005. 07. 14.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Nyelveken szól a Yahoo keresője

A Yahoo elindította egy olyan keresőszolgáltatás tesztüzemét, mely jelentősen megkönnyítheti az internetes tájékozódást az idegen nyelveken nem beszélő felhasználók számára. Az egyelőre csupán a vállalat német keresőjében elérhető fordítónak köszönhetően a németül tudóknak nem kell angolra vagy franciára átültetni a keresendő szavakat, ezt megteszi maga kereső, amely így jóval bővebb állományban keres, ráadásul a találatokat is németül jeleníti meg.

A megoldás érdekessége, hogy nem csupán a találati összefoglaló jelenik meg német nyelven, hanem a kereső lefordítja az oldalakat is. Persze a gépi fordítás nem makulátlan, de a szöveg az esetek jelentős részében érthető. Hamarosan francia nyelven is elindul a szolgáltatás, míg jövőre további európai és ázsiai nyelveken is „megtanul” a rendszer. (itnews.hu, 2005. 07. 14.)

tartalomkínálat

Még négy közszolgálati tévécsatorna?

Rövid időn belül hétre nőhet a közszolgálati tévécsatornák száma Magyarországon, ha beindul az MTV demokrácia csatornája, és a Duna TV új adói.

Az adóindítási hullám azonban törvényi, anyagi és terjesztési nehézségek elé néz. A jogi probléma a médiatörvényben bújk meg: tisztázatlan, hogy a jogszabály lehetőséget ad-e rá. A jogszabály ugyanis nevesíti a meglévő három csatornát, miközben nem tiltja újak indítását. A magyar és az uniós jogszabályi háttérrel a médiahatóság már jó ideje vizsgálja, döntés azonban még nincs. Ebben közrejátszik az is, hogy bizonytalannak tartják az MTV-s projekt anyagi háttérét. Ezért a hatóság hiánypótlást kért a köztétvétől. Ha a médiahatóság augusztus végéig nem foglal állást, a Demokrácia csatornát automatikusan be kell jegyezni. Ugyanezt játssza végig majd a Duna TV is két új adójával, amelyeket eredetileg az interneten akart terjeszteni. Most azonban azt jelentették be, hogy műholdon sugároznák azt az adást is, vagyis a kábeltévék juttatnák el a lakásokba.

Ez komoly gondokat okozhat a kábeltévéknél. Elvileg ugyanis a közszolgálati csatornákat kötelező továbbítaniuk. A négy új csatorna ugyanakkor felborítaná a társaságok mai programkínálatát. A technikai kapacitások már régóta teljesen kihasználtak a kábeltévéknél,

a zsúfolt csomagba új csatornát berakni csak valamelyik réginek a kihagyásával lehet. (mno.hu, 2005. 07. 16.)

szabályozás, tartalomkínálat

Saját rádióműsorod lehet

A kis hordozható médialejátszók kínálta lehetőséget kihasználva egyre többen indítanak személyes rádióadást. Bizonyára ez is ugyanolyan sláger lesz, mint a blogok.

„Akkor jöttem rá – írja Andy Bowers, a Slate rádiófelelőse –, hogy a podcasting milyen izgalmas dolog, amikor észrevettem, hogy húsz éve a szakmában dolgozó rádiós veterán létemre alig hallgatok már élő adást. Az iPodom egész nap tölti magát programokkal, s amikor rádiót hallgatni van kedvem, nem kell abban reménykednem, hogy hátha éppen megy valami jó, hanem tudom, hogy a zsebem tele van érdekes műsorral.”

Az első adások alig két éve jelentek meg, de a podcast-kínálat máris jelentős és egyre növekszik. Saját rádiós talkshow-t csinálni sem valami bonyolult dolog. A felhasználóbarát programok segítségével – a CNet.com becslése szerint – négy óra alatt, akár 50 dollárból elindíthatjuk saját műsorunkat. (nol.hu, 2005. 07. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat

Jogilag kérdéses az m3 indulása

Szeptember 5-én tervezi elindítani a Magyar Televízió új, közéleti csatornáját. Holub Katalin, az intézmény szóvivője elmondta, a finanszírozásról jelenleg is tárgyalnak a kormányzattal. Mintegy 600 milliós költséggel számolnak az idei évre, az új csatorna jövő évi büdzséről azonban még nincsenek becslések. A tárgyalások végkimenetele rendkívül fontos az MTV számára, hiszen a csatorna indításához, illetve a szeptemberi–decemberi működéshez 600 millió forintra lenne szükség, amelyhez elengedhetetlen a központi költségvetésből biztosítandó összeg. A Magyar Televíziónál ugyanis már évek óta alapvető jelenség a pénzhiány, amely miatt a fejlesztésre szinte semennyi nem jut, mert a működtetés elszívja a keret minden egyes fillérért. Rudi Zoltán azonban korábban úgy nyilatkozott, hogy a várhatóan növekvő reklámbevételek miatt öt vagy hat adó olcsóbban üzemeltethető, mint a meglévő két csatorna. Az m3-nak azonban nemcsak pénzügyi problémái vannak, hanem politikai támadások is érik. Sági József, az Országgyűlés kulturális és sajtóbizottságának fideszes tagja kilátásba helyezte, hogy a csatorna létrehozásának megakadályozásáért pártja az Alkotmánybírósághoz fordul. A képviselő érvei szerint a csatorna létrehozása alkotmányossági aggályokat vet fel, mivel a kábelszolgáltatók csak más közszolgálati csatornáknak az alapsomagból való kivételével tudnák az amúgy kötelezően továbbítandó m3-at sugározni, és így sérülhet a lakosság tájékozódáshoz való joga. A Magyar Kábelteljesítési Szövetség (MKSZ) és a Magyar Kábeltelevíziós és Hírközlési Szövetség lapunk megkeresésére még nem tudott konkrét tárgyalásokról beszámolni. Kéry Ferenc, az MKSZ elnöke azonban elmondta: egy levelet fogalmazott meg az ORTT felé, amelyben többek között afelől érdeklődött, hogy az m3 közszolgálatinak minősül-e, illetve továbbítása kötelező-e. Válasz azonban nem érkezett.

Kéry Ferenc szerint a fő probléma a médiatörvény értelmezéséből adódik. Ugyanis sem az nincs leírva, hogy indítható-e új közszolgálati csatorna, sem az, hogy nem. Az m3 megjelenése azonban leginkább költségekben okoz fejtörést a szövetségnek. Hiszen a minimum- és a középső csomag a legtöbb szolgáltatónál telített, így az m3 beillesztése milliárdos műszaki beruházást igényel, amely költséget valószínűleg az előfizetőknek kell majd állniuk. Kivenni nem lehet másik csatornát, hiszen a meglévő szerződések miatt az kártérítési igényel élhetne.

Továbbá az is kérdéses, hogy ki dönti el, melyik adó kerüljön ki. Megoldás a digitális műsorszolgáltatás lehetne, amely egy-két év múlva megvalósulhat. Kéry Ferenc szerint éppen ezen okból érthetetlen, hogy míg a digitális szolgáltatásra való átállás után az m3

könnyen beilleszthető lehetne, miért kell most ilyen keretek között, sokkal drágábban megvalósítani. (fn.hu, 2005. 07. 26.)

gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat

Új magyar nyelvű rádiók Nagyváradban, Kézdivásárhelyen és Szalontán

Az Audiovizuális Tanács döntése alapján 29 új vagy már működő rádió kapott frekvenciát. Ezek közül Nagyváradban, Székelykeresztúron, Kézdivásárhelyen és Szalontán magyar tulajdonosú, magyar nyelvű rádiók is. Gáspárik Attila, a Tanács alelnöke, elmondta: 160 cég pályázott, például székelykeresztúri frekvenciát 12 pályázó igényelt. A trend az, hogy egyre nagyobb a rádióalapítási kedv, vélhetően a rádiós hirdetésekben rejlő növekvő potenciál miatt – emelte ki Gáspárik Attila. (transindex.hu, 2005. 07. 28.)

fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Egy másodperces reklám először Magyarországon

Egy másodperces reklámot sugároz Magyarországon elsőként a Viasat3. Az alternatív telekommunikációs cég rövid hirdetése hét végétől látható a kereskedelmi csatorna reklámblokkjaiban.

Ilyen módszerrel eddig még nem élt egyetlen magyar csatorna vagy hirdető sem, sőt, Európában is mindössze egyszer alkalmazták: idén májusban az antwerpeni Duval Guillaume ügynökség használta ezt a formátumot Belgiumban egy mentolos szájfressítő gél piacbevezető kampányában.

A magyarországi hirdetést gyártó cég szerint egy másodpercben is meg lehet fogalmazni a közeljövőben bevezetendő alacsonyabb percdíjakról szóló reklámüzenetet, amelyet így lényegesen többször lehet levetíteni, mint egy átlagos reklámfilm. Az ötvenes években több cég is használt úgynevezett felvillanó reklámokat, vagyis klipbe vagy filmbe illesztett, a másodperc törtrészig látható, ezért csak tudat alatt észlelt képsorozatokot, de ezt a módszert később betiltották az Egyesült Államokban, és az 1997-es reklámtörvény nálunk is tiltja a tudatosan nem érzékelhető hirdetési módszerek használatát.

Az egy másodperces reklám azonban már tudatosan érzékelhető, így telekommunikációs cég felvillanó hirdetésének sugárzása a Viasat3 szerint nem ütközik semmilyen törvénybe. (index.hu, 2005. 07. 29.)

szabályozás, tartalomkínálat

Technológia

A mobil marketing megváltoztathatja a reklámpiacot

Egyes előrejelzések szerint a most 50-100 millió forintos mobil marketing-piac nagy fejlődés előtt áll, két év múlva meghaladhatja az 500 millió forintot.

A reklám- és marketing piac világszerte nagy változások előtt áll a mobiltelefonok elterjedése miatt, s a folyamatot a harmadik generációs (3G-UMTS) hálózatok kiépülése tovább gyorsítja. A változások révén a mobiltelefon egyre inkább előtérbe kerül, s egyre nagyobb szerephez jut a piacon. Részben azért is, mert a cégek számára egyre fontosabbá válik a fogyasztók közvetlen, célzott, meddő szórás nélküli, költséghatékonyabb elérése.

Az IKO New Media egyik saját fejlesztése, az IVR alapú telefonos rendszer interaktív kommunikációt biztosít a fogyasztókkal, akik – miután önként, a nekik legmegfelelőbb helyen és időben felhívják a termékeken szereplő, a cég által megadott helyi tarifával működő számot és nyereményjátékban is részt vehetnek – minőségi, naprakész, friss információval szolgálnak. Segítségével célkutatásokra alkalmas adatbázist lehet építeni és állandóan karbantartani; a vásárlói elégedettséget – a valóságot tükröző – gyors és költséghatékony módszerrel lehet felmérni.

Az üzleti lehetőségekkel összefüggésben: az európai televíziókban sugárzott reklámok az elmúlt időszakban 30-40 százalékkal csökkentek, s a kieső bevételt a cégek alapvetően a mobiltelefonon lebonyolított interaktív megoldásokkal, például játékokkal és szavazásokkal pótolják. Javítja a reklám- és marketingpiacon a mobil pozícióját az is, hogy a felmérések szerint a nézők 100 tv-reklámból csak kilencet figyelnek meg, míg a többinek gyakorlatilag nincs hatása. (terminal.hu, 2005. 07. 01.)

gazdaság, tartalomkínálat, technológia

Ausztriában majdnem teljes a 3G lefedettség

A Mobilkom Austria előfizetői számára hamarosan teljes országos lefedettséggel rendelkezésre áll majd a szélessávú internetelérhetőség. A harmadik generációs UMTS rendszer lefedettsége jelenleg 62 százalékos, az EDGE szélessávú technológia pedig további 35 százalékot fed le. A teljes lefedettség tehát 97 százalékos.

A Mobilkom mobil szolgáltatási forgalmának jelenleg 17 százalékát teszi ki az adatátviteli díj, amiből 9 százalékpont esik az SMS-ekre. Tavaly az adatforgalom részaránya még 13 százalékos volt. Az év végéig pedig a becslések szerint 25 százalék körülire emelkedik.

A Mobilkom eddig több mint 30 ezer UMTS adatkártyát értékesített. A negyedik negyedévben megkezdte a laptopokban használható adatkártyák értékesítését is, amelyek EDGE forgalmazásra is alkalmasak lesznek. (index.hu, 2005. 07. 01.)

fogyasztás, technológia

Magyarországon is várható a videó e-mail technológia robbanása

Magyarországon is hódít a nyugaton forradalmi újdonságként megjelent videó e-mail technológia. Jeremy Schwartz, a Forrester médiaszakértője szerint az amerikai háztartások 57%-a öt éven belül havonta legalább egy alkalommal ki fogja használni a személyi rich media lehetőségeit.

A streaming videó iparág egyik legjelentősebb szereplője, a MyVideoTalk egyre nagyobb szeletet hasít ki az online videó piacból. A tavalyi évben bemutatott fejlesztése lehetővé teszi, hogy a legfrissebb tömörítési és adatátviteli technológiát használva küldhessünk videó e-mail üzenteket – bárkinek a világon! A videó szoftver a szerveren játssza le a videókat, így nincs szükség hosszú letöltési időkre, mint azoknál az üzeneteknél, melyek csatolt fájlként érkeznek.

A videó e-mail technológia lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy költséghatékony módon javítsák értékesítésük hatékonyságát. Akár terméket, akár szolgáltatást kívánunk bemutatni,

vagy akár tréninget tartani, mindez lehetővé válik a videó-levél segítségével. (terminal.hu, 2005. 07. 05.)

tartalomkínálat, technológia

Digitálisan sugározhatnak a kereskedelmi rádiók Romániában

A Rádiótávközlési Társaság – új nevén a Radiocom – ezután CD-minőségben, azaz digitálisan is vállalja rádióadások sugárzását, átjátszását. Eddig 20 európai országban vezették be az ún. T-DAB rendszert, melyet jelenleg a Pro FM és a Radio Romantic kereskedelmi rádió használ.

A digitális sugárzás előnyei: érezhetően jobb a vétel mozgó járműben is, továbbá a rendszeren az adást kiegészítő információk is továbbíthatók. (transindex.hu, 2005. 07. 05.)

technológia

Repülőgépen is használható lesz a mobiltelefon

A német közlekedési minisztérium bejelentette, jövőre megszűnik a mobiltelefonok használatát tiltó rendelkezés a Lufthansa járatain – értesült a német Focus hírújság. A német légügyi és űrközpont (DLR) szerint a hordozható készülékek rádióhullámai – ellentétben a légitársaságok eddigi álláspontjával – mégsem okoznak káros interferenciát a repülőgép fedélzeti elektronikájában. Tavaly a Szövetségi Kommunikációs Tanács (FCC) az Egyesült Államokban is javasolt hasonló engedélyt, igaz, ők csak a GPRS-, EDGE- és 3G-adatforgalmat lehetővé tevő 1800 MHz-es frekvenciasávot szabadították volna fel.

A lap értesülései szerint számos más légitársaság is tervez hasonló intézkedést. Ha ez megvalósul, az a gyakorlatban azt jelenti, hogy ezentúl a repülőgépen sem kell kikapcsolnunk a mobiltelefonunkat.

A tiltás eltörlésével ugyanakkor még nem lesz egy csapásra kielégítő GSM-lefedettség tízezer méter magasan. A problémára válaszul az Ericsson máris bejelentette a világszerte legkeresettebb RBS 2708-as bázisállomásának repülőgépekbe telepíthető változatát. A svéd gyártó közleménye szerint a készülék funkcionalitásában teljesen megfelel a földi telepítésű eszközöknek. (it.news.hu, 2005. 07. 05.)

szabályozás, technológia

164 millióan szélessávon

A Point Topic most megjelent tanulmányából kiderül, hogy a világon 2005 első negyedévének végén összesen 164 millió szélessávú internetkapcsolat működött.

Az előző év hasonló időszakával összehasonlítva ez 52 milliós emelkedést jelent, a gyorsuló ütemet az is jelzi, hogy az 52 millióból 28 millió az időszak második felében került kiépítésre. A technológiák közül továbbra is a DSL a legnépszerűbb, összesen 107 millió előfizető kapcsolódik így a világhálóra, ami 65%-os részesedést jelent. A DSL egyedül az Egyesült Államokban és Kanadában nem a legnépszerűbb (itt a kábel modem aránya 59 illetve 52 százalék), máshol viszont egyértelmű a dominanciája, különösen Nyugat-Európában: Nagy-Britannia és Olaszország esetében részaránya több mint 70%, míg Németországban gyakorlatilag majdnem minden broadband kapcsolat ezen a technológián alapul.

A szélessávú előfizetők száma alapján: 1. USA, 2. Kína, 3. Japán, 4. Dél-Korea, 5. Franciaország, 6. Németország, 7. Nagy-Britannia, 8. Kanada, 9. Olaszország, 10. Tajvan.

A szélessávú előfizetések számában 2005 első negyedévében a legnagyobb arányú növekedést elérő országok: 1. Törökország, 2. Thaiföld, 3. Lengyelország, 4. Csehország, 5. Litvánia, 6. Szlovénia, 7. Ausztrália, 8. Venezuela, 9. Új-Zéland, 10. Mexikó. (sg.hu, 2005. 07. 07.)

fogyasztás, technológia

Az EU gyorsítani kívánja a vezeték nélküli internet európai terjeszkedését

Az EU Bizottsága új rádiófrekvenciát biztosított annak érdekében, hogy felgyorsítsa az internet vezeték nélküli elérésének folyamatát az európai internetkávékban és

repülőtereken. Az EU Bizottsága elérhetővé tette az 5 gigahertzes (GHz) sávot a WiFi technológia számára; e technológiát használják a laptopok nagysebességű, vezeték nélküli internetkapcsolatának biztosítására. Az új frekvencia lehetővé teszi másodpercenként 50 megabit továbbítását, ami lényeges többletet jelent a jelenlegi – eredetileg a mikrohullámú sütőknél használt – 2,4 GHz-s hullámásáv 10 megabites teljesítményéhez képest.

Az új frekvencia mind a 25 tagországban elérhető lesz majd; a Bizottság azt szeretné, ha a tagországok novemberig megtennék az ehhez szükséges lépéseket, bevezetnék a szükséges módosításokat.

Japán és az Egyesült Államok szintén dolgozik a – katonai és a műholdas szolgáltatásokban is felhasznált – 5 GHz-s frekvencia WiFi általi használhatóságán. Ez a frekvencia lehetőséget biztosít majd szerte a világon az internetes hangtovábbítást segítő csomópontok elérésére – ezzel elkerülhetővé téve a mobiltársaságok által felszámított magas roaming-díjakat. Ezen csomópontok száma Nyugat-Európában a tavalyi 26 ezerről az idei esztendő végére várhatóan 45 ezerre nő majd; jelenleg az ázsiai-csendes-óceáni régióban 29.400, az Egyesült Államokban 22.700 ilyen pont van.

Piaci elemzések szerint a WiFi használók száma az elkövetkező három évben a jelenlegi 120 millióról 500 millió fölé emelkedik. A gyártók már megkezdték olyan berendezések szállítását, melyek mindkét sávot képesek használni. (mti.hu, 2005. 07. 14.)

EU, fogyasztás, technológia

Félmillió német 3G-felhasználó a Vodafone-nál

A Vodafone szerint a legnépszerűbb 3G szolgáltatásnak a mobil- televízió bizonyult: a vállalat 4 élő és 15 online „konzerv” adást kínál, jelenleg mintegy 100 ezer német előfizetőnek. A cég 3G hálózata 1200 német várost, összességében pedig a lakosság 60%-át fedi le, 2006. márciusig pedig szeretnék ezt az arányt 70%-ra növelni. (prim.hu, 2005. 07. 16.)

fogyasztás, technológia

100 Mbit/s-os szélessávú internet 2006-tól

A finn Teleste nevű hálózati eszközök gyártó cég bejelentette, hogy jövőre olyan otthoni Ethernet terméket hoz forgalomba, amely akár 100 Mbit/s-os szélessávú internetszolgáltatást is lehetővé tesz majd tv-kábelen keresztül. Pekka Rissanen, a cég egyik vezetője elmondta, hogy a jövő háztartásaiban 30 Mbit/s lesz a minimum követelmény, hiszen például csak egyetlen jó minőségű online tv-adás szükséglete 10-20 Mbit/s. Az új technológia bevezetése véleménye szerint 50 és 200 euró közötti összegbe kerülhet háztartásonként, ami jóval kevesebb annál, mint ami akkor volna, ha a szolgáltatóknak egy teljesen új hálózatot kellene kiépíteniük. (prim.hu, 2005. 07. 20.)

gazdaság, technológia

Lassan terjed a szélessáv a németeknél

Lassú a szélessávú internet terjedése Németországban a szomszédos országokhoz viszonyítva – derül ki a Strategy Analytics piackutató cég közelmúltban megjelent tanulmányából. A társaság adatai szerint az év végére a német háztartások 24 százaléka rendelkezik majd gyors világhálós eléréssel, ugyanakkor Hollandiában 56, Svájcban 51, Dániában pedig 49 százalékos lesz ez az arány.

A Strategy Analytics által készített felmérésben vizsgált 14 nyugat-európai országban a szélessávú internet kapcsolattal rendelkező háztartások száma átlagosan 33 százalékkal nő 2005 végére 2004-hez képest.

A piackutató cég elemzése szerint a gyors internet viszonylag lassabb németországi elterjedésére a mérsékelt verseny a magyarázat. A rendkívül tagolt és részben túlszabályozott helyi kábelpiac ugyanis nem képes komoly versenyre és ezzel a szélessáv gyorsabb terjesztésére kényszeríteni a korábbi monopolszolgáltatót, a Deutsche Telekomot. A

tanulmány jóslata szerint 2010-re a nyugat-európai országokban a háztartások 63 százaléka már szélessávon kapcsolódik majd a világhálóra. (isite.hu, 2005. 07. 27.)
fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia