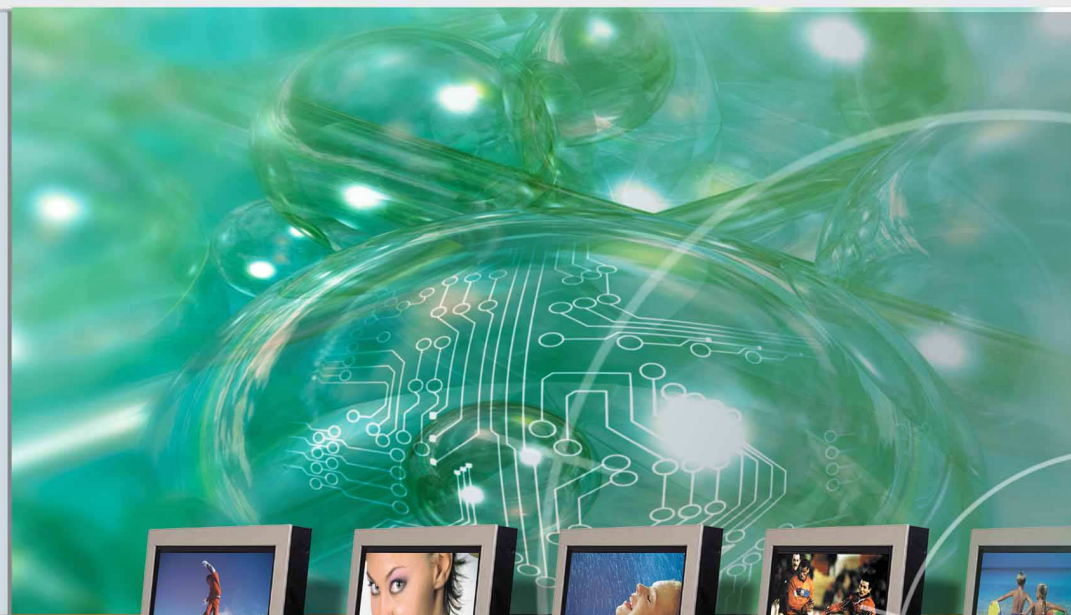


Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából



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

Készítette:

Paál Vince

MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE

2005. augusztus

Tartalomjegyzék

<i>Bevezető magyarázatok</i>	<i>3</i>
<i>Érdekképviselés</i>	<i>6</i>
<i>EU</i>	<i>8</i>
<i>Felhasználási jog</i>	<i>10</i>
<i>Fogadtatás</i>	<i>11</i>
<i>Fogyasztás</i>	<i>21</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>30</i>
<i>Rendezvény</i>	<i>41</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>42</i>
<i>Társaság</i>	<i>50</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>53</i>
<i>Technológia</i>	<i>57</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

ASVA: 3,5 milliárd dollár veszteséget okoztak a filmkálózok 2004-ben

A Motion Pictures Asssotion of America (MPAA), az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közcélú Alapítvány (ASVA) amerikai társszervezete bejelentette, hogy tovább erősíti a harcot a filmek interneten történő illegális terjesztése ellen.

A kampány tavaly novemberben kezdődött, amikor az amerikai stúdiók az MPAA-val közösen bejelentették, hogy fokozzák küzdelmüket a filmkálózok ellen. A filmstúdiók olyan személyeket pereltek be, akik illegálisan töltöttek le filmeket, vagy ezekkel illegálisan kereskedtek az interneten. A jogi eljárások kezdete óta több ilyen személyt azonosítottak az USA-ban, a polgári perek többsége már az ítélelhozatal előtt áll. Az amerikai szerzői jogi törvény szerint akár 30.000 dolláros büntetést is kiszabhatnak az illegális filmmásolásért és -terjesztésért. Amennyiben a törvénysértés bebizonyosodik, akkor ez az összeg elérheti a 150.000 dollárt, vagy akár öt évtől tíz évig terjedő börtönbüntetést vonhat maga után.

Az MPAA becslése szerint a filmipart megközelítőleg 3,5 milliárd dollár veszteség érte 2004-ben, ez a szám nem tartalmazza az online file-megosztás során okozott kárt. A Smith Barney tanulmány szerint ez a szám 2005-ben megközelítőleg 5,4 milliárd dollárra nő. Egy átlagos amerikai film előállítására 100 millió dollárba kerül, a filmek 60%-a veszteséges, és a befektetések nem térülnek meg.

Az internet és DVD-másolók terjedésével ez a szám évről évre nő. Fontos kiemelni, hogy a filmkálózok nem csak az amerikai stúdiókat sújtja. Az alacsonyabb magyarországi filmköltségvetések, az állami támogatási rendszer felépítése miatt a magyar filmkészítők még nagyobb mértékben érintettek az illegális filmetöltések és másolások által. A magyar filmesek gyártási támogatása ui. – a Magyar Mozgókép Közalapítvány szabályzata szerint – a rendező és a producer korábbi filmjének nézőszámától függ: 1 néző elvesztése a következő filmnél 500 Ft veszteséget okozhat (nem beszélve az aktuális mozijegy-bevétel kieséséről).

Közép-Kelet-Európában, az Európai Unió új tagországaiiban (Lengyelország, Csehország, Szlovákia és Magyarország) az illegális filmpiac helyzete nagyon hasonló. A csatlakozással a szerzői jogok védelmének törvényi rendezése megvalósult, de a kalózkodás társadalmi veszélyességének megítélése elmarad a nyugat-európai országokban tapasztalhatóól. Magyarországon a filmiparnak okozott kár becsült értéke (bár többféle számításról is tudunk), a Motion Picture Assotiation (MPA) számításai szerint hozzávetőlegesen húszmillió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Csehországban a filmes kalózkodás által okozott kár becsült értéke húszmillió dollár, Lengyelországban ez a szám harmincmillió, míg Szlovákiában kétmillió dollár.

Az viszont általánosságban elmondható, hogy ezek az adatok sokkal jobbakk, mint az illegális DVD-kereskedelem kiinduló helyszíneinek számító Ukrajnában, Romániában és Szerbiában, ahol ez a tevékenység szinte kizárólag a feketepiacon zajlik. (terminal.hu, 2005. 08. 12.)

érdekképviselet, gazdaság, szabályozás

Mégsem a fájlcsere a zeneipar első számú ellensége

Bár az utóbbi időben főként a fájlcsere hálózatokon, ftp-szervereken illegálisan terjedő hang- és filmanyagok kerültek reflektorfénybe, az Amerikai Lemezipari Szövetség (RIAA, Recording Industry Association of America) szerint a legnagyobb fenyegetést továbbra is a másolt CD-k jelentik. Az NPD Group kutatócég adatai alapján a hallgatókhoz a zene 29 százaléka másolt korongokon érkezett, szemben a letöltés 16 százalékos részesedésével. A kutatás arra is rávilágít, hogy a tavalyi év során a zenefogyasztás felét tették ki a jogszerű CD-eladások, míg az online zeneboltok mindössze 4 százalékot hasítottak ki. Mitch Bainwol, a RIAA vezetője a másolásvédelemben látja a megoldást, így egyre több védett anyag fog a piacra kerülni a jövőben.

A MAHASZ honlapján olvasható közlemények szerint Magyarországot is keményen sújtja a másolás, kalózkodás. A szervezet elretentő becslése szerint egy legális CD-re három másolt jut. Ezzel együtt is az oldalon található adatok alapján az utóbbi két évben igen szép bővülést mutatott az eladott lemezek száma: míg 2002-ben 3 millió, addig 2003-ban 3,3 millió, 2004-ben több mint 5 millió zenei albumot értékesítettek hazánkban. (hws.w.hu, 2005. 08. 15.)

érdekképviselet, fogyasztás

Feloldhatják az online zenei licencet korlátozásait

Az Európai Bizottság szerint az Európai Unión belül található nemzeti jogvédő társaságok egymás közötti szerződéseikkel fenntartották monopóliumaikat, és visszatartották az online zenei piac kibontakozását.

Az érintett szervezetek 2001 áprilisában írták alá a Santiago megállapodást, amelyhez később Portugáliát és Svájcot kivéve minden uniós tag társasága csatlakozott. A megállapodás felhatalmazza a résztvevő csoportokat arra, hogy az internetes cégekkel egyszerű letöltési licencszerződést kössenek, így például engedélyezhetik egymás területéről való zenedarabok árusítását. Ez már csak azért is fontos, mert az online piac kialakulásával a kereskedelem elveszti területiségét, és a zeneszámok világ minden tájáról elérhetővé válnak, miközben a forgalmazónak minden országban meg kell kötnie a szükséges szerződést. A Santiago megállapodás ugyanakkor előtérbe helyezi a jogvédő szervezeteket, mert a terjesztők a tagországokon belül csak a monopólium helyzetben lévő csoportokon keresztül köthetnek licencszerződést.

Az Artisjus – a hazai jogvédő szervezet – 2003-ban előrelépésként értékelte a Santiago-megállapodást, illetve annak módosítását. Ez egyértelműen a tartalomszolgáltató gazdasági székhelyét határozta meg a jogosító társaság kiválasztásakor irányadó egyedüli szempontként. A gyakorlatban ez annyit tesz, hogy az Artisjus csak olyan tartalomszolgáltatást jogosíthat, ahol a tartalomszolgáltató gazdasági székhelye Magyarországon van. (sg.hu, 2005. 08. 18.)

érdekképviselet, szabályozás

Bezárattak egy magyar nyelvű e-könyvtárat

Közel 800 magyar nyelvű digitalizált könyv volt letölthető arról az orosz weboldalról, amely a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesületének vezetőjének tiltakozását követően felfüggesztette tevékenységét. A Silent Library Project (SLP – Csendes Könyvtár Projekt) mások mellett Asimov, Babits, Bulgakov, Örkény, Malamud, Wells, Wodehouse könyveit is ingyenesen letölthetővé tevő weboldalról átmenetileg levették a konkrét művekre mutató linkeket (azért némi keresgélés után elérhető minden könyv).

Az oldal szerkesztői – noha a szerver valóban az Orosz Föderáció területén található – magyarok, akik önkéntesek munkájára építették projektjüket. Könyveket az oldal bármelyik látogatója beszkenelhet, konvertálhat, javíthat és feltölthet. A munkáért éppúgy nem fizet senki, ahogy a letöltésért sem várnak pénzt senkitől, a könyvtárat tehát a közösség ingyenmunkája teremtette meg, a látogatók pedig ingyen férhetnek hozzá a digitalizált könyvekhez.

A névtelen szervező hangsúlyozta: nem állítják, hogy a szerzőket, kiadókat nem illeti meg díjazás az előállított termékekért (azaz a könyvekért). Egyelőre azonban fórumukon kívánják megvitatni a kiadókkal, hogy milyen kompromisszumos megegyezés születhet az oldal továbbélésére, ám abba nem szeretnék belemenni, hogy például letöltésenként fizessenek szerzői jogdíjat.

Noha a könyvkiadók érdekeit képviselő szövetség e-mailben törvénytelennek minősítette a csendes könyvtár működését, több kis könyvkiadó jelezte, hogy bizonyos feltételek mellett hozzájárulnának az internetes közléshez. (origo.hu, 2005. 08. 26.)

érdekképviselet, tartalomkínálat

EU

Hatályba lépett az EU dohányreklám irányelve

Az Európai Unió dohányreklám irányelve július 31-én hatályba lépett. Az Európai Parlament és a Tanács által 2003-ban elfogadott irányelv tiltja a dohányáru reklámozását az írott sajtóban, a rádióban és az interneten. Az irányelv ezenkívül tiltja a dohánygyárak közreműködését szponzorként a nemzetközi kulturális és sportrendezvényeken. Magyarországon június 27-én fogadta el a parlament a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény módosítását. A Gazdasági és Közlekedési Minisztérium tájékoztatása szerint Magyarországon 2001. óta szigorú dohányreklám-tilalom van érvényben olyan területeken is, mint például a közterületi, vagy nyomtatott sajtóban történő reklámozás. A szigorú tilalom alól kivételt képez a dohányáruk bemutatása eladási helyükön, valamint – külön kérelemre, szigorú korlátokkal – a nemzetgazdasági szempontból kiemelkedő eseményeken a szponzoráció. A gazdasági és közlekedési miniszter tavasszal engedélyezte a dohányreklámok elhelyezését a Hungaroring az idei Forma 1-es futamon. (nepszava.hu, 2005. 08. 01.)

EU, szabályozás

EU-vita a következő generációs mobil adatátviteli frekvenciákról

Az Európai Bizottság rádiófrekvenciák elosztásáért felelős albizottsága októberben szavaz a 2,5-2,69 MHz-es, jelenleg a mobil 3G számára fenntartott hullámsávok sorsáról, ám a tagállamok egyelőre meglehetősen megosztottak a kérdésben.

Az Informa Telecoms & Media által most közzétett elemzés szerint az EU országai jelenleg két táborra oszlanak: Az EU-bürokrácia támogatását élvező, Nagy-Britannia által vezetett csoport azt szeretné elérni, ha mindenki szabadon pályázhatna a szóban forgó frekvenciákra, míg az elsősorban Franciaország és Finnország által favorizált elképzelés szerint továbbra is fenntartanák azokat az IMT-2000 szabványnak megfelelő WCDMA harmadik generációs mobiltelefonos alkalmazás számára. Ez utóbbi változat kizárná a rivális vezeték nélküli szélessávú technológiákra épülő, például WiMAX vagy OFDM-alapú hálózatokat az európai versenyből. Paul Lambert, a Global Mobile szerkesztője szerint a vitában nemcsak a szabadpiaci elvek érvényesülése a tét, hanem közvetett módon a teljes európai telekommunikációs eszközöket gyártó ágazat sorsa is. (prim.hu, 2005. 08. 12.)

EU, szabályozás, technológia

Megvédené az EU a gyermekeket az internet árnyoldalaitól

Az Európai Parlament és a Tanács a kiskorúak és az emberi méltóság védelme érdekében cselekvésre szólítja fel a politikusokat, az informatikai iparág szereplőit, az iskolákat és a szülőket.

Friss statisztikák azt mutatják, hogy a gyerekek több időt töltenek az interneten, mint tv-nézéssel. Márpedig a világhálón mintegy 260 millió pornográf tartalmú oldal található, ezekbe szinte akaratlanul is belebotlik a szörföző. Marielle de Sarnez arról számolt be, hogy egyes országokból (köztük Dánia, Írország, Norvégia, Svédország) származó információk szerint a vitafórumokon vagy chat-szobákban netező kiskorúak közül minden harmadikat ért már szexuális zaklatás.

A kulturális és oktatási bizottság ajánlását Marielle de Sarnez francia liberális euroképviselő terjeszti az EP elé: ebben a bizottság egy olyan magasszintű „kid” (kölyök) domain létrehozását javasolja, ami alatt gyerekeknek ajánlott tartalom lenne elérhető, és azt egy független hatóság rendszeresen monitorozná.

Friss hír, hogy a finn hatóságok is megszüntetik a külföldi, gyermek-pornográf tartalmú

internetes oldalak elérhetőségét, a távközlési cégeknek már át is adták a letiltandó webszajtók listáját. (ma.hu, 2005. 08. 31.)
EU, szabályozás

Felhasználási jog

Százhatvanötmilliót fizet a Sport Tv a magyar fociért

A Magyar Labdarúgó Liga és a Magyar Labdarúgó Szövetség három évre szóló, összesen 165 millió forintos szerződés kötött a Sport Televízióval a Magyar Kupa, az NB II és az Amatőr Kupa mérkőzéseinek közvetítésére. Az erről szóló megállapodást a csütörtöki sajtótájékoztató keretében írta alá Kisteleki István MLL-elnök, Bozóky Imre MLSZ-elnök és Horváth Dori Gábor, a Sport 1-et és a Sport 2-öt működtető csatorna vezérigazgatója.

A szerződés éves elosztása: 32 millió forint az NB II-es mérkőzésekért; húszmillió forint a Magyar Kupa mérkőzéseikért; kétmillió forint a bajnok és a kupagyőztes Szuper Kupa-találkozójaért; egymillió forint az Amatőr (volt Szabad Föld) Kupa találkozóikért. (index.hu, 2005. 08. 18.)

felhasználási jog, gazdaság

Fogadtatás

Hetente órákkal kevesebbet tévéznek az internetezők

A Forrester Research (FR) legújabb felmérése szerint a szélessávú kapcsolattal rendelkezők kettő, a betárcsázós internetet használók pedig másfél órával kevesebbet tévéznek hetente Észak-Amerikában, mint offline társaik.

Korábban is készültek már hasonló felmérések, azonban a FR szerint a mostani a legalaposabb: közel 69 ezer embert kérdeztek meg Kanadában és az Egyesült Államokban. A kutatók három csoportra osztották a válaszadókat: optimistákra, pesszimistákra, illetve „nomád hálózati felhasználókra”. Ez utóbbi csoport tagjai, akik laptopot használnak és legalább öt éve rendelkeznek szélessávú internetes kapcsolattal, alig 10,8 órát néznek televíziót egy héten, szemben a szélessávú internetezők 12, a betárcsázósak 12,5, illetve az internetet nem használók 14 órás átlagával. Az 51%-ot képviselő pesszimisták általában többet tévéznek társaiknál, míg az optimista 49%-os kisebbség náluk nagyobb előszeretettel játszik videojátékokat, tölt le médiafájlokat, oszt meg tartalmakat online, illetve olvas blogokat. A szélessávú internet negatív hatása a televízió nézésre különösen akkor válik komollyá, ha figyelembe vesszük, hogy a piackutató 71,4 millió amerikai szélessávú felhasználóval számol 2010-re, szemben a 10 évvel korábbi alig 2,6 millióval. Érdekes, hogy az internetezés terjedése nem befolyásolja a rádió és a videojátékok népszerűségét.

A tanulmány másik fontos konklúziója az, hogy a szórakoztatóelektronikai eszközök minden korábbinál nagyobb mértékben hódítottak tavaly, és ez a folyamat tovább folytatódik majd a közeljövőben. 2010-ig a digitális video-felvevők száma a mostani 6,2 millióról 42,7 millióra, a DVD-felvevőké 12,1 millióról 56 millióra, a DVD-lejátszóké 76,2 millióról 102,9 millióra, az mp3-lejátszóké 10,8 millióról 40,1 millióra, a videojáték-konzoloké pedig 40,1 millióról 48,8 millióra nő az Egyesült Államokban. (prim.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (reak.), fogyasztás

Jön a digitális televízió – de a vártnál lassabban

Nem tudják betartani a digitális földfelszíni televíziózásra való átállás 2012-es határidejét az Európai Unió tagországai. Az Informa prognózisa szerint az évtized végére a televíziók kétharmadán digitálisan továbbított adást néznek majd.

A szolgáltatás elindításánál a csúszás egyik fő indoka, hogy a tervezettnél lassabban terjed el a digitális sugárzás, mivel az számos érintett – műsorszolgáltatók és hardvergyártók – üzleti érdekeltségeinek összeütközését is jelenti. A bevezetést akadályozza ugyanakkor a nézők ellenállása is: több országban elsősorban az idősebb korosztály merev szembenállása tapasztalható.

Az Informa Telecoms & Media legfrissebb előrejelzése szerint a digitalizációban élenjáró nyugat-európai országok sem lesznek képesek betartani a határidőt. Az elemzés szerint Németország például csak 2016-ban fejezheti be az átállást a tervezett 2010-es időpont helyett, Olaszország pedig, ahol már 2006-ra tervezték az analóg sugárzás leállítását, az Informa szerint csak 2020-ra tudja elérni célját. Az átállás 2012-es határidejét még a műholdas digitális sugárzásban első Angliában sem sikerül tartani, várhatóan hároméves csúszásra lehet számítani. A digitális televíziós háztartások száma 2005 végére 31 százalékkal emelkedik Európában, 2010-re pedig már 65 százalékos lesz az arányuk.

Várhatóan Kelet- és Közép-Európában is csúszásra lehet számítani. Az Informa egyike korábbi tanulmánya szerint egyébként ebben a régióban is jelentősen növekszik majd a digitális televíziós piac. A társaság szerint a digitális sugárzásnak Románia lehet a győztese a régióban, az ország ugyanis az e típusú földi és kábelpenetráció tekintetében is megelőzi majd szomszédait. Magyarországon a földfelszíni digitális televíziózás 2010-ben 47 ezer háztartásban lesz elérhető a prognózis szerint, míg kábelen több mint kétmillió, műholdon

253 ezer lesz a számuk. ADSL-vonalon 94 ezer lakásba juthat el addigra az e típusú televíziózás. (vg.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia

237 millió netes támadás fél év alatt

Az idei első félévben 237 millió támadást regisztráltak világszerte a weben, amelyeknek igen jelentős része (137 millió eset a kormányzati-, pénzügyi-, termelő- és egészségügyi szervezetek rendszerei ellen irányult. A spam jelentősége némiképpen csökkent, de a valódi bűnök, például a csalások, a virtuális személyiség eltulajdonítása és a zsarolás mind jellemzőbbé vált. Ettől függetlenül a spam aránya a teljes e-mail forgalomban a januárban mért 67 százalékról 83 százalékra emelkedett. Külön figyelmet érdemel az adathalászat (phishing) terjedése, hiszen az első félévben az IBM Global Security Index 35 millió esetet regisztrált, amikor az embereket megpróbálták rávenni, hogy szolgáltatassák ki bizalmas adataikat. Eközben a vírusok terjedése drasztikusan visszaesett. Míg januárban 100-ból 52 e-mail volt fertőzött, ez az arány júniusban már 28 volt. (hvg.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás

Csökkenő példányszámok a lappiacon

Nem változnak az évek óta tartó kedvezőtlen trendek a hazai lappiacon. A Magyar Terjesztés-ellenőrző Szövetség (Matesz) legfrissebb, második negyedéves gyorsjelentése szerint az auditált országos napilapok példányszáma kivétel nélkül zsugorodott 2004 hasonló időszakához képest. A Népszabadságból közel tízezerrel értékesítettek kevesebbet április és június között, mint az egy évvel ezelőtti hasonló időszakban. Az újságból így megjelenésenként átlagban 154.195 példány fogyott. A Népszava esetében közel ezres, a Magyar Nemzetnél pedig majdnem négyezres a visszaesés egyéves távlatban. A HVG-nél sincs érdemi változás, a hetilapból közel ötezerrel fogy kevesebb. A bulvárlapok piacán, megtört a Blikk dinamikus menetelése. Az újságból a vizsgált időszakban szinte ugyanannyi kelt el, mint tavaly ilyenkor.

A napilapok példányszámcsökkenése világszerte komoly fejtörést okoz a kiadóknak. A társaságok egyre gyakrabban próbálják meg olvasótáborukat többek között ingyenes CD- és DVD-mellékletekkel növelni. A The Wall Street Journal Europe egyik írása szerint a 3,2 millió példányban értékesített angol The Sun bulvárlapnak félmillióval nőtt az értékesítése, amikor CD-t adtak az újsághoz, és a brit The Guardian című lapból is akkor kelt el a legtöbb, amikor ingyenes zenei tartalmat csatoltak hozzá. A The Sunday Times azt tervezi, hogy népszerű televíziós showkat tartalmazó DVD-ket ajándékozik az újság mellé. (vg.hu, 2005. 08. 04.)

fogyasztás, fogadtatás (reak.)

Szappanopera és manele a tinik kedvence – könyvek kizárva

A román Országos Audiovizuális Tanács (CNA) felkérésére készült „A diákok médiafogyasztási szokásainak elemzése” elnevezésű közvéleménykutatás eredménye igencsak aggasztó – vélik a szakemberek. A felmérésben 2300, 11 és 14 év közötti és ugyanennyi 15 és 18 év közötti tanulót kérdeztek meg, a hibahatár 2 százalékos.

Akik úgy nyilatkoztak, szoktak olvasni, igen magas számban kizárólag kötelező házi olvasmányokat jelöltek meg olvasmányaik tárgyaként.

A megkérdezett gyermekek 90 százaléka néz nap mint nap televíziót, és 20 százalékot meghaladja azon iskolások aránya, akik naponta több mint négy órát ülnek a képernyők előtt. Ugyanakkor 56 százalékuk tölt több mint, napi három órát a televízió társaságában. A sokat tévézők nagyobb hányada lakik harmincezernél kisebb lélekszámú kisvárosban, míg a kétszázezer lakót meghaladó nagyvárosok tanulói közül kerülnek ki a legtöbben azok, akik hétköznap kevés időt szánnak a fekete dobozra. A nebulók nagy része ugyanis a szappanopereákat és a manelet részesíti előnyben. A teleregényeket inkább a lányok kísérik figyelemmel, míg a fiúk az akció- és rendőrfilmeket kedvelik leginkább.

A szappanoperák világa irreális világ, s minthogy torzítja a valóságot, a gyermek téves képet kap az életről, az emberi kapcsolatokról. Mindez csalódásokhoz, kudarchoz vezethet, mert nem úgy alakulnak a gyermek dolgai, ahogyan elképzeli, ahogyan természetesnek találná. A pszichológus szerint a legnagyobb gond az, hogy a szülők nem kínálnak alternatívát, más foglalkozásokat gyermekeiknek. A gyermekek médiafogyasztási szokásait elsősorban környezetük befolyásolja, de a család, a társadalom vagy az iskola nem kínál fel más lehetőséget, így mintegy reflexszerűen választják ezt a szabadidős formát. (transindex.ro, 2005. 08. 04.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

A NETÉRT Egyesület nyílt levele a T-Online etikailag kifogásolható szerződésbontásáról

Mint ismeretes Magyarország piacvezető internet-szolgáltatója a T-Online etikai és jogi szempontból erősen kifogásolható lépést tett; nevezetesen körülbelül ötven előfizetőjének 60 napos felmondási idővel megszüntette addigi ADSL szerződését.

Az indoklásban gazdaságossági szempontokra hivatkozott a levél, amint ezt később Simó György vezérigazgató úr az online médiának kifejtette, kiderült, hogy az érintett, korlátlan adatforgalmi szerződéssel rendelkező felhasználók túl sok adatot (150-250 Gigabájtot havonta) forgalmaztak a szolgáltató hálózatán.

Tudvalevő, hogy a Magyar Telekom Rt., a T-Online Rt. anyavállalata, több ízben is sávzélességet duplázott az ADSL előfizetők részére. Ezzel lehetővé vált, hogy az előfizetők a fent megadott 150-250 gigabájt akár háromszorosát, bizonyos esetekben ötszörösét is forgalmazzák egy hónapban. Szerződés szerint természetesen – mivel a T-Online az Otthon csomagot (is) korlátlanként reklámozza, – kizárólag a technikai korlátok szabhat(ná)nak határt az ADSL felhasználóknak. Az egyesület nem vitatja, hogy jogszerű a felmondás, de az indoklást az összes körülmény ismeretében elfogadhatatlannak tartja. Ez az intézkedés az egyesület álláspontja szerint súlyosan veszélyezteti az előfizetői jogbiztonságot, mivel az Általános Szerződési Feltételek és az előfizetői szerződés nem tartalmaz semmilyen kitévelt azzal kapcsolatban, mi tekinthető a szolgáltatás túlzott használatának. Súlyos körülménynek tekinti továbbá, hogy a szerződés felmondását nem előzte meg semmiféle figyelmeztetés, és nézetük szerint nem elvárható az előfizetőtől, hogy a szolgáltatás igénybevétele során figyelembe vegye a Szolgáltatónak saját működésére vonatkozó gazdaságossági szempontokat. Úgy vélik, a fenti intézkedés etikai, jogi és fogyasztói aggályokat vet fel. (euroastra.hu, 2005. 08. 08.)

fogadtatás (reak.)

Fehéredik a zeneletöltés

Egy friss angliai (Entertainment Media Research) felmérés szerint a zeneletöltések 35 százaléka már legális, és az arány folyamatosan növekszik. A tavalyi évhez képest a fizetős letöltés volumene 75 százalékkal nőtt. A brit válaszadók további 23 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a jövőben inkább a legális források felé fordul.

Arra is kitértek a kérdőívek, hogy miért ragaszkodnak a felhasználók a legális forrásokhoz. Első helyen a jogi szankcióktól való félelem állt: a válaszadók 44 százaléka a büntetés miatt részesíti előnyben immár a fizetős, legális helyeket. Második helyen (29 százalék) a vírusoktól való félelem, a harmadikon (21 százalék) az illegális források rosszabb hangminősége állt.

Angliában tehát célt ért a tartalomszolgáltatók félelemkampánya a tömeges perekkel magánszemélyek és internetszolgáltatók ellen. Az IT-szaksajtó meg a vírusok oldaláról tette sikeresen népszerűtlenné a P2P (peer-to-peer)-hálózatokat.

Magyarországon legfőképp a lehetőségek hiánya és az itthoni szemléletbeli különbségek miatt azonban nem ilyen egyértelmű a helyzet. Elsősorban azért, mert az elektronikus fizetés módozatait nem valósították meg. A PayPal-rendszer immár elfogadja a magyar bankszámlákról történő befizetéseket, de ez még mindig nem teszi lehetővé az iTunesról való

vásárlásokat. Vagyis az „MP3-előállítás” egyetlen törvényes módja Európa közepén még mindig a zeneszámok megvásárolt, saját CD-ről történő tömörítése. (fn.hu, 2005. 08. 08.)
fogadtatás (reak.)

A Sorstalanság Európa egyik legjobbja

Koltai Lajos filmjét a tíz legjobb európai film közé választotta a nemzetközi kritikusok szövetsége Lars von Trier és Wim Wenders filmje mellett.

A Kertész Imre Nobel-díjas regényéből készült Sorstalanság-ot Magyarországon közel ötszázezren látták a mozikban, szeptemberben dvd-n is megjelenik. Már a német mozik is vetítik, néhány hete pedig fesztiváldíjat nyert Lengyelországban és Horvátországban. (index.hu, 2005. 08. 10.)

fogadtatás (díj.), fogyasztás

Nem inspirálnak dohányzásra a hollywoodi filmek

Amerikai kutatók bebizonyították, hogy a gyakran elhangzó váddal ellentétben a hollywoodi filmek nem állítják a dohányzó szereplőket követendő példaként a fiatalok elé. A 447 sikerfilmre kiterjedő elemzés kimutatta, hogy a filmek egyáltalán nem dicsőítik a füstölgést, leggyakrabban az ellenszenves, sikertelen figurák gyűjtanak rá a vásznon.

A Chest magazin augusztusi számában közzétett tanulmány szerint a dohányzás nem gyakoribb a filmekben, mint a való életben.

Dr. Lesley Owen, a Health Education Authority kutatója összehasonlította a tíz legnépszerűbb film alapján a dohányzás reprezentációját 1990-ből, 1995-ből és 1997-ből. Olyan sikerfilmek szerepeltek a listán, mint a Ghost (1990), a Micsoda nő (1990), a Dumb és Dumber (1995), az Apollo 13 (1995), a Muriel esküvője (1995), a Sötét zsaruk (1997) és a Csillagok háborúja (1997). 1997-re négyszeresére nőtt 1990-hez képest a tíznél több dohányzójelenetet tartalmazó filmek száma. A sztárok, a főszereplők dohányzásának mértéke hasonló tendenciát mutat. A jelenetekben viszont már nem a románc, a szexualitás vagy a magabiztosság uralkodott, hanem a stressz, a zavar és a feszültség.

Owen eredményei szerint tehát a kilencvenes évek végére a rendezők gyakrabban éltek a dohányzás bemutatásával a szereplők és a pillanat jellemzésekor, de amit a néző látott: gyenge, ideges vagy gonosz emberek gyűjtanak rá a feszültség vagy a tehetetlenség pillanataiban.

A Chest magazinban közzétett tanulmány meglepedkezni látszik arról a tényről, hogy a nézők nem kizárólag a pozitív hősökre akarnak hasonlítani. A dohányzó példaképekhez fűződő paranoia azonban néha kifejezetten groteszk formát ölt. Amerikai nyomásra kiretusálták Paul McCartney kezéből a cigarettát a legkeresettebb Beatles-poszteren. (delmagyar.hu, 2005. 08. 10.)

fogadtatás (komm, reak.)

Érdemes még TV-ben reklámozni

A Starcom felmérése arra hívja fel a figyelmet, hogy van még jövője a televíziós hirdetéseknek. A tanulmány többek között arra alapozza állítását, hogy hiába terjedtek el a reklámokat kiszűrő műszaki megoldások, – ott ahol ilyen működik 30%-kal kevesebb hirdetés jut el a célszemélyhez – csupán 17%-kal csökkent a különböző reklámok ismertsége. Ebből arra következtetésre jutottak, hogy az emberek nem feltétlenül utasítják el őket, csak nem akarják, hogy kedvenc műsorukat bármivel is megszakítsák.

Felhívják a figyelmet, hogy az ilyen reklámszűrő berendezések még a vállalatok marketingosztályának szolgálatába is állhatnak, hiszen segítenek abban, hogy a hirdetés a megfelelő célcsoporthoz jusson el. A kutatást végző cég úgy nyilatkozott, hogy szűrők a felesleges reklámokat kirostálják, így a megmaradó sokkal jobban rögzül a nézőben. (tozsdeforum.hu, 2005. 08. 11.)

fogadtatás (komm., reak.)

Félmilliárd szélessávú netező 2010-re

Az Informa Telecoms and Media elemző cég előrejelzése szerint 2010-ben 490 millió ember használja majd az internetet szélessávú eléréssel. A gyors letöltést biztosító kapcsolattal rendelkezők tábora a cég adatai szerint jelenleg mintegy 190 millióra tehető. 2010-ben várhatóan négy országban – Finnországban, Japánban, Dél-Koreában és Svédországban – lesz majd a legmagasabb a szélessávú elérések penetrációja, ami nem meglepő, hiszen jelenleg is ezek az országok állnak az élen az internet terén.

Bár 2008-ra Kínában a lakosság 10 százaléka rendelkezik majd gyors interneteléréssel, mivel az ázsiai ország népessége többszöröse az Egyesült Államokénak, a széles sávú felhasználók számában három éven belül lekörözheti az USA-t.

Egy másik elemző cég, a Juniper Research prognózisai szerint öt éven belül 300 millióra bővül majd világszerte a harmadik generációs mobiltelefonokat használók tábora. Ugyanakkor míg a mobiloperátorok bevételeinek zömét még az évtized végén is a beszédhívások generálják majd, az internetszolgáltatók öt év múlva várhatóan kiegészítő – például interaktív televíziós, filmletöltő – szolgáltatásokból származó díjakkal egészítik majd ki bevételeiket. (origo.hu, 2005. 08. 15.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás

Védett objektumok a Google Earth-ön

A Google Earth-töt az USA-beli online vállalat azon célból indította, hogy látványosabbá tegye utcakereső szolgáltatását.

Ausztrália panaszkodott amiatt, hogy a biztonság szempontjából kényes célpontnak számító, Sidney-hez közeli nukleáris reaktorok szintén „felkereshetők” a Google szolgáltatása révén. Az atomerőművekről a helyiek állítása szerint túlságosan részletes tartalom jelenik meg a Google Earth-ben. Az Egyesült Államok hadereje is aggályosnak tart bizonyos iraki felvételeket. A hadsereg állítása szerint bebizonyosodott, hogy milyen könnyen lehet helyi katonai bázisokról jól használható képeket szerezni. Ez azért probléma, állítják az USA fegyveres állományánál, mert így alig pár egérkattintás szükséges ahhoz, hogy a támadó szándékú csoportokhoz tartozó internetezők felmérjék, pontosan hol helyezkednek el a bázisok, és milyen fizikai paraméterekkel. Biztonságpolitikai okokból a szolgáltatás már eddig is védettként kezelt egyes területeket – például a Fehér Ház és az azt körülvevő épületek már az indulás óta ki vannak cenzúrázva. Az ausztrál aggályokra úgy reagált a vállalat egyik szóvivője, hogy a felvételek túlságosan régiek ahhoz, hogy érzékeny információkat tartalmazzanak. Az iraki helyzet azonban más, így elképzelhető, hogy további területek esnek majd a jövőben titkosítás alá. (ma.hu, 2005. 08. 16.)

fogadtatás (reak.)

A TELE2 GVH kivizsgálást kér a T-Com félrevezető reklámfilmje miatt

Miután a T-Com nem reagált a TELE2 múlt heti írásos megkeresésére, a cég beadványt nyújtott be a Gazdasági Versenyhivatalhoz és a Hírközlési Fogyasztói Jogok Képviselőjéhez a T-Com Favorit díjcsomag televíziós reklámjai ellen.

A TELE2 szerint az ingyen beszélgetést ígérő díjcsomagról a reklámfilmben nem hangzik el, hogy az ingyenes percekhez külön havidíjért juthat hozzá az előfizető, vagyis valójában nem ingyenesek, ezen kívül a nulla forintos percdíj és a napi 18 óra ingyenes beszélgetés lehetősége csak bizonyos megkötések esetén érvényesek. A TELE2 szerint ezekről a megkötésekről azonban a reklámfilm csak olvashatatlanul apró betűkkel ad tájékoztatást. (stop.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.)

A MÁV beperli a Friderikust

A MÁV Rt. tiltakozását fejezi ki, hogy a „Szólás szabadsága” című augusztus 7-i és 14-i, a motorvonattenderről szóló műsoraiban Friderikusz Sándor nélkülözötte a Médiatörvényben megfogalmazott és a közszolgálati televíziótól joggal elvárható objektív tájékoztatást és

elfogulatlan tényfeltárást.

A MÁV közleménye így folytatódik:

„Az augusztus 7-i műsor beharangozója, felkonferálása és témavezetése a műsorvezető által felállított prekonceptióra épült, a valós tények kifejtésére nem biztosított megfelelő lehetőséget, feltűnően egyoldalúan a versenyben vesztes fél érvrendszerének megfelelően támadta a MÁV Rt. megalapozott döntését, mely így alkalmassá válhatott a nézők megtévesztésére, illetve hamis következtetések levonására.

Egy közszolgálati televízió műsorvezetője a lakosság széles körét foglalkoztató társadalmi kérdésben egyoldalúan nem foglalhat állást, így a motorvonalat tender előzményeit, az eljárást és a döntést sem mutathatja be egy nézőpontból, kizárólag a vesztes szempontjait előtérbe helyezve. Az augusztus 14-i adásban a megszokott műsorvezetői szerepkörtől eltérően Friderikusz Sándor a meghívott riportalany helyett vont le, előítéletektől sem mentes konklúziót.” (index.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.)

Szakállas bácsi-díjat kapott a Magyar Demokrata

A Magyar Demokrata című hetilap mind a négy – rasszista, homofób, nőgyűlölő, érzéketlen – kategóriában megkapta a Szabad Demokraták Szövetsége által alapított Szakállas bácsi-díjat, a párt internetes oldalára érkezett javaslatok alapján – közölte Gusztos Péter, SZDSZ-es ügyvivő.

Az újság szerkesztőségének épülete előtt tartott sajtótájékoztatón az összesített fődíjként járó, színes mázzal bevont kerámia kerti törpét a lap egyik újságírója vette át.

Gusztos Péter, aki tagja a díj odaítéléséről döntő kuratóriumnak, elmondta: a Szakállas bácsi-díj célja, hogy olyan mondatokra hívja fel a közvélemény figyelmét, amelyek egy modern, toleráns demokráciában nem hangozhatnak el. (nol.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.)

Elhalasztották a virtuális piroslámpás övezet megnyitását

Az amerikai kereskedelmi minisztériumba közel hatezer levél és e-mail érkezett, melyek küldői amiatt fejezték ki aggodalmukat, hogy a pornográf tartalmú internetes oldalaknak tervezett megkülönböztető domain káros hatással lehet a családok életére és a gyermekekre.

A.xxx végződésű domáinek bevezetésének elhalasztását szorgalmazta az ICANN egyik vezetője, Mohd Sharil Tarmizi is. Az ellenállás miatt az ICANN vezetése úgy döntött, szeptember 15-ig elhalasztja az ilyen domáinek kiosztásának megkezdését.

A szervezet azért döntött az új kiterjesztés bevezetése mellett, mert szerintük így könnyebben elkülöníthető lesz a felnőtteknek szánt tartalom, kiszűrhetők lesznek az illetéktelen – főleg fiatalok – látogatók, és nagyobb biztonságot élveznének az online vásárlók, akik szeretnék bizalmasan kezelni személyes adataikat. A terv ellenzői megjegyzik, hogy a pornográf oldalak valószínűleg megtartják már létező „.com” kiterjesztésüket is, így ugyanis csökkenthetik a tartalomszűrő alkalmazások hatékonyságát. (isite.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.), szabályozás

Szöulban díjat nyert a Nyócker

Ismét díjat nyert a Nyócker magyar animációs film, az alkotás megkapta az idei Szöuli Nemzetközi Animációs Filmfesztivál (SICAF) játékfilmes nagydíját.

Gauder Áron rendező és Novák Erik producer filmje négy másik egészestés animációs filmmel (egy orosz, egy brit, egy japán és egy dél-koreai alkotással) volt versenyben a rangos fesztiválon. (nol.hu, 2005. 08. 20.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Agressziót gerjesztő számítógépes játékok

Egyik vizsgálat során pszichológusok a gyerekektől azt kérdezték, mit éreznek a tíz perccig tartó brutális részleteket tartalmazó játék után. A többség azt válaszolta, hogy nyugtalanságot, haragot és agressziót. A tudósok hangsúlyozzák, hogy a viselkedési

változások nem feltétlenül azonnal jelennek meg, akár több évig is lappanghatnak. A brutális játékokkal az a legfőbb probléma, hogy nem jó mintákat ültetnek a gyerekek fejébe.

A vizsgálatok azt mutatják, hogy a játékok negatív hőseinek 75 százaléka soha nincs büntetve a tetteiért. A szakértők szerint a játékok erőszakos jelenetei több kárt okoznak a gyerekeknek, mint az erőszakkal tele filmek nézése. Ez azzal magyarázható, hogy a játékok világát gyakran a monitor előtt ülő kreálja, míg a filmnézéshez közel sem kell ilyen mértékű aktivitás és kreativitás. (ma.hu, 2005. 08.23.)

fogadtatás (komm.)

Rács mögött a „graffitikirály”

Hónapokon át egy ismeretlen graffitiművész rajzolta tele Washington egy pimasz mosolyú fiatalember portréjával, akinek felemelt kezében egy festékszórót tart. „A felnőtté válás egyenlő a megadással” – ez volt egyik kedvenc üzenete. Ilyen és hasonló szövegek kísérték hatalmas falfirkáit, amelyeket mindig „Borf” néven írt alá. Az amerikai főváros rendőrsége végül tetten érte és őrizetbe vette a „graffitikirályt”.

A graffiti-invázióra az emberek sokféleképpen reagáltak: voltak, akik felháborodottan tiltakoztak; akadtak, akik a köztulajdon kártevőjét látták benne csupán; mások viszont lelkesen üdvözölték, hogy végre jön egy vidám fickó, aki egy kis színt visz a szürke hétköznapiakba. A graffitikről, rejtőzködő személyiségéről széles körű vita kezdődött az interneten, ahová a rajzok is felkerültek.

Az egyelőre rejtély, hogyan tudta megalkotni „Borf” a nehezen megközelíthető, több méter magasságban lévő felületeken, hosszú órák munkáját igénylő műveit úgy, hogy sokáig észrevétlen maradt, pedig többnyire Washington legforgalmasabb pontjait választotta ki.

A hírek szerint köz- és magántulajdon rongálása miatt állítják majd bíróság elé, és akár több éves börtönbüntetést is kaphat. (vg.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (reak.), tartalomkínálat

Offline területek felé kacsingat a Google és a Yahoo

A hírek szerint mindkét cég egy nemzetközi magazintulajdonos felé kacsingat, az együttműködés lehetőségeit keresve. Az érdeklődés középpontjába került Trade Classified Media 20 országban 575 nyomtatott kiadvány és 56 weboldal tulajdonosa, Magyarországon többek között a hirdetési piacon vezető szerepet betöltő Expressz kiadványok kiadója.

A webes vállalatok offline irányú érdeklődése azért is érdekes, mert a globális médiapiac legutóbbi történései éppen ellenkező irányú mozgásokat jeleztek. Számos hagyományos médiavállalat ugyanis jelenleg is keresi sikeres márkája online felfuttatásának lehetőségeit, valamint az egyéb internetes befektetési területeket. A több lábbon állás azonban úgy tűnik, a legnagyobb online vállalatok számára is fontos, annak ellenére, hogy a keresőmarketing egyre nyereségesebb és sikeresebb üzletággá válik. (sg.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), társaság

Az emberek szívesen váltanak digitális televízióra

A Sun Microsystems mint a Java technológia létrehozója, kifejlesztője és legfőbb támogatója bejelentette, hogy teljes, nyílt digitális interaktív televíziós és alkalmazás infrastruktúrát kínál a szolgáltatóknak, amelynek része a digitális adattárolás, archiválás, a műsorszórás, a digitális szerzői jogvédelmi alkalmazások, vagy akár a set-top-boxok implementálása is.

Az elmúlt hónapok külföldi tapasztalatai azt bizonyítják, hogy emberek szívesen váltanak digitális televízióra, amelynek technológiai platformja elemzők szerint a Java lesz. A digitális televíziózás európai fellegvárának számító Olaszországban például tavaly januárban indult útjára a digitális műsorszórás, és mára már több mint 1,5 millió háztartásba jutott el. Az ottani siker legjobb bizonyítéka a naponta 3000-rel növekvő előfizetői szám.

Szakértők szerint a digitális tévénépszerűségét nem csak a jobb képminőségnek és a szélesebb csatornaválasztéknak köszönheti, hanem a prémium tartalomnak, valamint az olyan interaktív szolgáltatásoknak, mint a mobil telefonoknál már nagy sikert aratott Java

játékok, szavazás és információs szolgáltatások.

Az eddig elért eredményekben a MHP ún. set-top-box-ok által biztosított változatos szolgáltatások, valamint néhol a kormányzati szabályozás is komoly szerepet játszott. Olaszországban például tavaly minden eladott vevőkészüléket 150 euróval támogatott az állam.

„Európában átlagosan naponta több mint 3 órát, hazánkban több mint 5 órát töltenek az emberek a televíziók képernyője előtt. Ezért is figyelemre méltó, hogy a műsorokhoz kapcsolódó SMS alapú játékok, kvízek és szavazások most már a digitális televíziózásban használt set-top-box-szal is elérhetőek” – mondja Hegedüs Gábor, a Sun Microsystems ügyvezető igazgatója.

Sokan bíznak a nyílt interaktív televíziózás sikerében. Piackutatók szerint 2006 lesz az igazi áttörés éve. Akkora várható, hogy megjelennek a piacon a „megfizethető” árú set-top-boxok, amelyek támogatják a kiváló minőségű MPEG4 videoformátumot és az MHP alapú interaktív alkalmazásokat. Természetesen a szolgáltatók is gőzerővel dolgoznak az új technológia bevezetésén, amely 2008-ig a nyugat-európai háztartások fele számára válhat elérhetővé. Az elemzők szerint a szolgáltatók számára kb. 3 milliárd euró éves árbevétel jelenthet az MHP bevezetése. (tozsdeforum.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, gazdaság, technológia

Folyamatos nassolásra készítetnek az élelmiszerreklámok

Egy németországi felmérés eredménye szerint a rendszeres „reklámfogyasztás” elhízást eredményez. A mintegy ezer önkéntes egy hónapon át történő megfigyelése után a kutatók arra a következtésre jutottak, hogy az élelmiszerekkel kapcsolatos reklámok szinte kivétel nélkül hizlalnak.

Az egyik csoportnak vetített reklámok negyedét az élelmiszerekkel kapcsolatos hirdetések tették ki, mivel a televízióban is a reklámidő huszonöt százalékát a táplálkozásnak szentelik. A másik csoportnak viszont egyetlen élelmiszerrel kapcsolatos reklámot sem mutattak. Az egyhavi „reklámhabzsolás” után kiderült, hogy az első csoport tagjai átlagosan egy kilót szedtek magukra.

A kutatók a jelenséget azzal magyarázzák, hogy az élelmiszerekkel kapcsolatos reklámok állandó nassolásra ösztönzik a tévénézőket, vagyis túlsúlyra ítélik a „reklámfogyasztókat”. (stop.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (komm., reak.)

Kevesebb reklám jut a rádióknak

Válságba sodródhatnak a hazai kereskedelmi rádiók. Szinte valamennyi állomás veszített reklámbevételéből az év első felében. Reklámbevétel csökkenés okozza a legtöbb kereskedelmi rádió válságát. A Magyar Reklámszövetség adatai szerint a tavaly nettó 154,7 milliárd forintos reklámtortából a rádiók összesen 12,5 milliárddal részesedtek. Szakértők szerint a hazai rádiós piac túlszűfolt, több mint 160 adó működik. A médiatörvény értelmében 300 ezer forintért ma bárki kerestethet frekvenciát, amelyre aztán az ORTT pályázatot ír ki. A rádiós reklámköltség visszaesése miatt értelemszerűen csökkentek az árbevételek, emiatt több kisebb rádióüzemeltető bajba kerülhet a telített piacon.

Az összes rádióadó – a Juventus, a Sláger és a Rádió 1-hálózat kivételével – kevesebb reklámspotot tudott értékesíteni az első félévben 2004 hasonló időszakához viszonyítva. A fővárosi rádiók közül a Roxy esetében a legnagyobb a visszaesés, mintegy 70 százalék, de a Danobiuson is kevesebb lett a reklám.

A Juventus, a Sláger és a Rádió 1-hálózat ugyanakkor növekedett. A tavaly rekordévet záró Sláger ugyanakkor növekvő hallgatottságának és kereskedelmi politikájának következtében január és június között is jóval az átlag felett, 16,3 százalékkal növelte árbevételét az előző év hasonló időszakához képest. (origo.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Nem megy rosszul a Danubius rádiónak

Egy nyomtatott napilap 2005. augusztus 25-i számában a rádiók értékesített reklámszpotjainak mennyiségét alapul véve vont le következtetéseket a három országos kereskedelmi rádió, a Danubius, a Sláger és a Juventus árbevételére vonatkozóan. Ez a megközelítés félrevezető, hiszen a megrendelt reklámszpotok mennyiségének alakulása fontos mutató, de messze nem a legfontosabb, mivel nem pusztán ettől függ egy kereskedelmi rádió árbevétele és profitja – írja a Danubius közleménye.

Ezt az is alátámasztja, hogy a Danubius Rádió 2005. második negyedévében tudatosan csökkentette reklámszpotjainak számát a „Csak egy perc!” kereskedelmi programmal, amelynek keretében minden reklámblokk maximum két reklámot sugárzott és a reklámblokkok hossza nem haladta meg az egy percet. A Danubius Rádió menedzsmentje azzal a céllal indította el ezt a hirdetési stratégiát, hogy csökkentse a „reklámzajt”, s így értékesebb felületet biztosíthasson hirdetőpartnereinek illetve több zenét sugározzon hallgatóinak.

A Danubius Rádió 2005. első félévében az elmúlt év hasonló időszakához viszonyítva 10,5%-kal tudta növelni bevételeit, ezáltal továbbra is a Danubiusnak van a legnagyobb bevétele az összes magyarországi rádió közül. A hirdetői szempontból is igen fontos 18-49 évesek körében továbbra is fej-fej mellett halad a két országos kereskedelmi adó. A Szonda Ipsos Rádió Navigátor legfrissebb, júliusi országos adatai szerint 4,2 millió rádióhallgatóból 2,4 millió hallgatta egy hét alatt valamikor a Danubius Rádiót, (50,7%-os elérés), ez közel 30%-os részesedéssel kiegészítve vezető pozíciót biztosít neki a piacon. (portfolio.hu, 2005. 08. 29.)

fogyasztás, fogadtatás (reak.), gazdaság

Japán: fellépés a netes öngyilkosságok ellen

Japánban meggyorsítanák egy internetező adatainak a hatóságoknak való kiadását, amennyiben a felhasználó számítógépéről olyan információkat publikál a világhálón, melyből arra lehet következtetni, hogy öngyilkosságra készül.

A szigetországbeli telekommunikációs cégek külön irányelvet dolgoztak ki arra, mi a teendő, ha valaki a világhálón öngyilkossági szándékának ad hangot. Ez alapján részletesen szabályoznák, hogy egy-egy szuicid hangulatú hozzászólás észlelésekor az internetszolgáltatók kinek és milyen formában adhatják ki a kérdéses felhasználó nevét és címét a gyors beavatkozás biztosítása végett.

Az irányelv létrehozását az indokolta, hogy Japánban évről évre nő azon emberek száma, akik internetes fórumokon lépnek kapcsolatba egymással, s csoportosan követnek el öngyilkosságot. Az interneten keresztül megismerkedett felhasználók közül az idei év első felében hetvenen végeztek magukkal csoportosan, míg tavaly ötvenöt ember végezte be életét hasonlóképp. (origo.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (reak.), szabályozás

A nézők szerint a tévék hülyére veszik őket

Egy németországi felmérés szerint a nézők több mint fele úgy véli, korlátolt szellemi képességűnek tekintik őket a televíziós csatornák vezetői. A Forsa közvéleménykutató intézet által végzett felmérés szerint szinte minden harmadik embert idegesítenek a televíziós programok. A legtöbben (82 százalék) a reklámok miatt mérgelődnek, ötből három nézőt (59 százalék) pedig az zavar leginkább, hogy gyakran minden csatornán ugyanolyan típusú műsorok futnak. A médiumok számára azonban alighanem az a legfontosabb, hogy a megkérdezettek 57 százaléka a jövőben sem kíván lemondani az időtöltés ezen formájáról. (axel.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (komm.)

A médiumok keresik a közterületi reklámfelületeket

A közterületi hirdetések darabszáma 15 százalékkal nőtt egy év alatt, amely leginkább annak köszönhető, hogy a televíziók, a kiadók és a rádiók nagymértékben növelték jelenlétüket az utcákon. A kutatás szerint a közterületi felülettípusok népszerűségét tekintve is változás történt. Míg az óriásplakátokon megjelenő hirdetések száma öt százalékkal nőtt, addig a citylight-oknál 50 százalékos bővülést mutattak ki. A Multireklám vezérigazgatója, Tombor András úgy véli, hogy a darabszám-emelkedés az illegális „vadplakátoknak” köszönhető, szerinte a monitoring-rendszerben regisztrált óriásplakátok jelentős része illegális. A közterületi piacon mintegy 28 ezer óriásplakát található, és egyre növekszik a citylight-ok száma is, amelyből jelenleg nagyjából 14 ezer van az országban. A Magyar Reklámszövetség (MRSZ) által nettó 154 milliárd forintosra becsült piacon a közterület tavaly 13,6 milliárd forinttal kilenc százalékos részesedést ért el. Ez a bevétel közel 20 százalékkal nagyobb, mint a 2003-han elért 11,3 milliárd forint. (Sign, 2005. 08. 01., 6. old.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Fogyasztás

Online elérhetők az amerikai könyvtárak

Egy az American Library Association (ALA) által készített felmérés szerint az idei évre 98,9 százalékra nőtt azoknak az egyesült államokbeli könyvtáraknak az aránya, amelyek ingyenesen elérhetők az interneten át. A könyvtárak 40 százaléka alkalmaz valamilyen szűrőt a felnőtteknek szóló tartalmak kiszűrésére. Carol Brey-Casiano, az ALA elnöke hozzátette, hogy az internetes érdeklődések száma a szervezetéhez tartozó intézményeknél az 1990-es évek elején regisztrált évi 500 millióról napjainkra 1,2 milliárdra nőtt. (it.news.hu, 2005. 08. 01.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Másodpercenként egy új blog

A Technocrati nevű szakértői csoport felmérése szerint jelenleg körülbelül másodpercenként hoznak létre egy új blogot, amelyek száma mára felülmúlja a 14,2 milliót. A „21. század honlapjainak” nevezett weblogok, vagy röviden csak blogok az internet egyik legnagyobb slágerének számítanak az utóbbi időben. Sok online szolgáltató, például az AOL és az MSN is kínál ingyenes blogszolgáltatást ügyfeleinek, akik így könnyedén létrehozhatják és fenntarthatják saját informatív honlapjukat, amelyen keresztül folyamatosan frissítve közzétehetik nézeteiket, illetve interaktív vitákat is folytathatnak egyes témákról. A Technocrati szerint a blogok száma a márciusi 7,8 millióról nőtt a jelenlegi 14,2 millióra, ami azt mutatja, hogy mennyiségük öt hónap alatt majdnem megkétszereződött. A blogok 13%-át hetente vagy sűrűbben frissítik, az újoncok 55%-a pedig három hónappal blogja beindítása után sem hagy fel ezzel a tevékenységgel. (prim.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Növekszik a blogközösség

Egyre több internetező kezd el online naplót vezetni és osztja meg a gondolatait a többi felhasználóval. Ez derül ki a Comscore amerikai piackutató cég által készített felmérésből. Az idei esztendő első negyedében az amerikai internetezők 30 százaléka keresett fel legalább egy blogot. Az ötven leglátogatottabb blogportált – köztük van például a Blogs.com vagy a Blogspot.com – az amerikai internetezők húsz százaléka keresi fel rendszeresen. A folyamat azonban nem csak az Egyesült Államokban figyelhető meg, hanem a világ összes országában is.

„Alig tudunk lépést tartani a növekvő látogatói számmal és az emberek igényeivel.” – panaszkodik Vasco Sommer, a német Blog.de oldal vezetője és társalapítója. Idén februárban még csak 23 ezer 910 látogatót regisztráltak, azonban idén nyárra ez a szám több mint 260 ezerre nőtt. Csak összehasonlításképpen: a világ egyik legkeresettebb blogszolgáltatását, amely az MSN-nél érhető el, körülbelül 800 ezren veszik igénybe. Ám ez a szám óráról-órára, napról-napra nő.

Időközben már a reklámcégek is felfigyeltek erre az eddig kiaknázatlan piacra, ami persze elsősorban a szolgáltatóknak jó, hiszen így plusz bevételekhez juthatnak és újabb kiegészítő szolgáltatásokat tudnak kínálni felhasználóknak. A Myblog.de portálnál is viharos gyorsasággal emelkedett a blogok száma: az oldalnak jelenleg 485 ezer regisztrált tagja van. A bevételek hatvan százalékát itt is a reklámfelületek értékesítéséből származó összegek teszik ki, ami elég az oldal működtetésére és néhány új szolgáltatás beindítására.

A blogok tekintetében azonban a világelső továbbra is az Egyesült Államok. Itt a cégek internetes naplóját 2005 első negyedében 19 millióan keresték fel. A legnagyobb blogoldal közé tartozik a Xanga.com (6,8 millió látogató), az AOL Journals (3,4 millió látogató) és a Blogs.com (2,4 millió látogató). (sg.hu, 2008. 08. 25.)

fogyasztás

Öt hónap alatt több 47 ezer xDSL előfizetés

A Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) jelentése szerint 2005 júniusában a bekapcsolt vezetékes fővonalak száma tovább csökkent, közel 14 ezerrel kevesebb fővonalat tartottak nyilván. Június végén a 100 lakosra jutó vezetékes fővonalszám 34,50 volt a május végi 34,63 százalékos értéket követően. Egy évvel ezelőtt, 2004 júniusában még 3.594.394 bekapcsolt fővonal volt Magyarországon és akkor 100 lakosra még 35,57 fővonal jutott. Az xDSL (többnyire az aszinkron elérést biztosító, lakossági és céges ADSL) vonalak száma júniusban 297.236 volt, ami azt jelenti, hogy az összes bekapcsolt fővonal 8,5 százalékán már igénybe vesznek szélessávú internetszolgáltatást. Az elmúlt öt hónapban több mint 47 ezerrel nőtt az xDSL vonalak száma, ez nem kevesebb, mint 19 százalékos emelkedést jelent. (hws.w.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, technológia

A Bertelsmann babérfaira tör az Axel Springer

A Bertelsmann babérfaira törhet az Axel Springer AG (AS) a 19,6 milliárd eurós német reklámpiacon. Az AS a legnagyobb német magán televíziós társaság, a ProSiebenSat.1 megvásárlásáról tárgyal. Az üzlettel a lapunkat is kiadó AS szentől szembe kerülne az RTL televíziós társaságot portfóliójában tudó Bertelsmann-nal – véli Jürgen Blumenkamp, a vezető német médiatervező és értékesítő ügynökség, a MediaCom vezérigazgatója. A Haim Saban izraeli-amerikai milliárdos tulajdonában lévő ProSiebenSat.1. tavaly 133,6 millió euró adózott eredményt ért el az egy évvel korábbi 39,4 millió után.

Ha a Springer átveszi a ProSiebenSat.1.-et akkor a két cég összesített árbevétele 3,8 milliárd euróra rúg, míg a Bertelsmann németországi árbevétele ötmilliárd euróra tehető.

Az AS az utóbbi években a közép-európai sajtópiacra is komoly terjeszkedésbe kezdett. Lengyelországban például bevezette a Fakt című bulvárújságot, amely – a Bloomberg szerint – két hónap után a legolvasottabb napilap lett. A 30 centbe kerülő Fakt példányszáma jelenleg 525 ezer. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Bővül az amerikai VoIP-piac

Ugrásszerű növekedést várnak az Egyesült Államokban az interneten keresztüli telefonszolgáltatásból (VoIP) származó bevételek területén a következő néhány évben. A tavalyi 1,3 milliárd dollár után 2009-re 19,9 milliárdra nőhet a VoIP-szolgáltatók bevétele az Infonetics Research piackutató cég előrejelzése szerint. Az interneten keresztüli telefonálásból származó bevételek jelenleg mindössze egy százalékát adják az amerikai távközlési cégek forgalmának. A bővülés szempontjából azonban rendkívül fontos tényező, hogy a lakosság mellett a vállalatok és az intézmények is növekvő számban használják a VoIP-ot, hiszen olyan kiegészítő szolgáltatások is megjelentek, mint a konferenciahívás vagy videotelefonálás.

A VoIP térhódítását mutatja, hogy az Infonetics előrejelzése szerint a tavalyi 1,1-ről 2008-ra 20,8 millióra nő az otthoni és kis irodai felhasználók száma csak az Egyesült Államokban. Az egyéni felhasználók mellett különösen a kis- és középvállalati körben jut egyre nagyobb szerephez a megoldás, az Info-Tech Research piackutató adatai szerint jelenleg már 23 százalékuk, 2008-ra pedig már minden második, ebbe a kategóriába tartozó vállalatnál megjelenik a VoIP-os telefon. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Szélessávra vált Európa

A múlt év végi 40-ről 2009-re 92 millióra nő a nyugat-európai szélessávú internetkapcsolatok száma, amelyek 83 százaléka található a háztartásokban – derül ki az IDC piackutató cég előrejelzéséből. A fejlődésnek köszönhetően a szélessávú internetszolgáltatásból származó bevétel elérheti a 37 milliárd dollárt. A növekedésben a hálózatok fejlesztése mellett döntő szerepet játszik az egyre élesebb verseny miatti

árcsökkenés is. A szélessáv a jövőben már nemcsak gyorsabb internetezést jelent majd, de internet alapú szolgáltatások egyre bővülő tárházává is lesz. Bár rövid és középtávon a webelérés marad a legfontosabb felhasználási terület, de az interneten keresztüli telefon (VoIP) és tévészoolgáltatás (IPTV) is fontos részét alkotják majd a területen érdekelt cégek stratégiájának.

A világszerte egyre több szolgáltató által kínált VoIP-megoldás kizárólag szélessávú internetkapcsolattal használható, így elterjedését nagymértékben befolyásolja a gyors világhálós kapcsolatok számának változása. Tavaly világszerte 135,9 millió otthonnak volt szélessávú internet-elérése az eMarketer amerikai piackutató cég adatai szerint. A legtöbb közülük, 34,3 millió az Egyesült Államokban volt, de Ázsia gyors fejlődését mutatja, hogy az előfizetések számát tekintve Kína a második, Japán pedig a harmadik, 17,5, illetve 11,5 millió eléréssel.

Az eMarketer előrejelzése alapján a szélessávú internetkapcsolatot létesített háztartások száma 2008-ra elérheti a 312 milliót, nagy felhasználói bázist kínálva a VoIP-hoz és IPTV-hez hasonló szolgáltatásoknak.

Magyarországon 2004 végén a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint közel négyszázezer szélessávú internetes előfizető volt, a kapcsolatok típusát tekintve a telefonvonalis gyors webkapcsolatot nyújtó ADSL dominált. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Rohamosan terjed a digitális TV Amerikában

2006 végén az amerikai háztartások 68%-a fel lesz szerelve digitális tévékészülékkel (DTV) és 2009-re leáldoz az analóg televíziók ideje – tudhatjuk meg az eMarketer piackutató intézet „Digital TV Report” című tanulmányából.

Az eMarketer felfelé kellett változtassa korábbi prognózisának értékeit, mert az Amerikai Egyesült Államokban kimagaslóan nagy érdeklődést mutat a lakosság a digitális készülékek iránt. Ezzel szemben azonban az európai kontinensen ennél jóval gyérebb az eziránti kereslet. A prognózis szerint 2008-ra az amerikai állampolgárok 93%-ának otthonában lesz már DTV és egy évre rá pedig nyoma sem marad az analóg készülékeknek. 2009-re azonban minden amerikai állampolgár kénytelen lesz önszántán kívül megválni régi készülékétől, mert az államokbeli tévétársaságok megállapodtak abban, hogy végérvényesen átállnak ekkortól a digitális jel sugárzására. (prim.hu, 2005. 08. 12.)

fogyasztás, technológia

Szélessáv: Európa lekörözi Észak-Amerikát

Martin Olausson, a Strategy Analytics vezető elemzője szerint Nyugat-Európában a dial-up internet-hozzáférések végnapjainak lehet szemtanúja a megfigyelő: Olausson úgy véli, hogy a telefonos Internet -csatlakozásnak ütött az utolsó órája. „A következő öt év során az európai vezető piacokról a dial-upos internet el fog tűnni.” – jelentette ki a szakember.

A felmérés szerint az észak-amerikai régió lecsúszott a harmadik helyre, míg az ázsiai, csendes-óceáni régió található vezető pozícióban. A Strategy Analytics közleménye értelmében a nyugat-európai háztartások 63 százaléka szélessávú internet-hozzáféréssel fog rendelkezni 2010-re, s ez az összes internet-képes háztartás 93 százalékát teszi majd ki.

Az év végére egyébként Hollandia vezet majd a szélessávú internet-penetráció listáját, minden másik európai államot megelőzve. A tulipán hazájának tartott országban 56 százalékon áll majd a broadband-kész háztartások aránya. Második helyen Svájc áll (51 százalék), míg Dánia harmadik 49 százalékkal, Norvégia pedig negyedik 48 százalékkal. A lista végén Németország kullog, a maga (kelet-európai szemmel még mindig impozáns) 24 százalékos értékével. (terminal.hu, 2005. 08. 03.)

fogyasztás, technológia

Hetente órákkal kevesebbet tévéznek az internetezők

A Forrester Research (FR) legújabb felmérése szerint a szélessávú kapcsolattal rendelkezők

kettő, a betárcsázós internetet használók pedig másfél órával kevesebbet tévéznek hetente Észak-Amerikában, mint offline társaik.

Korábban is készültek már hasonló felmérések, azonban a FR szerint a mostani a legalaposabb: közel 69 ezer embert kérdeztek meg Kanadában és az Egyesült Államokban. A kutatók három csoportra osztották a válaszadókat: optimistákra, pesszimistákra, illetve „nomád hálózati felhasználókra”. Ez utóbbi csoport tagjai, akik laptopot használnak és legalább öt éve rendelkeznek szélessávú internetes kapcsolattal, alig 10,8 órát néznek televíziót egy héten, szemben a szélessávon internetezők 12, a betárcsázósak 12,5, illetve az internetet nem használók 14 órás átlagával. Az 51%-ot képviselő pesszimisták általában többet tévéznek társaiknál, míg az optimista 49%-os kisebbség náluk nagyobb előszeretettel játszik videojátékokat, tölt le médiafájlokat, oszt meg tartalmakat online, illetve olvas blogokat. A szélessávú internet negatív hatása a televízió nézésre különösen akkor válik komollyá, ha figyelembe vesszük, hogy a piackutató 71,4 millió amerikai szélessávú felhasználóval számol 2010-re, szemben a 10 évvel korábbi alig 2,6 millióval. Érdekes, hogy az internetezés terjedése nem befolyásolja a rádió és a videojátékok népszerűségét.

A tanulmány másik fontos konklúziója az, hogy a szórakoztatóelektronikai eszközök minden korábbinál nagyobb mértékben hódítottak tavaly, és ez a folyamat tovább folytatódik majd a közeljövőben. 2010-ig a digitális video-felvevők száma a mostani 6,2 millióról 42,7 millióra, a DVD-felvevőké 12,1 millióról 56 millióra, a DVD-lejátszóké 76,2 millióról 102,9 millióra, az mp3-lejátszóké 10,8 millióról 40,1 millióra, a videojáték-konzoloké pedig 40,1 millióról 48,8 millióra nő az Egyesült Államokban. (prim.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (reak.), fogyasztás

Jön a digitális televízió – de a vártnál lassabban

Nem tudják betartani a digitális földfelszíni televíziózásra való átállás 2012-es határidejét az Európai Unió tagországai. Az Informa prognózisa szerint az évtized végére a televíziók kétharmadán digitálisan továbbított adást néznek majd.

A szolgáltatás elindításánál a csúszás egyik fő indoka, hogy a tervezettnél lassabban terjed el a digitális sugárzás, mivel az számos érintett – műsorszolgáltatók és hardvergyártók – üzleti érdekeltségeinek összeütközését is jelenti. A bevezetést akadályozza ugyanakkor a nézők ellenállása is: több országban elsősorban az idősebb korosztály merev szembenállása tapasztalható.

Az Informa Telecoms & Media legfrissebb előrejelzése szerint a digitalizációban élenjáró nyugat-európai országok sem lesznek képesek betartani a határidőt. Az elemzés szerint Németország például csak 2016-ban fejezheti be az átállást a tervezett 2010-es időpont helyett, Olaszország pedig, ahol már 2006-ra tervezték az analóg sugárzás leállítását, az Informa szerint csak 2020-ra tudja elérni célját. Az átállás 2012-es határidejét még a műholdas digitális sugárzásban első Angliában sem sikerül tartani, várhatóan hároméves csúszásra lehet számítani. A digitális televíziós háztartások száma 2005 végére 31 százalékkal emelkedik Európában, 2010-re pedig már 65 százalékos lesz az arányuk.

Várhatóan Kelet- és Közép-Európában is csúszásra lehet számítani. Az Informa egyik korábbi tanulmánya szerint egyébként ebben a régióban is jelentősen növekszik majd a digitális televíziós piac. A társaság szerint a digitális sugárzásnak Románia lehet a győztese a régióban, az ország ugyanis az e típusú földi és kábelpenetráció tekintetében is megelőzi majd szomszédait. Magyarországon a földfelszíni digitális televíziózás 2010-ben 47 ezer háztartásban lesz elérhető a prognózis szerint, míg kábelen több mint kétmillió, műholdon 253 ezer lesz a számuk. ADSL-vonalon 94 ezer lakásba juthat el addigra az e típusú televíziózás. (vg.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia

237 millió netes támadás fél év alatt

Az idei első félévben 237 millió támadást regisztráltak világszerte a weben, amelyeknek igen

jelentős része (137 millió eset a kormányzati-, pénzügyi-, termelő- és egészségügyi szervezetek rendszerei ellen irányult. A spam jelentősége némiképpen csökkent, de a valódi bűnök, például a csalások, a virtuális személyiség eltulajdonítása és a zsarolás mind jellemzőbbé vált. Ettől függetlenül a spam aránya a teljes e-mail forgalomban a januárban mért 67 százalékról 83 százalékra emelkedett. Külön figyelmet érdemel az adathalászat (phishing) terjedése, hiszen az első félévben az IBM Global Security Index 35 millió esetet regisztrált, amikor az embereket megpróbálták rávenni, hogy szolgáltatassák ki bizalmas adataikat. Eközben a vírusok terjedése drasztikusan visszaesett. Míg januárban 100-ból 52 e-mail volt fertőzött, ez az arány júniusban már 28 volt. (hvg.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás

Csökkenő példányszámok a lappiacon

Nem változnak az évek óta tartó kedvezőtlen trendek a hazai lappiacon. A Magyar Terjesztés-ellenőrző Szövetség (Matesz) legfrissebb, második negyedéves gyorsjelentése szerint az auditált országos napilapok példányszáma kivétel nélkül zsugorodott 2004 hasonló időszakához képest. A Népszabadságból közel tízezerrel értékesítettek kevesebbet április és június között, mint az egy évvel ezelőtti hasonló időszakban. Az újságból így megjelenésenként átlagban 154.195 példány fogyott. A Népszava esetében közel ezres, a Magyar Nemzetnél pedig majdnem négyezres a visszaesés egyéves távlatban. A HVG-nél sincs érdemi változás, a hetilapból közel ötezerrel fogy kevesebb. A bulvárlapok piacán, megtört a Blikk dinamikus menetelése. Az újságból a vizsgált időszakban szinte ugyanannyi kelt el, mint tavaly ilyenkor.

A napilapok példányszámcsökkenése világszerte komoly fejtörést okoz a kiadóknak. A társaságok egyre gyakrabban próbálják meg olvasótáborukat többek között ingyenes CD- és DVD-mellékletekkel növelni. A The Wall Street Journal Europe egyik írása szerint a 3,2 millió példányban értékesített angol The Sun bulvárlapnak félmillióval nőtt az értékesítése, amikor CD-t adtak az újsághoz, és a brit The Guardian című lapból is akkor kelt el a legtöbb, amikor ingyenes zenei tartalmat csatoltak hozzá. A The Sunday Times azt tervezi, hogy népszerű televíziós showkat tartalmazó DVD-ket ajándékozik az újság mellé. (vg.hu, 2005. 08. 04.)

fogyasztás, fogadtatás (reak.)

Kevesebb az újságolvasó

A Népszabadság veszített olvasótáborából, a Népszava viszont valamelyest növelte közönségét – derül ki a Szonda Ipsos és a GfK Hungária legfrissebb, 2005 első fél évét vizsgáló felméréséből. Előbbi esetében mintegy 4,4 százalékos zsugorodást mértek az előző év azonos időszakához képest, míg a Népszava olvasótábora 4,8 százalékkal emelkedett. A legnagyobb mértékben, több mint 12 százalékkal a Magyar Hírlap veszített olvasóközönségéből az országos politikai napilapokat tekintve. A Magyar Nemzet esetében minimális az elmozdulás.

Visszaesés figyelhető meg a közéleti-gazdasági hetilapok, a HVG és a Figyelő esetében is. Előbbi 15,65, utóbbi 6,95 százalékos veszített az olvasótáborából. A napi gazdasági sajtón belül a Világgazdaság esetében közel 20 százalékos növekedés figyelhető meg a vizsgált időszakban, riválisánál, a Napi Gazdaságnál viszont 10 százalék feletti zsugorodást mértek. A csökkenő lappiaci tendenciákat jelzik a Matesz második negyedéves gyorsjelentésének adatai is.

A nemzetközi szinten is hasonló a helyzet. A példányszámok és az olvasottság visszaesése világszerte komoly kihívást jelent. A napilapkiadók évek óta keresik a kiutat: formailag és tartalmilag is próbálják megújítani termékeiket. Az internetes hírportálok egyre nagyobb mértékben csábítják el olvasóikat. (vg.hu, 2005. 08. 25.)

fogyasztás

Szappanopera és manele a tinik kedvence – könyvek kizárva

A román Országos Audiovizuális Tanács (CNA) felkérésére készült „A diákok médiafogyasztási szokásainak elemzése” elnevezésű közvéleménykutatás eredménye igencsak aggasztó – vélik a szakemberek. A felmérésben 2300, 11 és 14 év közötti és ugyanennyi 15 és 18 év közötti tanulót kérdeztek meg, a hibahatár 2 százalékos.

Akik úgy nyilatkoztak, szoktak olvasni, igen magas számban kizárólag kötelező házi olvasmányokat jelöltek meg olvasmányaik tárgyaként.

A megkérdezett gyermekek 90 százaléka néz nap mint nap televíziót, és 20 százalékot meghaladja azon iskolások aránya, akik naponta több mint négy órát ülnek a képernyők előtt. Ugyanakkor 56 százalékuuk tölt több mint napi három órát a televízió társaságában. A sokat tévézők nagyobb hányada lakik harmincezernél kisebb lélekszámú kisvárosban, míg a kétszázezer lakót meghaladó nagyvárosok tanulói közül kerülnek ki a legtöbben azok, akik hétköznap kevés időt szánnak a fekete dobozra.

A nebulók nagy része ugyanis a szappanopereákat és a manelet részesíti előnyben. A teleregényeket inkább a lányok kísérik figyelemmel, míg a fiúk az akció- és rendőrfilmeket kedvelik leginkább.

A szappanoperák világa irreális világ, s minthogy torzítja a valóságot, a gyermek téves képet kap az életről, az emberi kapcsolatokról. Mindez csalódásokhoz, kudarchoz vezethet, mert nem úgy alakulnak a gyermek dolgai, ahogyan elképzeli, ahogyan természetesnek találná. A pszichológus szerint a legnagyobb gond az, hogy a szülők nem kínálnak alternatívát, más foglalkozásokat gyermekeiknek. A gyermekek médiafogyasztási szokásait elsősorban környezetük befolyásolja, de a család, a társadalom vagy az iskola nem kínál fel más lehetőséget, így mintegy reflexszerűen választják ezt a szabadidős formát. (transindex.ro, 2005. 08. 04.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

Évente 300 eurót költenek mobilhasználatra a német gyerekek

Az Egmont Ehapa kiadóvállalat által elvégzett felmérés szerint a német 6-13 év közötti korosztály átlagban közel 300 eurót költ évente mobiltelefonos beszélgetésre és egyéb szolgáltatásokra.

A 10-13 évesek 43%-a tölt le rendszeresen csengőhangokat, 22%-uk pedig képeket a mobiljára. A költségek oroszlánrészét ugyanakkor az sms-ezés teszi ki. A megkérdezett 6-9 évesek 19, a 10-13 éveseknek pedig 46%-a küld tíznél több szöveges üzenetet naponta. Mindkét korcsoportban a gyerekek körülbelül fele saját zsebpénzből egészíti ki a nagyobbbrészt szülei által finanszírozott telefonköltségeit.

A német szülők nagy része, 80%-a kártyás mobiltelefont vesz gyermekének annak érdekében, hogy csemetéje ne lépje túl az általa megengedhetőnek tartott költségkeretet. Ez azonban azzal a hátránnyal jár, hogy a szolgáltatások díjai ebben a konstrukcióban magasabbak, mint a havidíjas előfizetés esetében. A legújabb német távközlési törvény szerint a mobilszolgáltatók mindegyike köteles olyan előfizetést kínálni, amely egy bizonyos havi összeg felett nem engedi használni a szolgáltatást, ugyanakkor tarifái megegyeznek a normál havidíjas csomagokéval. Egyelőre azonban kevés ilyen megoldás érhető el a piacon. (prim.hu, 2005. 08. 07.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás

A Sorstalanság Európa egyik legjobbja

Koltai Lajos filmjét a tíz legjobb európai film közé választotta a nemzetközi kritikusok szövetsége Lars von Trier és Wim Wenders filmje mellett.

A Kertész Imre Nobel-díjas regényéből készült Sorstalanság-ot Magyarországon közel ötszázezren látták a mozikban, szeptemberben dvd-n is megjelenik. Már a német mozik is

vetítik, néhány hete pedig fesztiváldíjat nyert Lengyelországban és Horvátországban. (index.hu, 2005. 08. 10.)

fogadtatás (díj.), fogyasztás

iTunes Japánban: egymillió eladott dal négy nap alatt

Nemrég arról adtunk hírt, hogy az iTunes Európában egyéves születésnapján túl volt már az 50 milliomodik letöltésén is, most úgy tűnik a Távol-Keleten sem szakad meg a sikerszéria. Az Apple sajtóközleményében átütő sikernek értékelte az iTunes japán eredményeit. A japán iPodosok egymillió dalt töltek le az Apple iTunes online zeneboltjából már a múlt hét csütörtöki indulását követő négy napban.

Az iTunes olcsóbb minden más hasonló szolgáltatásnál Japánban, a legtöbb szám mindössze 150 jenért (körülbelül 270 forint) elérhető. Igaz így is jóval drágább, mint Amerikában, ahol mindössze 1 dollárért (körülbelül 200 forint) kínálja zenéit a társaság. Eddig 15 japán lemez cég szerződött le az iTunes-szel, de a Sony Music Entertainment – a Sony zenei kiadója még csak most csatlakozik. „Az iTunes egy esetleges elsőpró japán siker után jó eséllyel válhat szinte egyeduralmódóvá a piacon” – mondta John Yang, a Standard & Poor's elemzője.

Az Apple adatai szerint iTunes szolgáltatásuk több mint 1,5 millió számot kínál majd az összes nagyobb, és mintegy ezer független zenei kiadótól, valamint tízezer hangos-könyvet és egyéb exkluzív felvételt. Emellett a cég különböző iPodos rádióadásokat is kínálnak, immár japánul is. (sg.hu, 2005. 08. 11.)

fogyasztás, gazdaság

Félmilliárd szélessávú netező 2010-re

Az Informa Telecoms and Media elemző cég előrejelzése szerint 2010-ben 490 millió ember használja majd az internetet szélessávú eléréssel. A gyors letöltést biztosító kapcsolattal rendelkezők tábora a cég adatai szerint jelenleg mintegy 190 millióra tehető. 2010-ben várhatóan négy országban – Finnországban, Japánban, Dél-Koreában és Svédországban – lesz majd a legmagasabb a szélessávú elérések penetrációja, ami nem meglepő, hiszen jelenleg is ezek az országok állnak az élen az internet terén.

Bár 2008-ra Kínában a lakosság 10 százaléka rendelkezik majd gyors interneteléréssel, mivel az ázsiai ország népessége többszöröse az Egyesült Államokénak, a széles sávú felhasználók számában három éven belül lekörözheti az USA-t.

Egy másik elemző cég, a Juniper Research prognózisai szerint öt éven belül 300 millióra bővül majd világszerte a harmadik generációs mobiltelefonokat használók tábora. Ugyanakkor míg a mobiloperátorok bevételeinek zömét még az évtized végén is a beszédhívások generálják majd, az internetszolgáltatók öt év múlva várhatóan kiegészítő – például interaktív televíziós, filmletöltő – szolgáltatásokból származó díjakkal egészítik majd ki bevételeiket. (origo.hu, 2005. 08. 15.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás

Mégsem a fájlcsere a zeneipar első számú ellensége

Bár az utóbbi időben főként a fájlcsere hálózatokon, ftp-szervereken illegálisan terjedő hang- és filmanyagok kerültek reflektorfénybe, az Amerikai Lemezipari Szövetség (RIAA, Recording Industry Association of America) szerint a legnagyobb fenyegetést továbbra is a másolt CD-k jelentik. Az NPD Group kutatócég adatai alapján a hallgatókhoz a zene 29 százaléka másolt korongokon érkezett, szemben a letöltés 16 százalékos részesedésével. A kutatás arra is rávilágít, hogy a tavalyi év során a zenefogyasztás felét tették ki a jogszerű CD-eladások, míg az online zeneboltok mindössze 4 százalékot hasítottak ki. Mitch Bainwol, a RIAA vezetője a másolásvédelembe látja a megoldást, így egyre több védett anyag fog a piacra kerülni a jövőben.

A MAHASZ honlapján olvasható közlemények szerint Magyarországot is keményen sújtja a másolás, kalózkodás. A szervezet elrettentő becslése szerint egy legális CD-re három másolt

jut. Ezzel együtt is az oldalon található adatok alapján az utóbbi két évben igen szép bővülést mutatott az eladott lemezek száma: míg 2002-ben 3 millió, addig 2003-ban 3,3 millió, 2004-ben több mint 5 millió zenei albumot értékesítettek hazánkban. (hsw.hu, 2005. 08. 15.)

érdekképviselő, fogyasztás

Mobilos reklámmal bombáz a hirdetőtábla

Az előttük elhaladó járókelők mobiltelefonjára sugároz rövid reklámfilmeket a Bluetooth-os hirdetőtábla, amelyet Londonban tesztelnek.

A próbaüzem alatt álló eszköz azzal hívja fel magára az előtte elhaladó mobilosok figyelmét, hogy egy rövid reklámfilm, képzületet vagy zenét sugároz telefonjukra, ha az rendelkezik drót nélküli Bluetooth-kapcsolattal. A reklám letöltése nem indul meg automatikusan: a felhasználó maga döntheti el, hogy elfogadja-e a váratlan üzenetet.

Az adatátvitelhez használt csatlakozó után bluecastingnek elnevezett technológiát a Filter nevű brit cég dolgozta ki, és a Maiden Group reklámügynökséggel közösen állították szolgálatba London hat különböző vasúti pályaudvarán. A plakátok előtt két hét alatt 87 ezer Bluetooth-os telefontal rendelkező járókelő haladt el, és 17 százalékuk (majdnem 15 ezren) le is töltötte a felkínált tartalmat.

A hirdetőket ennél jobban aggasztja, hogy mivel tartásuk fenn az érdeklődését a bluecasting iránt, ha már minden sarkon megcsipogtatja a mobilokat egy reklámtábla. A fejlesztők szerint erre az adhat megoldást, ha olyan extra tartalmakat sugároznak a járókelőknek, amelyekhez máshogy nem jutnak hozzá, ezért szívesen letöltik majd őket. Ha pedig valakit nagyon zavar a hirdetőtáblák folyamatos próbálkozása, akkor azt a Bluetooth-csatlakozó kikapcsolásával megakadályozhatja. (origo.hu, 2005. 08. 23.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Az emberek szívesen váltanak digitális televízióra

A Sun Microsystems mint a Java technológia létrehozója, kifejlesztője és legfőbb támogatója bejelentette, hogy teljes, nyílt digitális interaktív televíziós és alkalmazás infrastruktúrát kínál a szolgáltatóknak, amelynek része a digitális adattárolás, archiválás, a műsorszórás, a digitális szerzői jogvédelmi alkalmazások, vagy akár a set-top-boxok implementálása is.

Az elmúlt hónapok külföldi tapasztalatai azt bizonyítják, hogy emberek szívesen váltanak digitális televízióra, amelynek technológiai platformja elemzők szerint a Java lesz. A digitális televíziózás európai fellegvárának számító Olaszországban például tavaly januárban indult útjára a digitális műsorszórás, és mára már több mint 1,5 millió háztartásba jutott el. Az ottani siker legjobb bizonyítéka a naponta 3000-rel növekvő előfizetői szám.

Szakértők szerint a digitális tévénépszerűségét nem csak a jobb képminőségnek és a szélesebb csatornaválasztéknak köszönheti, hanem a prémium tartalomnak, valamint az olyan interaktív szolgáltatásoknak, mint a mobil telefonoknál már nagy sikert aratott Java játékok, szavazás és információs szolgáltatások.

Az eddig elért eredményekben a MHP ún. set-top-box-ok által biztosított változatos szolgáltatások, valamint néhol a kormányzati szabályozás is komoly szerepet játszott. Olaszországban például tavaly minden eladott vevőkészüléket 150 euróval támogatott az állam.

„Európában átlagosan naponta több mint 3 órát, hazánkban több mint 5 órát töltenek az emberek a televíziók képernyője előtt. Ezért is figyelemre méltó, hogy a műsorokhoz kapcsolódó SMS alapú játékok, kvízek és szavazások most már a digitális televíziózásban használt set-top-box-szal is elérhetőek” – mondja Hegedüs Gábor, a Sun Microsystems ügyvezető igazgatója.

Sokan bíznak a nyílt interaktív televíziózás sikerében. Piackutatók szerint 2006 lesz az igazi áttörés éve. Akkora várható, hogy megjelennek a piacon a „megfizethető” árú set-top-boxok, amelyek támogatják a kiváló minőségű MPEG4 videoformátumot és az MHP alapú interaktív alkalmazásokat. Természetesen a szolgáltatók is gőzerővel dolgoznak az új

technológia bevezetésén, amely 2008-ig a nyugat-európai háztartások fele számára válhat elérhetővé. Az elemzők szerint a szolgáltatók számára kb. 3 milliárd euró éves árbevételt jelenthet az MHP bevezetése. (tozsdeforum.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, gazdaság, technológia

Nem megy rosszul a Danubius rádiónak

Egy nyomtatott napilap 2005. augusztus 25-i számában a rádiók értékesített reklámszpotjainak mennyiségét alapul véve vont le következtetéseket a három országos kereskedelmi rádió, a Danubius, a Sláger és a Juventus árbevételére vonatkozóan. Ez a megközelítés félrevezető, hiszen a megrendelt reklámszpotok mennyiségének alakulása fontos mutató, de messze nem a legfontosabb, mivel nem pusztán ettől függ egy kereskedelmi rádió árbevétele és profitja – írja a Danubius közleménye.

Ezt az is alátámasztja, hogy a Danubius Rádió 2005. második negyedévében tudatosan csökkentette reklámszpotjainak számát a „Csak egy perc!” kereskedelmi programmal, amelynek keretében minden reklámblokk maximum két reklámot sugárzott és a reklámblokkok hossza nem haladta meg az egy percet. A Danubius Rádió menedzsmentje azzal a céllal indította el ezt a hirdetési stratégiát, hogy csökkentse a „reklámzajt”, s így értékesebb felületet biztosíthasson hirdetőpartnereinek illetve több zenét sugározzon hallgatóinak.

A Danubius Rádió 2005. első félévében az elmúlt év hasonló időszakához viszonyítva 10,5%-kal tudta növelni bevételeit, ezáltal továbbra is a Danubiusnak van a legnagyobb bevétele az összes magyarországi rádió közül. A hirdetési szempontból is igen fontos 18-49 évesek körében továbbra is fej-fej mellett halad a két országos kereskedelmi adó. A Szonda Ipsos Rádió Navigátor legfrissebb, júliusi országos adatai szerint 4,2 millió rádióhallgatóból 2,4 millió hallgatta egy hét alatt valamikor a Danubius Rádiót, (50,7%-os elérés), ez közel 30%-os részesedéssel kiegészítve vezető pozíciót biztosít neki a piacon. (portfolio.hu, 2005. 08. 29.)

fogyasztás, fogadtatás (reak.), gazdaság

Gazdaság

Őszre várható az elbocsátások második köre az MTV-nél

Az MTV tavaly ősszel elfogadott reorganizációs terve szerint 2004-ben 75, az idén 425, amíg jövőre 200 munkatársától kellene megválnia az intézménynek. Egyes források szerint a tavalyi elbocsátásokra – az azokhoz szükséges források hiányában – nem került sor. A leépítésekről nyáron lezárult tárgyalások egyik résztvevője szerint a menedzsment induláskor mintegy 180 munkatárs elbocsátását szorgalmazta, végül ez a szám 110 lett; az elbocsátások idejének második köre az őszre várható. (stop.hu, 2005. 08. 02.)

gazdaság, társaság

Pornón nőnek fel a gyerekek

Korhatárosítanák a pornósajtókat az Egyesült Államok demokrata képviselői, miután egy jelentésből kiderült: az amerikai gyerekek átlagosan tizenegy éves korukban szembesülnek először netes pornóval, és a műfaj fogyasztóinak többsége a tizenkét-tizenhét éves korosztályból kerül ki.

A Third Way demokrata elkötelezettségű kutatócsoport jelentése szerint a legborzalmasabb, hogy egyes sajtók egyenesen a gyerekeket célozzák meg. A gátlástalan pornóiparosok nem ártallják olyan hívószavakkal, meta-tagekkel és megtévesztő URL-ekkel behálózni a kiskorúakat, mint a „Csipkerózsika”, a „Disneyland” vagy a „Britney Spears”. Az interneteléréssel rendelkező 9-19 évesek 57 százaléka látott már online pornót. Ezért kongresszusi képviselők egy csoportja olyan törvényjavaslatot nyújtott be, amely kötelezné a pornósajtókat a látogatók korának hiteles ellenőrzésére és arra, hogy az online eladott termékek után az Egyesült Államokban kiugróan magasnak számító, 25 százalékos forgalmi adót fizessenek.

A jelentés, amely a törvényjavaslatot ihlette, felettébb sötét képet fest a világ állapotáról. A pornográf weboldalak száma az 1998-as 14 millióról mostanra 420 millióra nőtt, és a világ pornósajtói évente 12 milliárd dolláros éves bevételt termelnek – ez ugyanannyi, mint amennyit a három legnagyobb amerikai kereskedelmi tévécsatorna, az ABC, az NBC és a CBS összehoz évente. Bár léteznek biztonságos módszerek arra, hogy a látogatók korát ellenőrizzék, az érintett sajtók 97 százaléka nem használ ilyet – többségük megelégszik egy figyelmeztetéssel, a korellenőrzés pedig bemondásra megy.

A Third Way jelentéséből az is kiderül, hogy a pornó szoftverrel vagy kézi módszerekkel való szűrése sem jelent megoldást a gyermekek lelkének tisztán tartására. Egyrészt a mesterséges intelligencia még mindig nem képes tökéletesen megkülönböztetni a disznóságot a szépségtől, másrészt a felmérések azt mutatják, hogy a 15-24 évesek 60 százaléka tisztában van azzal, amivel a szülei nem, vagyis tudja, hogyan iktassa ki a szoftveres szűrőket. (index.hu, 2005. 08. 02.)

gazdaság, szabályozás

A Bertelsmann babérjaira tör az Axel Springer

A Bertelsmann babérjaira törhet az Axel Springer AG (AS) a 19,6 milliárd eurós német reklámpiacon. Az AS a legnagyobb német magán televíziós társaság, a ProSiebenSat.1 megvásárlásáról tárgyal. Az üzlettel a lapunkat is kiadó AS szemtől szembe kerülne az RTL televíziós társaságot portfóliójában tudó Bertelsmann-nal – véli Jürgen Blumenkamp, a vezető német médiatervező és értékesítő ügynökség, a MediaCom vezérigazgatója. A Haim Saban izraeli-amerikai milliárdos tulajdonában lévő ProSiebenSat.1. tavaly 133,6 millió euró adózott eredményt ért el az egy évvel korábbi 39,4 millió után.

Ha a Springer átveszi a ProSiebenSat.1.-et akkor a két cég összesített árbevétele 3,8 milliárd euróra rúg, míg a Bertelsmann németországi árbevétele ötmilliárd euróra tehető.

Az AS az utóbbi években a közép-európai sajtópiacon is komoly terjeszkedésbe kezdett.

Lengyelországban például bevezette a Fakt című bulvárújságot, amely – a Bloomberg szerint – két hónap után a legolvasottabb napilap lett. A 30 centbe kerülő Fakt példányszáma jelenleg 525 ezer. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Bővül az amerikai VoIP-piac

Ugrásszerű növekedést várnak az Egyesült Államokban az interneten keresztüli telefonszolgáltatásból (VoIP) származó bevételek területén a következő néhány évben. A tavalyi 1,3 milliárd dollár után 2009-re 19,9 milliárdra nőhet a VoIP-szolgáltatók bevétele az Infonetics Research piackutató cég előrejelzése szerint. Az interneten keresztüli telefonálásból származó bevételek jelenleg mindössze egy százalékát adják az amerikai távközlési cégek forgalmának. A bővülés szempontjából azonban rendkívül fontos tényező, hogy a lakosság mellett a vállalatok és az intézmények is növekvő számban használják a VoIP-ot, hiszen olyan kiegészítő szolgáltatások is megjelentek, mint a konferenciahívás vagy videotelefonálás.

A VoIP térhódítását mutatja, hogy az Infonetics előrejelzése szerint a tavalyi 1,1-ről 2008-ra 20,8 millióra nő az otthoni és kis irodai felhasználók száma csak az Egyesült Államokban. Az egyéni felhasználók mellett különösen a kis- és középvállalati körben jut egyre nagyobb szerephez a megoldás, az Info-Tech Research piackutató adatai szerint jelenleg már 23 százalékuk, 2008-ra pedig már minden második, ebbe a kategóriába tartozó vállalatnál megjelenik a VoIP-os telefon. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Szélessávra vált Európa

A múlt év végi 40-ről 2009-re 92 millióra nő a nyugat-európai szélessávú internetkapcsolatok száma, amelyek 83 százaléka található a háztartásokban – derül ki az IDC piackutató cég előrejelzéséből. A fejlődésnek köszönhetően a szélessávú internetszolgáltatásból származó bevétel elérheti a 37 milliárd dollárt. A növekedésben a hálózatok fejlesztése mellett döntő szerepet játszik az egyre élesebb verseny miatti árcsökkenés is. A szélessáv a jövőben már nemcsak gyorsabb internetezést jelent majd, de internet alapú szolgáltatások egyre bővülő tárházává is lesz. Bár rövid és középtávon a webelérés marad a legfontosabb felhasználási terület, de az interneten keresztüli telefon (VoIP) és tévészolgáltatás (IPTV) is fontos részét alkotják majd a területen érdekelt cégek stratégiájának.

A világszerte egyre több szolgáltató által kínált VoIP-megoldás kizárólag szélessávú internetkapcsolattal használható, így elterjedését nagymértékben befolyásolja a gyors világhálós kapcsolatok számának változása. Tavaly világszerte 135,9 millió otthonnak volt szélessávú internetelérése az eMarketer amerikai piackutató cég adatai szerint. A legtöbb közülük, 34,3 millió az Egyesült Államokban volt, de Ázsia gyors fejlődését mutatja, hogy az előfizetések számát tekintve Kína a második, Japán pedig a harmadik, 17,5, illetve 11,5 millió eléréssel.

Az eMarketer előrejelzése alapján a szélessávú internetkapcsolatot létesített háztartások száma 2008-ra elérheti a 312 milliót, nagy felhasználói bázist kínálva a VoIP-hoz és IPTV-hez hasonló szolgáltatásoknak.

Magyarországon 2004 végén a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint közel négyszázezer szélessávú internetes előfizető volt, a kapcsolatok típusát tekintve a telefonvonalis gyors webkapcsolatot nyújtó ADSL dominált. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Megállapodás született a digitális mozifilm formátumról

A hollywoodi filmstúdiók három éves tárgyalásokat követően megállapodtak a digitális filmkészítés technikai szabványában.

A filmstúdiók közös vállalkozásában létrehozott Digital Cinema Initiatives közleménye

szerint a technikai szabvány lefektetése egyértelmű előnnyel jár mind a gyártók, mind a mozinézők szempontjából. Fokozódhat a verseny a berendezés gyártók körében. Egy digitális mozi projektor jelenleg 75-120 ezer dollárba kerül. Szükséges emellett szerverek alkalmazása a filmek tárolásához, valamint szoftverek az illegális másolatok készítése ellen. A mozilátogatók a digitális filmtől tisztább és élesebb képet várhatnak. (sg.hu, 2005. 08. 02.)
gazdaság, technológia

Tőzsdére kerül a legnépszerűbb kínai internetes kereső

A szakemberek szerint a Google legfőbb konkurensévé válhat az ázsiai vállalat. A Google évek óta uralja az online keresők piacát. Ugyan vannak más hasonló alkalmazások is, ám ezek egyikének sem sikerült még eddig letaszítani a népszerű portált a képzeletbeli trónról. A legújabb trónkövetelő neve: baidu.com és Kínából származik. Az internetes oldal csupán 2000 óta létezik, ám az azóta eltelt alig öt esztendő is elég volt arra, hogy a világ hatodik legnépszerűbb weboldalává sikerüljön felküzdenie magát. A Google tavaly óta 2,6 százalékos tulajdonrészrel rendelkezik a kínai cégben. Ez azonban nem gátolja meg a keresőt üzemeltető társaság vezetőit abban, hogy az amerikai tőzsdére vigyék a baidu.com-ot. Ettől a tranzakciótól a részvényesek kereken 45 millió dollár plusz bevételt várnak.

A szakemberek szerint könnyen előfordulhat, hogy pont a sokat vitatott cenzúra fog előnyt jelenteni a baidu.com-nak a nyugati konkurensével szemben. Amíg a Microsoft egyik helyi oldaláról törölni kellett az olyan szavakat, mint a demokrácia, a szabadság és az emberi jogok, és a Google sem adhat ki olyan találatokat Kínában, amelyek tartalmazzák a Tajvan, a dalai láma vagy a Falun Gong szavakat, addig a legnépszerűbb ázsiai internetes keresőnek nem kell ilyen problémákkal foglalkoznia. (sg.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Veszteséges a Time Warner

A világ legnagyobb médiavállalata, a Time Warner Inc., veszteséges negyedévet hagyott maga mögött; eredményét egy 3 milliárd dolláros tartalék rontotta, amit egy családi ügy miatt kellett képeznie. A társaság azt is bejelentette, hogy az elkövetkező két évben 5 milliárd dollár értékben készül részvényeinek visszavásárlására.

A Time Warner negyedéves vesztesége 321 millió dollár; tavalyi ugyanebben az időszakban 777 millió dolláros nyereséget ért el. A tartalékolt összeg és más hasonló tételek kiszűrésével a társaság eredménye 850 millió dollár. A Time Warner bevétele 1 százalékkal 10,7 milliárd dollárra csökkent; az elemzők 11 milliárd dollárra számítottak. (fn.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, társaság

Beszünteti megjelenését a Romániai Magyar Szó

Szeptember elsején lenne 58 éve annak, hogy megszületett a romániai magyarság első és azóta is egyetlen napilapja, a Romániai Magyar Szó. Az évfordulót azonban már nem éri meg – közölte Gyarmath János főszerkesztő a lap internetes változatában. A nyomda- és papírkidadások jórészt fedezetlenek, a munkatársak bérüket pedig csak nagy késéssel kapják meg.

Az utóbbi hónapokban a lap nehéz anyagi helyzettel küszködött, s idén májusban több napon keresztül csak az internetes változata jelent meg. A lapot kiadó Transil Rt. fő részvényese, Birtalan József RMDSZ-politikus cáfolta, hogy az Rt. döntéséről tudomása lenne. (hullamvadasz.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, tartalomkínálat

Zenekeresőt indított a Yahoo

A Yahoo új szolgáltatása jelenleg több mint 50 millió hangfájl között keres az interneten, beleértve zenéket, rádiós híryananyagokat, beszédeket, interjúkat és az RSS-hírszolgáltatáshoz hasonlóan rendszeresen frissülő podcasteket is. A kereső a hangfájlokban tárolt metaadatok – például számcímek – alapján dolgozik. A Yahoo adatbázisa az eddigi legátfogóbb. A cég ugyanis megegyezett a legnagyobb online zeneboltokkal, így azok pénzért letölthető kínálatát

is indexelheti.

Három hónappal ezelőtt maga a Yahoo is beindította saját zeneboltját, ráadásul nagyon kedvező árakkal: a felhasználók havi hét dollárért bármennyi zenét letölthetnek. A cég ígérete szerint az új kereső nem részesíti előnyben saját zeneanyagait, a rajtuk keresztül történő vásárlások után viszont jutalékot kapnak a többi netes zenebolttól. (origo.hu, 2005. 08. 04.)

gazdaság, tartalomkínálat

Visszafizette hiteleit a TV2

Maradékalanul visszafizette az indulásakor felvett hiteleket a Tv2 tulajdonosa, az MTM-SBS Televízió Rt. – jelentette be Kereszty Gábor, a társaság vezérigazgatója. A csatorna 1997-es indulásakor 280 millió dolláros hitelt vett fel. Az utolsó tétel az 1,4 milliárdos Postabank-hitel visszafizetéséből és ennek kamataiból állt – mondta Kereszty. (vg.hu, 2005. 08. 04.)

gazdaság

„Koronaékszer a TV2” – Mit mutatnak a számok?

Az SBS Broadcasting Európa második legnagyobb elektronikus médiavállalkozása, amely nyolc országban (köztük Magyarországon) 16 televíziós csatornát, 21 prémium fizetős csatornát és 11 rádióállomást üzemeltet, és műsoraival közel 100 millió embert ér el. Az amerikai és európai tőzsdéken egyaránt jegyzett társaság nem auditált, amerikai számviteli szabályok (US GAAP) szerinti nettó árbevétele az előző év azonos időszakához képest 26 százalékkal, 244 millió euróra nőtt az idei év második negyedében.

A második negyedévben az SBS Broadcasting bevételeinek közel 14 százalékát a magyar TV2-csoport adja, amely magába foglalja a TV2 kereskedelmi televíziót, a produkciós Interaktív Kft-t és közvetve a telekommunikációs szolgáltatásokat nyújtó Telefor Kft-t. A magyar csoport amerikai számviteli szabályok szerinti, nem auditált nettó árbevétele 8,3 milliárd forint volt a második negyedévben, ami az előző év azonos időszakához képest 17 százalékos növekedés. (portfolio.hu, 2005. 08. 04.)

gazdaság

Egyre többet keresnek a kábelszolgáltatók az interneten

Egyre nagyobb részt képvisel az európai kábelszolgáltatók bevételeiben a szélessávú internetes szolgáltatás – derül ki a Screen Digest piackutató cég tanulmányából. Tavaly Észtszországban a kábelcégek forgalmának 44,58, míg Ausztriában 35,67 százaléka származott ebből a forrásból.

A magyar kábelszolgáltatók bevételeinek 5,61 százalékát adta a szélessávú internetszolgáltatás, s ez a KSH adatai szerint közel 8,5 milliárd forintot jelent. Ez az idén tovább emelkedik, a múlt év utolsó negyedévéhez képest 2005 első három hónapjában mintegy húsz százalékkal, 2,9 milliárd forintra nőtt a kábelcégek internetszolgáltatásból származó bevétele. (vg.hu, 2005. 08. 05.)

gazdaság

30 milliárddal bővült a reklámpiac

Az országos televíziók árbevétele 14, a napilapoké 11, a folyóiratoké 7, a közterületi cégeké 9, a rádióké 5 százalékkal nőtt a tavalyi év hasonló időszakához képest. A tavalyi év első felében összesen 211 milliárd forint volt a reklámpiac, ami idén 240 milliárdra bővült listaáron. 2004 egészében a hazai reklámpiac 18 százalékkal bővült listaáron, idén az éves növekedés 15-18 százalékos lehet.

Az országos televízióknál ugyanakkor a listaáron mért növekedés mögött nem a mennyiség, azaz a hirdetési felületek növekedése, hanem a két kereskedelmi csatorna jelentős áremelése áll – mondta el a FigyelőNetnek Mihalszki Zsuzsa, a TNS Media Intelligence kommunikációs vezetője.

A napilapok közül a gazdasági lapok reklámbevétele 17,9 százalékkal bővült (miközben a

reklámfelületek bővülése 9 százalékos volt), a sportlapoké csupán 5,3 százalékkal. A folyóiratoknál a legdinamikusabb reklámbevétel-bővülés a közéleti lapoknál és a programmagazinoknál volt megfigyelhető (35,9 illetve 32 százalék). Nagyon esett a rejtvényűjságok és a fogyasztói lapok bevétele, a tavalyi év első félévéhez képest 43,1 illetve 21,7 százalékkal.

A piaci kategóriák reklámköltségi toplistáját továbbra is a távközlés vezeti 23 milliárd forint feletti költséssel – amelyben nagy szerepet játszott a Matáv rebranding kampánya is –, nyomában a gépjármű 20 milliárd közeli, a gyógyhatású készítmények, vény nélkül kapható szerek bő 15 milliárdos és a bankok 14 milliárd feletti listaáras reklámköltséssel. A legnagyobb piaci kategóriák szinte mindegyike legalább 9 százalékos reklámköltség növekedést produkált az első félévben, kivéve a tejtermék és a szeszesital kategóriát, melyek költsége több mint 10 százalékkal csökkent az egy évvel korábbihoz képest.

A számok szerint 2005 első félévében összesen 2,11 milliárd forintot költöttek el listaáron a neten hirdető. A legnagyobb költő a T-Mobile 95,4 millió forinttal, de a Miniszterelnöki Hivatal is több mint 46 millió forintért vásárolt hirdetési felületet. (fn.hu, 2005. 08. 05.)

gazdaság

Évente 300 eurót költenek mobilhasználatra a német gyerekek

Az Egmont Ehapa kiadóvállalat által elvégzett felmérés szerint a német 6-13 év közötti korosztály átlagban közel 300 eurót költ évente mobiltelefonos beszélgetésre és egyéb szolgáltatásokra.

A 10-13 évesek 43%-a tölt le rendszeresen csengőhangokat, 22%-uk pedig képeket a mobiljára. A költségek oroszlánrészét ugyanakkor az sms-ezés teszi ki. A megkérdezett 6-9 évesek 19, a 10-13 éveseknek pedig 46%-a küld tíznél több szöveges üzenetet naponta. Mindkét korcsoportban a gyerekek körülbelül fele saját zsebpénzéből egészíti ki a nagyobbbrészt szülei által finanszírozott telefonköltségeit.

A német szülők nagy része, 80%-a kártyás mobiltelefont vesz gyermekének annak érdekében, hogy csemetéje ne lépje túl az általa megengedhetőnek tartott költségkeretet. Ez azonban azzal a hátránnyal jár, hogy a szolgáltatások díjai ebben a konstrukcióban magasabbak, mint a havidíjas előfizetés esetében. A legújabb német távközlési törvény szerint a mobilszolgáltatók mindegyike köteles olyan előfizetést kínálni, amely egy bizonyos havi összeg felett nem engedi használni a szolgáltatást, ugyanakkor tarifái megegyeznek a normál havidíjas csomagokéval. Egyelőre azonban kevés ilyen megoldás érhető el a piacon. (prim.hu, 2005. 08. 07.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás

Megduplázódik az online hirdetési forgalom

A következő öt év során az online reklámpiac folyamatos bővülésnek lehetünk tanúi, s az interneten hirdetésre elköltött összeg megduplázódik állítja a Jupiter Reserach friss jelentése. A hirdetési üzletek értéke 2010-re világméretben eléri a 18,9 milliárd dollárt a 2004 végén mért 10,6 milliárddal szemben. A piacot elsősorban a keresőrendszerekhez köthető marketingprojektek húzzák majd felfelé, ugyanis az itt megjelenő forgalomnövekedés üteme eléri az évi 12 százalékot is. A hagyományos hirdetési formák is növekedést mutatnak, de ebben a szegmensben az ütem csak 7 százalékos.

A hirdetőik mindinkább pénzre váltják a szélessávú technológiát használó otthoni felhasználók eléréséből adódó új lehetőségeket a gazdagabb tartalom és a folyamatos letöltést kívánó streaming média (például zene-, rádió – vagy videoletöltések) keretei között elhelyezve a közegnek megfelelő reklámanyagaikat. A rich-media (amely az úgynevezett beúszó hirdetéseket, felugró ablakokat, kinyíló hirdetéseket és hasonló elektronikus trükköket használó megoldásokat foglalja egybe) 25 százalékos növekedési ütemmel el fogja érni az évi 3,5 milliárd dolláros forgalmat. A streaming média még ennél is gyorsabban nő, évente 30 százalékkal emelkedő forgalmat számítva 2010-re 943 milliót hoz az online

kiadványok kasszájába.

Más kutatások szintén azt támasztják alá, hogy az online hirdetési bevételek gyors növekedésben vannak. A PricewaterhouseCoopers hirdetési irodájának felmérése szerint 2005 első negyedében az online hirdetési bevételek elérték a 2,8 milliárd dollárt, ami 26 százalékkal több, mint egy évvel korábban. A Forrester Research becslése szerint pedig az idén az internetes hirdetési forgalom meghaladja a 14,7 milliárd dollárt, ami 23 százalékkal magasabb, mint a tavalyi teljesítmény. (hvg.hu, 2005. 08. 09.)

gazdaság

A T-Online nyeresége csökkent

A Deutsche Telekom internetszolgáltatást nyújtó leányvállalata, a T-Online AG csoportszinten 1,038 milliárd euróra növelte bevételeit a tavalyi év időszakában elért 988 millió euróról – derül ki a társaság gyorsjelentéséből. Ezzel párhuzamosan a nettó eredmény 161,6 millió euróról 105,9 millió euróra csökkent, vagyis a tavalyi első féléves 13 eurócentes részvényenkénti profit 9 eurócentra mérséklődött. A drasztikus eredménycsökkenés a DSL-szolgáltatások piacán dúló árversenynek tudható be. (index.hu, 2005. 08. 10.)

gazdaság

Növelte nyereségét a Walt Disney

A Walt Disney szórakoztatóipari konszern – elsősorban az ismét felerősített televíziós leánycége, az ABC tévé kiváló eredményeinek segítségével – növelte nyereségét üzleti éve július 2-án zárult harmadik negyedében.

Az adózott eredménye 41 százalékkal, 851 millió dollárra nőtt, a cég forgalma pedig 3 százalékkal 7,7 milliárd dollárra bővült.

A Walt Disney filmstúdió részlegének forgalma 15 százalékkal 1,5 milliárd dollárra csökkent. Ez részben a növekvő DVD-eladásoknak, részben új, sikeres filmek hiányának tudható be. A cég szabadidő-parkjait a negyedben a fél évszázados Disney-jubileum, a növekvő látogatószám és a magasabb belépőárak segítették: ez az üzletág a negyedben 7 százalékkal, 2,4 milliárd dollárra növelte negyedéves bevételeit, üzemi eredménye az időszakban 6 százalékkal, 448 millió dollárra nőtt. (fn.hu, 2005. 08. 10.)

gazdaság

iTunes Japánban: egymillió eladott dal négy nap alatt

Nemrég arról adtunk hírt, hogy az iTunes Európában egyéves születésnapján túl volt már az 50 milliomodik letöltésén is, most úgy tűnik a Távol-Keleten sem szakad meg a sikerszéria.

Az Apple sajtóközleményében átütő sikernek értékelte az iTunes japán eredményeit. A japán iPodosok egymillió dalt töltöttek le az Apple iTunes online zeneboltjából már a múlt hét csütörtöki indulását követő négy napban.

Az iTunes olcsóbb minden más hasonló szolgáltatásnál Japánban, a legtöbb szám mindössze 150 jenért (körülbelül 270 forint) elérhető. Igaz így is jóval drágább, mint Amerikában, ahol mindössze 1 dollárért (körülbelül 200 forint) kínálja zenéit a társaság. Eddig 15 japán lemez cég szerződött le az iTunes-szel, de a Sony Music Entertainment – a Sony zenei kiadója még csak most csatlakozik. „Az iTunes egy esetleges elsőpró japán siker után jó eséllyel válhat szinte egyeduralmúvá a piacon” – mondta John Yang, a Standard & Poor's elemzője.

Az Apple adatai szerint iTunes szolgáltatásuk több mint 1,5 millió számot kínál majd az összes nagyobb, és mintegy ezer független zenei kiadótól, valamint tízezer hangos-könyvet és egyéb exkluzív felvételt. Emellett a cég különböző iPodos rádióadásokat is kínálnak, immár japánul is. (sg.hu, 2005. 08. 11.)

fogyasztás, gazdaság

ASVA: 3,5 milliárd dollár veszteséget okoztak a filmkálózok 2004-ben

A Motion Pictures Asssotion of America (MPAA), az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közcélú Alapítvány (ASVA) amerikai társszervezete bejelentette, hogy tovább erősíti a

harcot a filmek interneten történő illegális terjesztése ellen.

A kampány tavaly novemberben kezdődött, amikor az amerikai stúdiók az MPAA-val közösen bejelentették, hogy fokozzák küzdelmüket a filmkalózkodás ellen. A filmstúdiók olyan személyeket pereltek be, akik illegálisan töltöttek le filmeket, vagy ezekkel illegálisan kereskedtek az interneten. A jogi eljárások kezdete óta több ilyen személyt azonosítottak az USA-ban, a polgári perek többsége már az ítélethozatal előtt áll. Az amerikai szerzői jogi törvény szerint akár 30.000 dolláros büntetést is kiszabhatnak az illegális filmmásolásért és -terjesztésért. Amennyiben a törvénysértés bebizonyosodik, akkor ez az összeg elérheti a 150.000 dollárt, vagy akár öt évtől tíz évig terjedő börtönbüntetést vonhat maga után.

Az MPAA becslése szerint a filmipart megközelítőleg 3,5 milliárd dollár veszteség érte 2004-ben, ez a szám nem tartalmazza az online file-megosztás során okozott kárt. A Smith Barney tanulmány szerint ez a szám 2005-ben megközelítőleg 5,4 milliárd dollárra nő. Egy átlagos amerikai film előállítására 100 millió dollárba kerül, a filmek 60%-a veszteséges, és a befektetések nem térülnek meg.

Az internet és DVD-másolók terjedésével ez a szám évről évre nő. Fontos kiemelni, hogy a filmkalózkodás nem csak az amerikai stúdiókat sújtja. Az alacsonyabb magyarországi filmköltségvetések, az állami támogatási rendszer felépítése miatt a magyar filmkészítők még nagyobb mértékben érintettek az illegális filmetöltések és másolások által. A magyar filmesek gyártási támogatása ui. – a Magyar Mozgóképi Közalapítvány szabályzata szerint – a rendező és a producer korábbi filmjének nézőszámától függ: 1 néző elvesztése a következő filmnél 500 Ft veszteséget okozhat (nem beszélve az aktuális mozijegy-bevétel kieséséről).

Közép-Kelet-Európában, az Európai Unió új tagországaiiban (Lengyelország, Csehország, Szlovákia és Magyarország) az illegális filmpiac helyzete nagyon hasonló. A csatlakozással a szerzői jogok védelmének törvényi rendezése megvalósult, de a kalózkodás társadalmi veszélyességének megítélése elmarad a nyugat-európai országokban tapasztalhatótól. Magyarországon a filmiparnak okozott kár becsült értéke (bár többféle számításról is tudunk), a Motion Picture Association (MPA) számításai szerint hozzávetőlegesen húszmillió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Csehországban a filmes kalózkodás által okozott kár becsült értéke húszmillió dollár, Lengyelországban ez a szám harminc millió, míg Szlovákiában két millió dollár.

Az viszont általánosságban elmondható, hogy ezek az adatok sokkal jobbakként, mint az illegális DVD-kereskedelem kiinduló helyszíneinek számító Ukrajnában, Romániában és Szerbiában, ahol ez a tevékenység szinte kizárólag a feketepiacon zajlik. (terminal.hu, 2005. 08. 12.)

érdekképviselet, gazdaság, szabályozás

Már tulajdonosok is a TV2 vezetői

A TV2 csatorna vezérigazgatója, Kereszty Gábor és Benke Gábor, igazgatósági tag cége, a VT2 Kft. részesedést vásárolt a kereskedelmi adót tulajdonló MTM-SBS Televízió Rt.-ben.

Kereszty és Benke cége 16 százalékos tulajdoni hányadot és 27,61 százalékos szavazati arányt jelentő pakettet vásárolt. A csomagot, amely eddig az MTM-TV2 Befektetési Kft. tulajdonában volt, annak anyavállalata, az MTM Kommunikációs Rt. értékesítette.

A kiadott közlemény szerint a TV2-ben, azaz az MTM-SBS Televízió Rt.-ben 81,51 százalékos tulajdoni, illetve 48,99 százalékos szavazati aránnyal rendelkező SBS Broadcasting öt millió dollárt, azaz csaknem egy milliárd forintot fizetett a VT2 Kft.-nek egy későbbi, TV2-részvény vásárlás jogáért.

Az fn.hu-nak nyilatkozó Benke szerint a vételárhoz szükséges pénzt nem ő és Kereszty adták össze, hanem az SBS Broadcasting finanszírozta. A két cégvezető tulajdonában álló cégre azért volt szükség, mert a hazai médiatörvény szerint külföldi társaság nem rendelkezhet 49 százaléknál nagyobb szavazati joggal magyar médiatermékben. A vételi opció pedig arra vonatkozik, hogy a jogszabályi környezet változása esetén az SBS jogszerűen vásárolhasson

többlettulajdont a TV2-ben. (index.hu, 2005. 08. 16.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Google-eladás négy milliárd dollárért

A Google 14,1 millió A-kategóriás részvényt készül értékesíteni. Mivel a papírok a szerdai kereskedést 285,09 dolláros áron zárták, a tranzakció összértéke négy milliárd dollár feletti lesz. A Google túljegyzésre számít, erre az esetre további 600.000 papírt tartalékol.

A Google bejelentése szerint a mostani tranzakcióból befolyó nagyjából 4 milliárd dollárt általános üzleti célokra, esetleg akvizíciókra használják majd. A Google-nak összesen 277,8 millió darab részvénye van, melyből eddig 173,5 forgott a piacon. A Google részvények összértéke 79,6 milliárd dollár. Az idei év első felében a cég a forgalmát (ennek 98 százaléka reklámbevétel) 2,6 milliárd dollárra tornászta fel, eredménye 712 millió dollár volt. (index.hu, 2005. 08. 18.)

gazdaság

Százhatvanötmilliót fizet a Sport Tv a magyar fociért

A Magyar Labdarúgó Liga és a Magyar Labdarúgó Szövetség három évre szóló, összesen 165 millió forintos szerződés kötött a Sport Televízióval a Magyar Kupa, az NB II és az Amatőr Kupa mérkőzéseinek közvetítésére. Az erről szóló megállapodást a csütörtöki sajtótájékoztató keretében írta alá Kisteleki István MLL-elnök, Bozóky Imre MLSZ-elnök és Horváth Dori Gábor, a Sport 1-et és a Sport 2-öt működtető csatorna vezérigazgatója.

A szerződés éves elosztása: 32 millió forint az NB II-es mérkőzésekért; húszmillió forint a Magyar Kupa mérkőzéseikért; kétmillió forint a bajnok és a kupagyőztes Szuper Kupa-találkozóikért; egymillió forint az Amatőr (volt Szabad Föld) Kupa találkozóikért. (index.hu, 2005. 08. 18.)

felhasználási jog, gazdaság

Hollywood – Amerikában csak egy van, Magyarországon négy is lesz

Nem utolsósorban a húszszázalékos adókedvezmény miatt egyre több forgatócsoport jönne hazánkba, ha lenne elegendő nagyméretű filmstúdió. Most még nincs, viszont egyszerre több is épül, vagy áll tervezés alatt. Ezek közül a legnagyobb kétségtelenül az etyeki lesz. Az Etyekwoodnak becézett komplexum, amelyben hat nagy méretű stúdió kap helyet, 37 milliárdos beruházással készül el, igaz, nem 2005 végére, ahogy azt korábban ígérték. Közben már majdnem kész a Pomáz melletti Stern filmstúdió. Ott két műterem épül, ezek alapterülete 1500 és 2300 négyzetméter lesz. A közelmúltban született döntés a budapesti Népszigeten felépülő filmes központról is. Az egyelőre még nem nyilvános tervek szerint az Origo névre keresztelt vállalkozás öt stúdiót húz fel, részben a volt hajógyári üzemépületeket felhasználva. A legnagyobb műterem itt is csaknem négyezer négyzetméteres lesz. Még ennél is kevesebbet tudni a negyedik, Bicske közelébe tervezett Apolló filmközponttól, amely a Sorstalanság című film első produceréhez, Barbalics Péterhez köthető. A lap úgy tudja, 17 milliárd forintos beruházást terveznek. (vg.hu, 2005. 08. 18.)

gazdaság

1,7 milliárd euróért vásárolják fel a TV2 tulajdonosát

A Permina befektetési cég és a Kohlberg Kravis Roberts (KKR) társaság megállapodást kötött arról, hogy felvásárolják a luxembourgi székhelyű SBS Broadcasting SA társaságot. Európa egyik legnagyobb műsorszóró társaságának értékét 1,7 milliárd euróban állapították meg.

Az SBS Broadcasting a magyarországi TV2-t működtető társaságnak is fő tulajdonosa.

A Permina és a KKR mintegy 1,7 milliárd eurót fizet majd készpénzben az SBS eszközeikért, a két felvásárló társaság átvállalja az SBS adósságait is, amelyekkel együtt az üzlet – kisebbségi részesedést figyelmen kívül hagyó – értéke 1,86 milliárd euró.

Az üzlethez még az Európai Unió trösztellenes hatóságának és az SBS részvényeseinek is

hozzájárulásukat kell adni. (index.hu, 2005. 08. 22.)

gazdaság, társaság

Húszmillió forintos kalandshow indul a tévében

Az AXN akció- és kalandcsatorna megkezdte a szereplőválogatást minden idők egyik legsikeresebb reality kalandSOROZATÁNAK közép-európai változatához. Százezer dollárt kasszíroz a nyertes.

A Sony Pictures Television International (SPTI) kábel- és műholdas csatornája, az AXN, hat közép-európai országból (Lengyelország, Magyarország, Csehország, Szlovákia, Románia és Bulgária) várja a nevezéseket szeptember 20-ig. Az Amazing Race – Central Europe című kalandműsor főnyereménye százezer dollár. A The Amazing Race – Central Europe című sorozatban kétfős csapatok versenyeznek majd a fődíjért. A duók csak egymást jól ismerő tagokból állhatnak, lehetnek például barátok, házastársak, munkatársak, testvérek, szülő és gyerek. A verseny során országok sorát utazzák be, miközben szellemi kihívásoknak kell megfelelniük és fizikailag kimerítő feladatokat kell végrehajtanuk. A csapatok minden lépését kamerák kísérik. Az a csapat, amely utoljára érkezik a kijelölt pihenőállomásra, mindig kiesik, míg a megmaradt csapatok tovább folytatják a küzdelmet a végső győzelemig. A műsor alapja az Amerikában igen népszerű The Amazing Race, mely már 7 éve tartja izgalomban az Egyesült Államok közönségét. (origo.hu, 2005. 08. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat

Az emberek szívesen váltanak digitális televízióra

A Sun Microsystems mint a Java technológia létrehozója, kifejlesztője és legfőbb támogatója bejelentette, hogy teljes, nyílt digitális interaktív televíziós és alkalmazás infrastruktúrát kínál a szolgáltatóknak, amelynek része a digitális adattárolás, archiválás, a műsorszórás, a digitális szerzői jogvédelmi alkalmazások, vagy akár a set-top-boxok implementálása is.

Az elmúlt hónapok külföldi tapasztalatai azt bizonyítják, hogy emberek szívesen váltanak digitális televízióra, amelynek technológiai platformja elemzők szerint a Java lesz. A digitális televíziózás európai fellegvárának számító Olaszországban például tavaly januárban indult útjára a digitális műsorszórás, és mára már több mint 1,5 millió háztartásba jutott el. Az ottani siker legjobb bizonyítéka a naponta 3000-rel növekvő előfizetői szám.

Szakértők szerint a digitális tévzés népszerűségét nem csak a jobb képminőségnek és a szélesebb csatornaválasztéknak köszönheti, hanem a prémium tartalomnak, valamint az olyan interaktív szolgáltatásoknak, mint a mobil telefonoknál már nagy sikert aratott Java játékok, szavazás és információs szolgáltatások.

Az eddig elért eredményekben a MHP ún. set-top-box-ok által biztosított változatos szolgáltatások, valamint néhol a kormányzati szabályozás is komoly szerepet játszott. Olaszországban például tavaly minden eladott vevőkészüléket 150 euróval támogatott az állam.

„Európában átlagosan naponta több mint 3 órát, hazánkban több mint 5 órát töltenek az emberek a televíziók képernyője előtt. Ezért is figyelemre méltó, hogy a műsorokhoz kapcsolódó SMS alapú játékok, kvízek és szavazások most már a digitális televíziózásban használt set-top-box-szal is elérhetőek” – mondja Hegedüs Gábor, a Sun Microsystems ügyvezető igazgatója.

Sokan bíznak a nyílt interaktív televíziózás sikerében. Piackutatók szerint 2006 lesz az igazi áttörés éve. Akkora várható, hogy megjelennek a piacon a „megfizethető” árú set-top-boxok, amelyek támogatják a kiváló minőségű MPEG4 videoformátumot és az MHP alapú interaktív alkalmazásokat. Természetesen a szolgáltatók is gőzerővel dolgoznak az új technológia bevezetésén, amely 2008-ig a nyugat-európai háztartások fele számára válhat elérhetővé. Az elemzők szerint a szolgáltatók számára kb. 3 milliárd euró éves árbevétel jelenthet az MHP bevezetése. (tozsdeforum.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, gazdaság, technológia

Kevesebb reklám jut a rádióknak

Válságba sodródhatnak a hazai kereskedelmi rádiók. Szinte valamennyi állomás veszített reklámbevételeiből az év első felében. Reklámbevétel csökkenés okozza a legtöbb kereskedelmi rádió válságát. A Magyar Reklámszövetség adatai szerint a tavaly nettó 154,7 milliárd forintos reklámtortából a rádiók összesen 12,5 milliárddal részesedtek. Szakértők szerint a hazai rádiós piac túlszűfolt, több mint 160 adó működik. A médiatörvény értelmében 300 ezer forintért ma bárki kerestethet frekvenciát, amelyre aztán az ORTT pályázatot ír ki. A rádiós reklámköltség visszaesése miatt értelemszerűen csökkentek az árbevételek, emiatt több kisebb rádióüzemeltető bajba kerülhet a telített piacon.

Az összes rádióadó – a Juventus, a Sláger és a Rádió 1-hálózat kivételével – kevesebb reklámspotot tudott értékesíteni az első félévben 2004 hasonló időszakához viszonyítva. A fővárosi rádiók közül a Roxy esetében a legnagyobb a visszaesés, mintegy 70 százalék, de a Danubiuson is kevesebb lett a reklám.

A Juventus, a Sláger és a Rádió 1-hálózat ugyanakkor növekedett. A tavaly rekordévet záró Sláger ugyanakkor növekvő hallgatottságának és kereskedelmi politikájának következtében január és június között is jóval az átlag felett, 16,3 százalékkal növelte árbevételét az előző év hasonló időszakához képest. (origo.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Nem megy rosszul a Danubius rádióknak

Egy nyomtatott napilap 2005. augusztus 25-i számában a rádiók értékesített reklámszpotjainak mennyiségét alapul véve vont le következtetéseket a három országos kereskedelmi rádió, a Danubius, a Sláger és a Juventus árbevételére vonatkozóan. Ez a megközelítés félrevezető, hiszen a megrendelt reklámszpotok mennyiségének alakulása fontos mutató, de messze nem a legfontosabb, mivel nem pusztán ettől függ egy kereskedelmi rádió árbevétele és profitja – írja a Danubius közleménye.

Ezt az is alátámasztja, hogy a Danubius Rádió 2005. második negyedévében tudatosan csökkentette reklámszpotjainak számát a „Csak egy perc!” kereskedelmi programmal, amelynek keretében minden reklámblokk maximum két reklámot sugárzott és a reklámblokkok hossza nem haladta meg az egy percet. A Danubius Rádió menedzsmentje azzal a céllal indította el ezt a hirdetési stratégiát, hogy csökkentse a „reklámzajt”, s így értékesebb felületet biztosíthasson hirdetőpartnereinek illetve több zenét sugározzon hallgatóinak.

A Danubius Rádió 2005. első félévében az elmúlt év hasonló időszakához viszonyítva 10,5%-kal tudta növelni bevételeit, ezáltal továbbra is a Danubiushoz van a legnagyobb bevétele az összes magyarországi rádió közül. A hirdetési szempontból is igen fontos 18-49 évesek körében továbbra is fej-fej mellett halad a két országos kereskedelmi adó. A Szonda Ipsos Rádió Navigátor legfrissebb, júliusi országos adatai szerint 4,2 millió rádióhallgatóból 2,4 millió hallgatta egy hét alatt valamikor a Danubius Rádiót, (50,7%-os elérés), ez közel 30%-os részesedéssel kiegészítve vezető pozíciót biztosít neki a piacon. (portfolio.hu, 2005. 08. 29.)

fogyasztás, fogadtatás (reak.), gazdaság

Alulfinanszírozottak a közmédiák

Közösen kérnek kiegészítő támogatást a jövő évi működésre az Országgyűléstől a közmédiákat felügyelő közalapítványok. A médiatörvény lehetőségét kihasználva a Magyar Rádió Közalapítvány, a Duna Tv-t felügyelő Hungária Televízió Közalapítvány és a Magyar Televízió Közalapítvány kuratóriuma a médiahatóság Műsorszolgáltatási Alapjába befolyt üzemen tartási díjból járó egy százalék három százalékra való kiegészítését kéri a parlamenttől.

Az ORTT szóvivője, Vékony Éva úgy tájékoztatása szerint egyelőre nem kapták meg a közmédiák közalapítványainak forrásigényét, pedig levélben kérték a közalapítványokat,

nyilatkozzanak, arra való tekintettel, hogy augusztus 31-ig kell benyújtaniuk az MA 2006-os költségvetését. Mivel ez nem történt meg, a szóvivő közölte, az MA-hoz befolyt üzembentartási díjból egy százalékot, egyéb bevételekből 0,8 százalékot javasoltak a közmédiák közalapítványainak. Idén szintén az MA bevételeinek 1,8 százalékán, azaz 452 millió forintot osztozhattak a közalapítványok, jövőre 460 millió körüli összeget javasolnak a költségvetési bizottságnak. (nepszava.hu, 2005. 08. 25.)

gazdaság

A médiumok keresik a közterületi reklámfelületeket

A közterületi hirdetések darabszáma 15 százalékkal nőtt egy év alatt, amely leginkább annak köszönhető, hogy a televíziók, a kiadók és a rádiók nagymértékben növelték jelenlétüket az utcákon. A kutatás szerint a közterületi felülettípusok népszerűségét tekintve is változás történt. Míg az óriásplakátokon megjelenő hirdetések száma öt százalékkal nőtt, addig a citylight-oknál 50 százalékos bővülést mutattak ki. A Multireklám vezérigazgatója, Tombor András úgy véli, hogy a darabszám-emelkedés az illegális „vadplakátoknak” köszönhető, szerinte a monitoring-rendszerben regisztrált óriásplakátok jelentős része illegális. A közterületi piacon mintegy 28 ezer óriásplakát található, és egyre növekszik a citylight-ok száma is, amelyből jelenleg nagyjából 14 ezer van az országban. A Magyar Reklámszövetség (MRSZ) által nettó 154 milliárd forintosra becsült piacon a közterület tavaly 13,6 milliárd forinttal kilenc százalékos részesedést ért el. Ez a bevétel közel 20 százalékkal nagyobb, mint a 2003-han elért 11,3 milliárd forint. (Sign, 2005. 08. 01., 6. old.)

fogadtatás (komm.), gazdaság

Rendezvény

Szöulban díjat nyert a Nyócker

Ismét díjat nyert a Nyócker magyar animációs film, az alkotás megkapta az idei Szöuli Nemzetközi Animációs Filmfesztivál (SICAF) játékfilmes nagydíját.

Gauder Áron rendező és Novák Erik producer filmje négy másik egészestés animációs filmmel (egy orosz, egy brit, egy japán és egy dél-koreai alkotással) volt versenyben a rangos fesztiválon. (nol.hu, 2005. 08. 20.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Szabályozás

Új médiatestületet hozna létre a Professzorok Batthyány Köre

Erkölcsei felügyelet alá kellene helyezni a médiát, célszerű lenne egy olyan testület létrehozása, amely megvizsgálja és a közvélemény elé tárja, hogy a magyar tömegtájékoztatásban betartják-e az Európában elfogadott szabályokat – jelentette ki Pálincás József, a Fidesz kulturális tagozatának elnöke, a Professzorok Batthyány Körének tagja. A Professzorok Batthyány Köre által készített nemzetstratégiai dokumentum e témáról szóló fejezetét ismertette hozzátette: e szabályokat a testületnek valamilyen formában rögzítenie kellene. A politikus hangsúlyozta: a média kontrolljára a tisztességes verseny és a kiskorúak védelme érdekében van szükség. Pálincás József vázolta azt is: a testület az ORTT -n keresztül fejthetné ki tevékenységét.

Vásárhelyi Mária szociológus az ellenzéki politikussal vitázva a műsorban azt mondta: a média világára vonatkozóan nincsenek különlegesen vonatkozó erkölcsi normák. Megjegyezte: Magyarországon vannak már olyan testületek, amelyek tükröt tarthatnak a média elé, csak az a baj, hogy ezek jelentéseivel senki nem foglalkozik. – A politikának le kéne szállnia azokról a testületekről, amelyek már léteznek – fogalmazott –, így például az ORTT Panaszbizottságáról – mondta. (index.hu, 2005. 08. 01. és mno.hu, 2005. 08. 02.)

szabályozás

Hatályba lépett az EU dohányreklám irányelve

Az Európai Unió dohányreklám irányelve július 31-én hatályba lépett. Az Európai Parlament és a Tanács által 2003-ban elfogadott irányelv tiltja a dohányáru reklámozását az írott sajtóban, a rádióban és az interneten. Az irányelv ezenkívül tiltja a dohánygyárak közreműködését szponzorként a nemzetközi kulturális és sportrendezvényeken. Magyarországon június 27-én fogadta el a parlament a gazdasági reklámtevékenységről szóló törvény módosítását. A Gazdasági és Közlekedési Minisztérium tájékoztatása szerint Magyarországon 2001. óta szigorú dohányreklám-tilalom van érvényben olyan területeken is, mint például a közterületi, vagy nyomtatott sajtóban történő reklámozás. A szigorú tilalom alól kivételt képez a dohányáruk bemutatása eladási helyükön, valamint – külön kérelemre, szigorú korlátokkal – a nemzetgazdasági szempontból kiemelkedő eseményeken a szponzoráció. A gazdasági és közlekedési miniszter tavasszal engedélyezte a dohányreklámok elhelyezését a Hungaroring az idei Forma 1-es futamon. (nepszava.hu, 2005. 08. 01.)

EU, szabályozás

Pornón nőnek fel a gyerekek

Korhatárosítanak a pornoszájtokat az Egyesült Államok demokrata képviselői, miután egy jelentésből kiderült: az amerikai gyerekek átlagosan tizenegy éves korukban szembesülnek először netes pornóval, és a műfaj fogyasztóinak többsége a tizenkét-tizenhét éves korosztályból kerül ki.

A Third Way demokrata elkötelezettségű kutatócsoport jelentése szerint a legborzalmasabb, hogy egyes szájtok egyenesen a gyerekeket célozzák meg. A gátlástalan pornóiparosok nem ártják olyan hívószavakkal, meta-tagekkel és megtévesztő URL-ekkel behálózni a kiskorúakat, mint a „Csipkerózsika”, a „Disneyland” vagy a „Britney Spears”. Az interneteléréssel rendelkező 9-19 évesek 57 százaléka látott már online pornót. Ezért kongresszusi képviselők egy csoportja olyan törvényjavaslatot nyújtott be, amely kötelezná a pornoszájtokat a látogatók korának hiteles ellenőrzésére és arra, hogy az online eladott termékek után az Egyesült Államokban kiugróan magasnak számító, 25 százalékos forgalmi adót fizessenek.

A jelentés, amely a törvényjavaslatot ihlette, felettébb sötét képet fest a világ állapotáról. A

pornográf weboldalak száma az 1998-as 14 milliőről mostanra 420 millióra nőtt, és a világ pornoszájtjai évente 12 milliárd dolláros éves bevételt termelnek – ez ugyanannyi, mint amennyit a három legnagyobb amerikai kereskedelmi tévécsatorna, az ABC, az NBC és a CBS összehoz évente. Bár léteznek biztonságos módszerek arra, hogy a látogatók korát ellenőrizzék, az érintett szájtok 97 százaléka nem használ ilyet – többségük megelégszik egy figyelmeztetéssel, a korellenőrzés pedig bemondásra megy.

A Third Way jelentéséből az is kiderül, hogy a pornó szoftverrel vagy kézi módszerekkel való szűrése sem jelent megoldást a gyermekek lelkének tisztán tartására. Egyrészt a mesterséges intelligencia még mindig nem képes tökéletesen megkülönböztetni a disznóságot a szépségtől, másrészt a felmérések azt mutatják, hogy a 15-24 évesek 60 százaléka tisztában van azzal, amivel a szülei nem, vagyis tudja, hogyan iktassa ki a szoftveres szűrőket. (index.hu, 2005. 08. 02.)

gazdaság, szabályozás

Az Európai Bíróság döntést hozott az NVOD-szolgáltatásokról

Tiszta helyzetet igyekezett teremteni a Luxemburgi Bíróság a július végén meghozott döntésével, amelyben az NVOD (Near Video on Demand) szolgáltatásokat egyértelműen a televíziós műsorszolgáltatások közé sorolta.

Az NVOD olyan, általában többcsatornás videoszolgáltatás, ahol a kívánt műsor egy meghatározott várakozási idő után a szolgáltatás valamelyik csatornáján megtekinthető. E szolgáltatások jogi megítélésében az ítéletet megelőzően nem volt egyértelmű az európai gyakorlat, hiszen hallatszódtak olyan hangok, amelyek azokat az összefoglaló néven „Information Society Services” (ISS), vagyis a számítógépes hálózatokon igénybe vehető szolgáltatásokra vonatkozó külön joganyag hatálya alá tartozónak tekintették.

Az ügy tényállásának alapja, hogy a holland Mediakabel társaság Mr. Zap néven kínálja programcsomagját, amelyhez tartozóan az előfizetők külön szolgáltatásként, előzetes és egyedi megrendelés alapján, díjfizetés ellenében dekódolva nézhetik a „Filmtime” műsorcsomagban kínált filmeket.

A Mediakabel társaság szerint az utóbbi szolgáltatás nem volt „televíziós műsorszolgáltatás”, ennél fogva nem vonatkozott rá az európai műsorszolgáltatási irányelv azon rendelkezése, hogy az adásidő meghatározott részét köteles európai filmek sugárzásának szentelni. A felperes holland médiahatóság (Commissariaat voor de Media) a jogvitában ezzel ellentétes álláspontot képviselt.

A Luxemburgi Bíróság elé terjesztett kérdés tehát arra irányult, hogy az a műsorszolgáltatás, amely egy zárt hálózaton, előre meghatározott időpontban, külön előzetes díjfizetés ellenében kínál filmeket, vajon a 89/552-es irányelv alapján „televíziós műsorszolgáltatás”-nak vagy a 98/34-es irányelv alapján „számítógépes hálózatokon igénybe vehető szolgáltatás”-nak minősíthető-e?

Ítéletében a bíróság arra hivatkozott, hogy a televíziós műsorszolgáltatás fő kritériuma az, hogy a szolgáltató a „nyilvánosság számára” tegye lehetővé televíziós programok vételét. E tekintetben tehát sem a szolgáltatás igénybe vételének módja, sem pedig a szolgáltatást közvetítő technikai rendszer milyensége nem releváns. A bíróság kitért továbbá arra, hogy korántsem elfogadható az az álláspont, amely szerint a Mediakabel a szolgáltatás természetére való hivatkozással utasítja vissza adásideje meghatározott részének európai filmekkel történő kitöltésére vonatkozó törvényi kötelezettségét.

A bíróság ítélete nem jelent különösebb meglepetést az európai médiajogban jártas szakembereknek, hiszen lényegében pusztán megerősítette a különböző európai jogforrások álláspontját. Ezzel azonban csak részlegesen adott választ a modern műsorszolgáltatási rendszerek által felvetett jogi problémákra, hiszen a jóval interaktívabb és nagyobb választási szabadságot nyújtó egyéb rendszerek kérdéseire már nem tért ki ítéletében. A jövőben tehát a

kérdéskörben újabb jogviták várhatók. (jogiforum.hu, 2005. 08. 02.)

szabályozás

Tőzsdére kerül a legnépszerűbb kínai internetes kereső

A szakemberek szerint a Google legfőbb konkurensévé válhat az ázsiai vállalat. A Google évek óta uralja az online keresők piacát. Ugyan vannak más hasonló alkalmazások is, ám ezek egyikének sem sikerült még eddig letaszítani a népszerű portált a képzeletbeli trónról. A legújabb trónkövetelő neve: baidu.com és Kínából származik. Az internetes oldal csupán 2000 óta létezik, ám az azóta eltelt alig öt esztendő is elég volt arra, hogy a világ hatodik legnépszerűbb weboldalává sikerüljön felküzdenie magát. A Google tavaly óta 2,6 százalékos tulajdonrészrel rendelkezik a kínai cégben. Ez azonban nem gátolja meg a keresőt üzemeltető társaság vezetőit abban, hogy az amerikai tőzsdére vigyék a baidu.com-ot. Ettől a tranzakciótól a részvényesek kereken 45 millió dollár plusz bevételt várnak.

A szakemberek szerint könnyen előfordulhat, hogy pont a sokat vitatott cenzúra fog előnyt jelenteni a baidu.com-nak a nyugati konkurensével szemben. Amíg a Microsoft egyik helyi oldaláról törölni kellett az olyan szavakat, mint a demokrácia, a szabadság és az emberi jogok, és a Google sem adhat ki olyan találatokat Kínában, amelyek tartalmazzák a Tajvan, a dalai láma vagy a Falun Gong szavakat, addig a legnépszerűbb ázsiai internetes keresőnek nem kell ilyen problémákkal foglalkoznia. (sg.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Évente 300 eurót költenek mobilhasználatra a német gyerekek

Az Egmont Ehapa kiadóvállalat által elvégzett felmérés szerint a német 6-13 év közötti korosztály átlagban közel 300 eurót költ évente mobiltelefonos beszélgetésre és egyéb szolgáltatásokra.

A 10-13 évesek 43%-a tölt le rendszeresen csengőhangokat, 22%-uk pedig képeket a mobiljára. A költségek oroszlánrészét ugyanakkor az sms-ezés teszi ki. A megkérdezett 6-9 évesek 19, a 10-13 éveseknek pedig 46%-a küld tíznél több szöveges üzenetet naponta. Mindkét korcsoportban a gyerekek körülbelül fele saját zsebpénzéből egészíti ki a nagyobb részt szülei által finanszírozott telefonköltségeit.

A német szülők nagy része, 80%-a kártyás mobiltelefont vesz gyermekének annak érdekében, hogy csemetéje ne lépje túl az általa megengedhetőnek tartott költségkeretet. Ez azonban azzal a hátránnyal jár, hogy a szolgáltatások díjai ebben a konstrukcióban magasabbak, mint a havidíjas előfizetés esetében. A legújabb német távközlési törvény szerint a mobilszolgáltatók mindegyike köteles olyan előfizetést kínálni, amely egy bizonyos havi összeg felett nem engedi használni a szolgáltatást, ugyanakkor tarifái megegyeznek a normál havidíjas csomagokéval. Egyelőre azonban kevés ilyen megoldás érhető el a piacon. (prim.hu, 2005. 08. 07.)

fogyasztás, gazdaság, szabályozás

Először a vásznon fedetlen nemi szervek a japán mozikban

A japán mozirajongók ebben a Kinsey című film premierjén láthatnak először teljesen fedetlen nemi szervet a mozivásznon. Az Eirin nevű bizottság mindeddig szigorúan fellépett a nemzöszervek filmbéli ábrázolása ellen, arra kényszerítve a filmeseket, hogy kivágják, vagy kikockázzák az erkölcstelennek bélyegzett jeleneteket. Most azonban bemutatják a Kinsey-t, az Oscar-díjas Bill Condon filmjét, melynek Liam Neeson a főszereplője. „Hosszan tanácskoztunk a döntés előtt, és arra jutottunk, hogy a jelenet, amelyben a nemi szerv láthatóvá válik, nagyon fontos a film szempontjából.” (transindex.ro, 2005. 08. 10.)

szabályozás

A jövőben szabadon válthatunk internetszolgáltatót

A jövőben lehetőség lesz az ADSL-szolgáltatás szüneteltetése nélkül internetszolgáltatót váltani – jelentette be a Nemzeti Hírközlési Hatóság. Korábban ez a folyamat akár 30-60

napig is elhúzódhatott. (telepress.hu, 2005. 08. 11.)

szabályozás

ASVA: 3,5 milliárd dollár veszteséget okoztak a filmkálózok 2004-ben

A Motion Pictures Asssotiation of America (MPAA), az Audiovizuális Művek Szerzői Jogait Védő Közcélú Alapítvány (ASVA) amerikai társszervezete bejelentette, hogy tovább erősíti a harcot a filmek interneten történő illegális terjesztése ellen.

A kampány tavaly novemberben kezdődött, amikor az amerikai stúdiók az MPAA-val közösen bejelentették, hogy fokozzák küzdelmüket a filmkálózkodás ellen. A filmstúdiók olyan személyeket pereltek be, akik illegálisan töltöttek le filmeket, vagy ezekkel illegálisan kereskedtek az interneten. A jogi eljárások kezdete óta több ilyen személyt azonosítottak az USA-ban, a polgári perek többsége már az ítélethozatal előtt áll. Az amerikai szerzői jogi törvény szerint akár 30.000 dolláros büntetést is kiszabhatnak az illegális filmmásolásért és -terjesztésért. Amennyiben a törvénytörés bebizonyosodik, akkor ez az összeg elérheti a 150.000 dollárt, vagy akár öt évtől tíz évig terjedő börtönbüntetést vonhat maga után.

Az MPAA becslése szerint a filmipart megközelítőleg 3,5 milliárd dollár veszteség érte 2004-ben, ez a szám nem tartalmazza az online file-megosztás során okozott kárt. A Smith Barney tanulmány szerint ez a szám 2005-ben megközelítőleg 5,4 milliárd dollárra nő. Egy átlagos amerikai film előállítására 100 millió dollárba kerül, a filmek 60%-a veszteséges, és a befektetések nem térülnek meg.

Az internet és DVD-másolók terjedésével ez a szám évről évre nő. Fontos kiemelni, hogy a filmkálózkodás nem csak az amerikai stúdiókat sújtja. Az alacsonyabb magyarországi filmköltségvetések, az állami támogatási rendszer felépítése miatt a magyar filmkészítők még nagyobb mértékben érintettek az illegális filmletöltések és másolások által. A magyar filmesek gyártási támogatása ui. – a Magyar Mozgókép Közalapítvány szabályzata szerint – a rendező és a producer korábbi filmjének nézőszámától függ: 1 néző elvesztése a következő filmnél 500 Ft veszteséget okozhat (nem beszélve az aktuális mozijegy-bevétel kieséséről).

Közép-Kelet-Európában, az Európai Unió új tagországaiban (Lengyelország, Csehország, Szlovákia és Magyarország) az illegális filmpiac helyzete nagyon hasonló. A csatlakozással a szerzői jogok védelmének törvényi rendezése megvalósult, de a kalózkodás társadalmi veszélyességének megítélése elmarad a nyugat-európai országokban tapasztalhatótól. Magyarországon a filmiparnak okozott kár becsült értéke (bár többféle számításról is tudunk), a Motion Picture Assotiation (MPA) számításai szerint hozzávetőlegesen húszmillió dollár, azaz 3,6 milliárd forint. Csehországban a filmes kalózkodás által okozott kár becsült értéke húszmillió dollár, Lengyelországban ez a szám harmincmillió, míg Szlovákiában kétmillió dollár.

Az viszont általánosságban elmondható, hogy ezek az adatok sokkal jobbakként mutatkoznak, mint az illegális DVD-kereskedelem kiinduló helyszíneinek számító Ukrajnában, Romániában és Szerbiában, ahol ez a tevékenység szinte kizárólag a feketepiacon zajlik. (terminal.hu, 2005. 08. 12.)

érdekképviselet, gazdaság, szabályozás

Már tulajdonosok is a TV2 vezetői

A TV2 csatorna vezérigazgatója, Kereszty Gábor és Benke Gábor, igazgatósági tag cége, a VT2 Kft. részesedést vásárolt a kereskedelmi adót tulajdonló MTM-SBS Televízió Rt.-ben.

Kereszty és Benke cége 16 százalékos tulajdoni hányadot és 27,61 százalékos szavazati arányt jelentő pakettet vásárolt. A csomagot, amely eddig az MTM-TV2 Befektetési Kft. tulajdonában volt, annak anyavállalata, az MTM Kommunikációs Rt. értékesítette.

A kiadott közlemény szerint a TV2-ben, azaz az MTM-SBS Televízió Rt.-ben 81,51 százalékos tulajdoni, illetve 48,99 százalékos szavazati aránnyal rendelkező SBS Broadcasting ötmillió dollárt, azaz csaknem egy milliárd forintot fizetett a VT2 Kft.-nek egy későbbi, TV2-részvény vásárlás jogáért.

Az fn.hu-nak nyilatkozó Benke szerint a vételárhoz szükséges pénzt nem ő és Kereszty adták

össze, hanem az SBS Broadcasting finanszírozta. A két cégvezető tulajdonában álló cégre azért volt szükség, mert a hazai médiatörvény szerint külföldi társaság nem rendelkezhet 49 százaléknál nagyobb szavazati joggal magyar médiatermékekben. A vételi opció pedig arra vonatkozik, hogy a jogszabályi környezet változása esetén az SBS jogszerűen vásárolhasson többlet tulajdont a TV2-ben. (index.hu, 2005. 08. 16.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Szakállas bácsi-díjat kapott a Magyar Demokrata

A Magyar Demokrata című hetilap mind a négy – rasszista, homofób, nőgyűlölő, érzéketlen – kategóriában megkapta a Szabad Demokraták Szövetsége által alapított Szakállas bácsi-díjat, a párt internetes oldalára érkezett javaslatok alapján – közölte Gusztos Péter, SZDSZ-es ügyvivő.

Az újság szerkesztőségének épülete előtt tartott sajtótájékoztatón az összesített fődíjként járó, színes mázzal bevont kerámia kerti törpét a lap egyik újságírója vette át.

Gusztos Péter, aki tagja a díj odaítéléséről döntő kuratóriumnak, elmondta: a Szakállas bácsi-díj célja, hogy olyan mondatokra hívja fel a közvélemény figyelmét, amelyek egy modern, toleráns demokráciában nem hangozhatnak el. (nol.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.)

Felbontaná a kereskedelmi tévék szerződéseit a Magyar Polgári Média Egyesület

A Magyar Polgári Média Egyesület a mai napon azzal a kérelemmel fordult a Legfőbb Ügyészséghez, hogy a közérdekben okozott sérelem megszüntetése érdekében egyfelől az ORTT, másfelől a Magyar RTL Televízió Részvénytársaság (M-RTL Rt.), illetve az MTM-SBS Televízió Részvénytársaság között – jogszabály megsértésével – létrejött (meghosszabbított) műsorszolgáltatási szerződések semmisségének megállapítása és jogkövetkezményeinek alkalmazása iránt indítson keresetet.

Kérelmük indoka az, hogy Egyesület álláspontja szerint az országos földfelszíni, kereskedelmi televíziók műsorszolgáltatási jogosultságát több szempontból is jogsértő módon hosszabbította meg az ORTT, így a létrejött, módosított szerződés a jogsértésekre tekintettel semmis és annak tartalma sérti a közérdeket. (ma.hu, 2005. 08. 17.)

szabályozás

Elhalasztották a virtuális pirolámpás övezet megnyitását

Az amerikai kereskedelmi minisztériumba közel hatezer levél és e-mail érkezett, melyek küldői amiatt fejezték ki aggodalmukat, hogy a pornográf tartalmú internetes oldalaknak tervezett megkülönböztető domain káros hatással lehet a családok életére és a gyermekekre.

A.xxx végződésű domaineinek bevezetésének elhalasztását szorgalmazta az ICANN egyik vezetője, Mohd Sharil Tarmizi is. Az ellenállás miatt az ICANN vezetése úgy döntött, szeptember 15-ig elhalasztja az ilyen domaineik kiosztásának megkezdését.

A szervezet azért döntött az új kiterjesztés bevezetése mellett, mert szerintük így könnyebben elkülöníthető lesz a felnőtteknek szánt tartalom, kiszűrhetők lesznek az illetéktelen – főleg fiatalok – látogatók, és nagyobb biztonságot élveznének az online vásárlók, akik szeretnék bizalmasan kezelni személyes adataikat. A terv ellenzői megjegyzik, hogy a pornográf oldalak valószínűleg megtartják már létező „.com” kiterjesztésüket is, így ugyanis csökkenthetik a tartalomszűrő alkalmazások hatékonyságát. (isite.hu, 2005. 08. 17.)

fogadtatás (reak.), szabályozás

Feloldhatják az online zenei licencek korlátozásait

Az Európai Bizottság szerint az Európai Unión belül található nemzeti jogvédő társaságok egymás közötti szerződéseikkel fenntartották monopóliumaikat, és visszatartották az online zenei piac kibontakozását.

Az érintett szervezetek 2001 áprilisában írták alá a Santiago megállapodást, amelyhez később Portugáliát és Svájcot kivéve minden uniós tag társasága csatlakozott. A megállapodás felhatalmazza a résztvevő csoportokat arra, hogy az internetes cégekkel egyszerű letöltési

licencszerződést kössenek, így például engedélyezhetik egymás területéről való zenedarabok árusítását. Ez már csak azért is fontos, mert az online piac kialakulásával a kereskedelem elveszti területiségét, és a zeneszámok világ minden tájáról elérhetővé válnak, miközben a forgalmazónak minden országban meg kell kötnie a szükséges szerződést. A Santiago megállapodás ugyanakkor előtérbe helyezi a jogvédő szervezeteket, mert a terjesztők a tagországokon belül csak a monopólium helyzetben lévő csoportokon keresztül köthetnek licencszerződést.

Az Artisjus – a hazai jogvédő szervezet – 2003-ban előrelépésként értékelte a Santiago-megállapodást, illetve annak módosítását. Ez egyértelműen a tartalomszolgáltató gazdasági székhelyét határozta meg a jogosító társaság kiválasztásakor irányadó egyedüli szempontként. A gyakorlatban ez annyit tesz, hogy az Artisjus csak olyan tartalomszolgáltatást jogosíthat, ahol a tartalomszolgáltató gazdasági székhelye Magyarországon van. (sg.hu, 2005. 08. 18.)

érdekképviselet, szabályozás

Beperelte az ORTT -t a szombathelyi Szóköz Rádió

Tízévnnyi rendszeres működést követően elhallgatott a szombathelyi Szóköz Rádió, mert az ORTT a Nyugat Médianak ítélte a szombathelyi frekvenciát.

A Szóköz Rádió az ORTT-től felülvizsgálatot kért, azonban a kérelmet a testület elutasította. Az Egyenlő Bánásmód Hatóság és a Gazdasági Versenyhivatal illetékesség hiányában nem foglalkozott az ügygel, de mindkettő javasolta a bírósági megoldást.

A Szóköz Rádió pert indított az ORTT-vel szemben. A kereset szerint az ORTT törvényt sértett, a Szóköz Rádió volt ugyanis az egyetlen olyan pályázó, amelyik ún. nem nyereségérdekelt (közösségi) műsorszolgáltatóként pályázott. A médiatörvény 101.§ (3) bekezdése szerint automatikusan az ilyen pályázónak kell adni a frekvenciát, ha a megpályázott vételkörzetben van már legalább két olyan nyereségérdekelt (kereskedelmi vagy közszolgálati) műsorszolgáltató, amelynek a műsora az adott vételkörzet lakosainak legalább 80%-a számára elérhető, s közülük legalább az egyik műsorszórással (tehát nem kizárólag kábelben, műholdon vagy interneten) valósul meg. (mno.hu, 2005. 08. 20.)

szabályozás

ÁSZ: átfogó módosításokat igényel a médiatörvény

Az Állami Számvevőszék az ORTT-nél és az általa elkülönítetten kezelt Műsorszolgáltatói Alapnál végzett vizsgálati jelentésről készített összefoglalót.

Ebben leszögezte: kiemelten fontos feladatnak tartja a médiatörvény átfogó módosítását a műsorszolgáltatás irányításának törvényes, független működése és a közszolgálati televíziózás helyzetének mielőbbi rendezése érdekében. (stop.hu, 2005. 08. 23.)

szabályozás

Változás elé néz az ausztrál médiaszabályozás

Az ausztrál kormány bejelentette: hajlandó újragondolni a médiatulajdonosi jogokat korlátozó jelenlegi szabályozást. Helen Coonan képviselő az ország szenátusában nemrég részletesen hivatkozott a jelenleg érvényesülő tendenciákra, amelyek közepette a médiapiac egészséges fejlődését csak hátráltatják azok a rendszabályok, amelyek megtiltják a nyomtatott és az elektronikus sajtó három hagyományos területén tevékenykedő vállalkozások közötti egyesülést. A Mitchell Media médiavállalat tulajdonosa szerint a média különböző ágai jelenleg egy irányba fejlődnek és lassan elveszti jelentőségét, hogy eredetileg hová tartoztak. Szerinte a média tekintetében mind a belső, mind a nemzetközi tulajdonviszonyok újraszabályozásra szorulnak a déli kontinensen és a hiányzó törvényhozást olyan vasúti sínhez hasonlította, amelyet a már robogó gőzmozdony elé kellene lefektetni.

Élesen támadta továbbá az ország televíziós előfizetési díjakra vonatkozó szabályozását, amelyet „kínos”-nak minősített. Határozott véleménye, hogy „meg kell találni a módját, hogy az előfizetési rendszer hozzáférhetővé váljon a mozgáskorlátozottak, a nyugdíjasok és a

bush-ban (az ausztrál félsivatagos vadonban) élők számára is”. (jogiforum.hu, 2005. 08. 23.)
szabályozás

Japán: fellépés a netes öngyilkosságok ellen

Japánban meggyorsítanák egy internetező adatainak a hatóságoknak való kiadását, amennyiben a felhasználó számítógépéről olyan információkat publikál a világhálón, melyből arra lehet következtetni, hogy öngyilkosságra készül.

A szigetországbeli telekommunikációs cégek külön irányelvet dolgoztak ki arra, mi a teendő, ha valaki a világhálón öngyilkossági szándékának ad hangot. Ez alapján részletesen szabályoznák, hogy egy-egy szuicid hangulatú hozzászólás észlelésekor az internetszolgáltatók kinek és milyen formában adhatják ki a kérdéses felhasználó nevét és címét a gyors beavatkozás biztosítása végett.

Az irányelv létrehozását az indokolta, hogy Japánban évről évre nő azon emberek száma, akik internetes fórumokon lépnek kapcsolatba egymással, s csoportosan követnek el öngyilkosságot. Az interneten keresztül megismerkedett felhasználók közül az idei év első felében hetvenen végeztek magukkal csoportosan, míg tavaly ötvenöt ember végezte be életét hasonlóképp. (origo.hu, 2005. 08. 25.)

fogadtatás (reak.), szabályozás

Megvédené az EU a gyermekeket az internet árnyoldalaitól

Az Európai Parlament és a Tanács a kiskorúak és az emberi méltóság védelme érdekében cselekvésre szólítja fel a politikusokat, az informatikai iparág szereplőit, az iskolákat és a szülőket.

Friss statisztikák azt mutatják, hogy a gyerekek több időt töltenek az interneten, mint tv-nézéssel. Márpedig a világhálón mintegy 260 millió pornográf tartalmú oldal található, ezekbe szinte akaratlanul is belebotlik a szörföző. Marielle de Sarnez arról számolt be, hogy egyes országokból (köztük Dánia, Írország, Norvégia, Svédország) származó információk szerint a vitafórumokon vagy chat-szobákban netező kiskorúak közül minden harmadikat ért már szexuális zaklatás.

A kulturális és oktatási bizottság ajánlását Marielle de Sarnez francia liberális euroképviselő terjeszti az EP elé: ebben a bizottság egy olyan magasszintű „kid” (kölyök) domain létrehozását javasolja, ami alatt gyerekeknek ajánlott tartalom lenne elérhető, és azt egy független hatóság rendszeresen monitorozná.

Friss hír, hogy a finn hatóságok is megszüntetik a külföldi, gyermek-pornográf tartalmú internetes oldalak elérhetőségét, a távközlési cégeknek már át is adták a letiltandó webszajtók listáját. (ma.hu, 2005. 08. 31.)

EU, szabályozás

Mit ér a törvény, ha média?

Ballaí Éva médiajogász: a rádiózásról és televíziózásról szóló 1996. évi I. törvényt már elemeztük elméleti, gyakorlati, politikai szempontból, továbbá többször egyetértettünk abban, hogy multhatatlanul szükséges új, demokratikusabb, szakmaibb stb. törvény megalkotása. Mértékadó alkotmányjogászok a törvény tételesen levezethető alkotmánysértéseit rekordszámúnak vélik, s állítólag rekordszámú beadvány született. Mint sajtójogász, úgy látom, hogy elpiacosodott, arányaiban torzult, átpolitizálódott az elektronikus sajtó, a közszolgálatosság enyhén szólva kihívásokkal küzd, s ebben a környezetben a szakmai szempontok érvényesítése háttérbe szorult. Amikor például a Magyar Televízió bejelentette, hogy több, esetleg négy tematikus csatornával kívánna bővíteni az intézmény műsorszolgáltatását, mindenkinek csupán politikai hozzáfűzése voltak. Jobbik esetben pedig pragmatikus pénzügyi tartalmú kétségek merültek fel, hogy mindez miből is finanszírozható? Csupán néhány szakmai kifogás – a vezetőkes műsorelosztókat összefogó érdekképviselők kifogása – jelezte, hogy a terv megvalósítása szakmailag a médiatörvényből nem vezethető le, a döntésre „felkért” ORTT-nek pedig nincs

döntési/engedélyezési jogköre az ügyben. A megalapozott és konkrét érvelésre azonban csak kevesen figyeltek. A közszolgálati műsorszolgáltatók köre korlátozott: a Magyar Televízió Rt., a Magyar Rádió Rt. és a Duna Televízió Rt. Státuszukat, szervezeti és működési kereteiket a törvény határozza meg. Még az ORTT is csak csökkentett hatáskörrel bír a közszolgálati intézmények felügyelete terén, nincs a csatornakínálat bővítésére vonatkozó döntési lehetősége. A Magyar Televízió műsorszolgáltatási jogosítványai egy országos földfelszíni terjesztésű és egy másik országos terjesztésű műsor lehetőségében meghatározottak és korlátozottak /Tv. 132. § (3) bek./ – e műsorok már léteznek. A közszolgálati intézmények csak akkor vehetnek részt az említettek kivül földfelszíni – tehát nem műholdas – műsorszórással megvalósuló műsorszolgáltatás pályázati eljárásában, ha egyes alapvető feladataikat az eredetileg biztosított műsorszolgáltatási lehetőségeken belül nem tudják ellátni. E feladatokat szintén tételesen sorolja fel a törvény: vallási, egyházi, nemzeti, etnikai és más kisebbségi kultúrák értékeinek megjelenítése – belátható, hogy erre elegendő műsorfelületet kínál a két meglévő csatorna. A tervek szerint a Demokrácia nevű csatorna indulna el, mint egy parlamenti közvetítésre irányuló műholdas adó, amely az MTV elnöke szerint nem ütközik jogi akadályba, mert a törvény – szerinte – közműsorszolgáltatóként engedi működni. E kijelentés azonban félreértésen alapul. A közműsorszolgáltatás definíciója eltér a közszolgálati műsorszolgáltatástól. A közműsor-szolgáltatás egy speciális műsorszolgáltatói kategória – hasonlóan a kereskedelmihez, a szakosítottához, ill. a nem nyereségérdekelthez –, amely besorolást a műsorszolgáltató bizonyos feltételek megléte esetén az ORTT-től kaphat meg. A Magyar Televízió, mint közszolgálati műsorszolgáltató viszont nem lehet más, mint önmaga, azaz más minőségben – pl. közműsor-szolgáltatóként – nem definiálható. Vagyis nem áll jogában más műszaki lehetőséggel bővíteni a műsorszolgáltatása körét, csak akkor, ha az különösen fontos értékek (vallás, kisebbségek) közzétételéhez elengedhetetlen, és akkor is csak földfelszíni sugárzás útján. A Magyar Televízió csatornabővítési terveinél ezek a feltételek nem állnak fenn. A vezetékes műsorelosztók kötelezettsége minden közszolgálati műsorszolgáltatást alapszolgáltatásként, többlet díjbevétele nélkül elosztani, s ez a veszteséget termelő és/vagy ingyenes szolgáltatási kör bővülne az MTV tervezett tematikus csatornáival a vezetékes szolgáltatók terhére – üzleti és kapacitásbeli érdeksérelmükre. Emellett más szereplők is rosszul járhatnak az új tematikus műsorok elindulásával. Az MTV például saját felület bővítéséből adódóan a reklámpiacból etikátlanul megnövekedő szeletet hasíthat ki. (Média-Kábel-Műhold, 2005. 08. 09., 32. old.)

szabályozás

Társaság

Őszre várható az elbocsátások második köre az MTV-nél

Az MTV tavaly ősszel elfogadott reorganizációs terve szerint 2004-ben 75, az idén 425, amíg jövőre 200 munkatársától kellene megválnia az intézménynek. Egyes források szerint a tavalyi elbocsátásokra – az azokhoz szükséges források hiányában – nem került sor. A leépítésekről nyáron lezárult tárgyalások egyik résztvevője szerint a menedzsment induláskor mintegy 180 munkatárs elbocsátását szorgalmazta, végül ez a szám 110 lett; az elbocsátások idei második köre az őszre várható. (stop.hu, 2005. 08. 02.)

gazdaság, társaság

A Bertelsmann babérajaira tör az Axel Springer

A Bertelsmann babérajaira törhet az Axel Springer AG (AS) a 19,6 milliárd eurós német reklámpiacon. Az AS a legnagyobb német magán televíziós társaság, a ProSiebenSat.1 megvásárlásáról tárgyal. Az üzlettel a lapunkat is kiadó AS szemtől szembe kerülne az RTL televíziós társaságot portfóliójában tudó Bertelsmann-nal – véli Jürgen Blumenkamp, a vezető német médiatervező és értékesítő ügynökség, a MediaCom vezérigazgatója. A Haim Saban izraeli–amerikai milliárdos tulajdonában lévő ProSiebenSat.1. tavaly 133,6 millió euró adózott eredményt ért el az egy évvel korábbi 39,4 millió után.

Ha a Springer átveszi a ProSiebenSat.1.-et akkor a két cég összesített árbevétele 3,8 milliárd euróra rúg, míg a Bertelsmann németországi árbevétele ötmilliárd euróra tehető.

Az AS az utóbbi években a közép-európai sajtópiacra is komoly terjeszkedésbe kezdett. Lengyelországban például bevezette a Fakt című bulvárújságot, amely – a Bloomberg szerint – két hónap után a legolvasottabb napilap lett. A 30 centbe kerülő Fakt példányszáma jelenleg 525 ezer. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, társaság

Tőzsdére kerül a legnépszerűbb kínai internetes kereső

A szakemberek szerint a Google legfőbb konkurensévé válhat az ázsiai vállalat. A Google évek óta uralja az online keresők piacát. Ugyan vannak más hasonló alkalmazások is, ám ezek egyikének sem sikerült még eddig letaszítani a népszerű portált a képzeletbeli trónról. A legújabb trónkövetelő neve: baidu.com és Kínából származik. Az internetes oldal csupán 2000 óta létezik, ám az azóta eltelt alig öt esztendő is elég volt arra, hogy a világ hatodik legnépszerűbb weboldalává sikerüljön felküzdenie magát. A Google tavaly óta 2,6 százalékos tulajdonrészrel rendelkezik a kínai cégben. Ez azonban nem gátolja meg a keresőt üzemeltető társaság vezetőit abban, hogy az amerikai tőzsdére vigyék a baidu.com-ot. Ettől a tranzakciótól a részvényesek kereken 45 millió dollár plusz bevételt várnak.

A szakemberek szerint könnyen előfordulhat, hogy pont a sokat vitatott cenzúra fog előnyt jelenteni a baidu.com-nak a nyugati konkurensével szemben. Amíg a Microsoft egyik helyi oldaláról törölni kellett az olyan szavakat, mint a demokrácia, a szabadság és az emberi jogok, és a Google sem adhat ki olyan találatokat Kínában, amelyek tartalmazzák a Tajvan, a dalai láma vagy a Falun Gong szavakat, addig a legnépszerűbb ázsiai internetes keresőnek nem kell ilyen problémákkal foglalkoznia. (sg.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, szabályozás, társaság

Veszteséges a Time Warner

A világ legnagyobb médiavállalata, a Time Warner Inc., veszteséges negyedévet hagyott maga mögött; eredményét egy 3 milliárd dolláros tartalék rontotta, amit egy családi ügy miatt kellett képeznie. A társaság azt is bejelentette, hogy az elkövetkező két évben 5 milliárd dollár értékben készül részvényeinek visszavásárlására.

A Time Warner negyedéves vesztesége 321 millió dollár; tavalyi ugyanebben az időszakban 777 millió dolláros nyereséget ért el. A tartalékolt összeg és más hasonló tételek kiszűrésével

a társaság eredménye 850 millió dollár. A Time Warner bevétele 1 százalékkal 10,7 milliárd dollárra csökkent; az elemzők 11 milliárd dollárra számítottak. (fn.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, társaság

Már tulajdonosok is a TV2 vezetői

A TV2 csatorna vezérigazgatója, Kereszty Gábor és Benke Gábor, igazgatósági tag cége, a VT2 Kft. részesedést vásárolt a kereskedelmi adót tulajdonló MTM-SBS Televízió Rt.-ben.

Kereszty és Benke cége 16 százalékos tulajdoni hányadot és 27,61 százalékos szavazati arányt jelentő pakettet vásárolt. A csomagot, amely eddig az MTM-TV2 Befektetési Kft. tulajdonában volt, annak anyavállalata, az MTM Kommunikációs Rt. értékesítette.

A kiadott közlemény szerint a TV2-ben, azaz az MTM-SBS Televízió Rt.-ben 81,51 százalékos tulajdoni, illetve 48,99 százalékos szavazati aránnyal rendelkező SBS Broadcasting ötmillió dollárt, azaz csaknem egy milliárd forintot fizetett a VT2 Kft.-nek egy későbbi, TV2-részvény vásárlás jogáért.

Az fn.hu-nak nyilatkozó Benke szerint a vételárhoz szükséges pénzt nem ő és Kereszty adták össze, hanem az SBS Broadcasting finanszírozta. A két cégvezető tulajdonában álló cégre azért volt szükség, mert a hazai médiatörvény szerint külföldi társaság nem rendelkezhet 49 százaléknál nagyobb szavazati joggal magyar médiatermékben. A vételi opció pedig arra vonatkozik, hogy a jogszabályi környezet változása esetén az SBS jogszerűen vásárolhasson többségi tulajdonost a TV2-ben. (index.hu, 2005. 08. 16.)

gazdaság, szabályozás, társaság

1,7 milliárd euróért vásárolják fel a TV2 tulajdonosát

A Permina befektetési cég és a Kohlberg Kravis Roberts (KKR) társaság megállapodást kötött arról, hogy felvásárolják a luxemburgi székhelyű SBS Broadcasting SA társaságot. Európa egyik legnagyobb műsorszóró társaságának értékét 1,7 milliárd euróban állapították meg.

Az SBS Broadcasting a magyarországi TV2-t működtető társaságnak is fő tulajdonosa.

A Permina és a KKR mintegy 1,7 milliárd eurót fizet majd készpénzben az SBS eszközeiért, A két felvásárló társaság átvállalja az SBS adósságait is, amelyekkel együtt az üzlet – kisebbségi részesedést figyelmen kívül hagyó – értéke 1,86 milliárd euró.

Az üzlethez még az Európai Unió trösztellenes hatóságának és az SBS részvényeseinek is hozzájárulásukat kell adni. (index.hu, 2005. 08. 22.)

gazdaság, társaság

Offline területek felé kacsingat a Google és a Yahoo

A hírek szerint mindkét cég egy nemzetközi magazintulajdonos felé kacsingat, az együttműködés lehetőségeit keresve. Az érdeklődés középpontjába került Trade Classified Media 20 országban 575 nyomtatott kiadvány és 56 weboldal tulajdonosa, Magyarországon többek között a hirdetési piacon vezető szerepet betöltő Expressz kiadványok kiadója.

A webes vállalatok offline irányú érdeklődése azért is érdekes, mert a globális médiapiac legutóbbi történései éppen ellenkező irányú mozgásokat jeleztek. Számos hagyományos médiavállalat ugyanis jelenleg is keresi sikeres márkája online felfuttatásának lehetőségeit, valamint az egyéb internetes befektetési területeket. A több lábbon állás azonban úgy tűnik, a legnagyobb online vállalatok számára is fontos, annak ellenére, hogy a keresőmarketing egyre nyereségesebb és sikeresebb üzletággá válik. (sg.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), társaság

Brit csatornát vehet át a Bertelsmann

Az Európai Bizottság jóváhagyta, hogy a Bertelsmann német médiacsoport teljes egészében megvásárolja a brit Channel 5 televíziós csatornát az United Business Media PLC-től. Az ügyletet Bertelsmann luxemburgi székhelyű RTL csoport közvetítésével bonyolítja le. Az RTL-nek jelenleg 65 százalékos részesedése van a Channel 5 csatornában. A csoport évek

óta tárgyalt a fennmaradó 35 százalékos részesedés megvásárlásáról az UBM-mel. (fn.hu,
2005. 08. 29.)
társaság

Tartalomkínálat

Online elérhető az amerikai könyvtárak

Egy az American Library Association (ALA) által készített felmérés szerint az idei évre 98,9 százalékra nőtt azoknak az egyesült államokbeli könyvtáraknak az aránya, amelyek ingyenesen elérhetőek az interneten át. A könyvtárak 40 százaléka alkalmaz valamilyen szűrőt a felnőtteknek szóló tartalmak kiszűrésére. Carol Brey-Casiano, az ALA elnöke hozzátette, hogy az internetes érdeklődések száma a szervezetéhez tartozó intézményeknél az 1990-es évek elején regisztrált évi 500 millióról napjainkra 1,2 milliárdra nőtt. (it.news.hu, 2005. 08. 01.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Másodpercenként egy új blog

A Technocrati nevű szakértői csoport felmérése szerint jelenleg körülbelül másodpercenként hoznak létre egy új blogot, amelyek száma mára felülmúlja a 14,2 milliót. A „21. század honlapjainak” nevezett weblogok, vagy röviden csak blogok az internet egyik legnagyobb slágerének számítanak az utóbbi időben. Sok online szolgáltató, például az AOL és az MSN is kínál ingyenes blogszolgáltatást ügyfeleinek, akik így könnyedén létrehozhatják és fenntarthatják saját informatív honlapjukat, amelyen keresztül folyamatosan frissítve közzétehetik nézeteiket, illetve interaktív vitákat is folytathatnak egyes témákról. A Technocrati szerint a blogok száma a márciusi 7,8 millióról nőtt a jelenlegi 14,2 millióra, ami azt mutatja, hogy mennyiségük öt hónap alatt majdnem megkétszereződött. A blogok 13%-át hetente vagy sűrűbben frissítik, az újoncok 55%-a pedig három hónappal blogja beindítása után sem hagy fel ezzel a tevékenységgel. (prim.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Beszüneti megjelenését a Romániai Magyar Szó

Szeptember elsején lenne 58 éve annak, hogy megszületett a romániai magyarság első és azóta is egyetlen napilapja, a Romániai Magyar Szó. Az évfordulót azonban már nem éri meg – közölte Gyarmath János főszerkesztő a lap internetes változatában. A nyomda- és papírkidadások jórészt fedezetlenek, a munkatársak bérüket pedig csak nagy késéssel kapják meg.

Az utóbbi hónapokban a lap nehéz anyagi helyzettel küszködött, s idén májusban több napon keresztül csak az internetes változata jelent meg. A lapot kiadó Transil Rt. főrésztulajdonosa, Birtalan József RMDSZ-politikus cáfolta, hogy az Rt. döntéséről tudomása lenne. (hullamvadasz.hu, 2005. 08. 03.)

gazdaság, tartalomkínálat

Zenekeresőt indított a Yahoo

A Yahoo új szolgáltatása jelenleg több mint 50 millió hangfájl között keres az interneten, beleértve zenéket, rádiós híryananyagokat, beszédeket, interjúkat és az RSS-hírszolgáltatáshoz hasonlóan rendszeresen frissülő podcasteket is. A kereső a hangfájlokban tárolt metaadatok – például számcímek – alapján dolgozik. A Yahoo adatbázisa az eddigi legátfogóbb. A cég ugyanis megegyezett a legnagyobb online zeneboltokkal, így azok pénzért letölthető kínálatát is indexelheti.

Három hónappal ezelőtt maga a Yahoo is beindította saját zeneboltját, ráadásul nagyon kedvező árakkal: a felhasználók havi hét dollárért bármennyi zenét letölthetnek. A cég ígérete szerint az új kereső nem részesíti előnyben saját zeneanyagait, a rajtuk keresztül történő vásárlások után viszont jutalékot kapnak a többi netes zenebolttól. (origo.hu, 2005. 08. 04.)

gazdaság, tartalomkínálat

A V4 TV léte bizonytalan, de lesz Autonómia csatorna

Közös tévécsatorna létrehozásáról folytatnak tárgyalásokat a Visegrádi Négyek országainak közszolgálati televíziói. Úgy tűnik azonban, hogy a Visegrádi TV megvalósulatlan ötlet marad, hiszen maguk az érdekeltek sem aktívak. A V4 televízió ötlete a Visegrádi Négyek legutóbbi találkozásán merült fel, egy lengyel producer, Mirosław Chojecki nevéhez fűződik. Tervek már vannak, támogatók azonban még nem jelentkeztek, anélkül pedig nem lesz egyszerű dolog kivitelezni az amúgy működőképesnek tűnő elképzelést. Az új csatorna négyhat órán keresztül, várhatóan az esti órákban sugározna műholdas műsort. Az érintett közszolgálati televíziók azonban még semmiben nem állapodtak meg.

A Duna Televízió ellenben a tettek mezejére lépett, és hónapokon belül megkezdheti működését második csatornája, az Autonómia. A csatorna nem titkolt célja, hogy a határainkon túl élő magyarság szellemi és logisztikai bázisát megteremtse. Az Autonómia egyúttal a világ és elsősorban Európa jól működő kis autonómiáit igyekszik majd bemutatni. A szoros nemzetközi, főként katalán kapcsolatoknak köszönhetően számos műsorhoz juthat majd ingyen az új csatorna – mondta Cselényi. A FÜEN támogatását is élvezi a kezdeményezés. (esztergom.hu, 2005. 08. 09.)

tartalomkínálat

Kábeltevéét indít a Sanoma

2006. január 1-jével „4 – A storyTV” néven új kábeltelevíziós csatorna indul. A Sanoma Budapest Kiadói Rt. az új csatornát olyan neves tévés személyiségekkel és gazdasági szakemberekkel együttműködve alapítja, mint Frei Tamás, Borsány-Gyenes András és Pákozdi Sándor. „A tervek szerint valamennyi kábelhálózatban fogható lesz a magyar és külföldi sztárookra, hírességekre, pletykákra fókuszáló, minőségi szórakoztatást és exkluzív tartalmat szolgáltatató 4-es csatorna adása” – írták.

A televízió idén ősszel kezdi el próbaadását; belső gyártású és külföldi licenc műsorok egyaránt megtalálhatók majd a kínálatában napi 18 órában (vg.hu és hvg.hu, 2005. 08. 10.)

tartalomkínálat

Magyar mintára indul a cseh valóságshow-párbaj

A cseh kereskedelmi tévék megismétlik azt, amit a magyar nézők már láthattak: két csatorna egyszerre indítja el valóságshow-ját. Az egyik Big Brother licenz alapján készül, a másik pedig az RTL Klubtól megvásárolt ValóVilág tökéletes mása. (nol.hu, 2005. 08. 11.)

tartalomkínálat

Plazma Média – már a Tesco-ban is

A Plazma Média augusztus 22-től megkezdte működését a Tesco-ban: két áruházban indul – pilot jelleggel – a spotok sugárzása. A tatabányai és a Campona üzletközpontban található, áruházakban összesen 22 db 106 cm átmérőjű plazma televízió kerül kihelyezésre. A műholdas tartalomfrissítés lehetővé teszi az akciók napra kész megjelenítését, mindezt az alacsony gyártási költségű animációk segítségével. A hálózat természetesen kész a reklámfilmeket fogadására is. (btl.hu, 2005. 08. 22.)

tartalomkínálat

Mobilos reklámmal bombáz a hirdetőtábla

Az előttük elhaladó járókelők mobiltelefonjára sugároz rövid reklámfilmeket a Bluetooth-os hirdetőtábla, amelyet Londonban tesztelnek.

A próbaüzem alatt álló eszköz azzal hívja fel magára az előtte elhaladó mobilosok figyelmét, hogy egy rövid reklámfilm, képzületet vagy zenét sugároz telefonjukra, ha az rendelkezik drót nélküli Bluetooth-kapcsolattal. A reklám letöltése nem indul meg automatikusan: a felhasználó maga döntheti el, hogy elfogadja-e a váratlan üzenetet.

Az adatátvitelhez használt csatlakozó után bluecastingnek elnevezett technológiát a Filter nevű brit cég dolgozta ki, és a Maiden Group reklámügynökséggel közösen állították szolgálatba London hat különböző vasúti pályaudvarán. A plakátok előtt két hét alatt 87 ezer

Bluetooth-os telefonnal rendelkező járókelő haladt el, és 17 százalékuk (majdnem 15 ezren) le is töltötte a felkínált tartalmat.

A hirdetőket ennél jobban aggasztja, hogy mivel tartásuk fenn az érdeklődését a bluecasting iránt, ha már minden sarkon megcsipogtatja a mobilokat egy reklámtábla. A fejlesztők szerint erre az adhat megoldást, ha olyan extra tartalmakat sugároznak a járókelőknek, amelyekhez máshogy nem jutnak hozzá, ezért szívesen letöltik majd őket. Ha pedig valakit nagyon zavar a hirdetőtáblák folyamatos próbálkozása, akkor azt a Bluetooth-csatlakozó kikapcsolásával megakadályozhatja. (origo.hu, 2005. 08. 23.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Húszmillió forintos kalandshow indul a tévében

Az AXN akció- és kalandcsatorna megkezdte a szereplőválogatást minden idők egyik legsikeresebb reality kalandsorozatának közép-európai változatához. Százezer dollárt kasszíroz a nyertes.

A Sony Pictures Television International (SPTI) kábel- és műholdas csatornája, az AXN, hat közép-európai országból (Lengyelország, Magyarország, Csehország, Szlovákia, Románia és Bulgária) várja a nevezéseket szeptember 20-ig. Az Amazing Race – Central Europe című kalandműsor főnyereménye százezer dollár. A The Amazing Race – Central Europe című sorozatban kétfős csapatok versenyeznek majd a fődíjért. A duók csak egymást jól ismerő tagokból állhatnak, lehetnek például barátok, házastársak, munkatársak, testvérek, szülő és gyerek. A verseny során országok sorát utazzák be, miközben szellemi kihívásoknak kell megfelelniük és fizikailag kimerítő feladatokat kell végrehajtaniuk. A csapatok minden lépését kamerák kísérik. Az a csapat, amely utoljára érkezik a kijelölt pihenőállomásra, mindig kiesik, míg a megmaradt csapatok tovább folytatják a küzdelmet a végső győzelemig. A műsor alapja az Amerikában igen népszerű The Amazing Race, mely már 7 éve tartja izgalomban az Egyesült Államok közönségét. (origo.hu, 2005. 08. 24.)

gazdaság, tartalomkínálat

Rács mögött a „graffitikirály”

Hónapokon át egy ismeretlen graffitiművész rajzolta tele Washington egy pimasz mosolyú fiatalember portréjával, akinek felemelt kezében egy festékszórót tart. „A felnőtté válás egyenlő a megadással” – ez volt egyik kedvenc üzenete. Ilyen és hasonló szövegek kísérték hatalmas falfirkáit, amelyeket mindig „Borf” néven írt alá. Az amerikai főváros rendőrsége végül tetten érte és őrizetbe vette a „graffitikirályt”.

A graffiti-invázióra az emberek sokféleképpen reagáltak: voltak, akik felháborodottan tiltakoztak; akadtak, akik a köztulajdon kártevőjét látták benne csupán; mások viszont lelkesen üdvözölték, hogy végre jön egy vidám fickó, aki egy kis színt visz a szürke hétköznapiakba. A graffitikről, rejtőzködő személyiségéről széles körű vita kezdődött az interneten, ahová a rajzok is felkerültek.

Az egyelőre rejtély, hogyan tudta megalkotni „Borf” a nehezen megközelíthető, több méter magasságban lévő felületeken, hosszú órák munkáját igénylő műveit úgy, hogy sokáig észrevétlen maradt, pedig többnyire Washington legforgalmasabb pontjait választotta ki.

A hírek szerint köz- és magántulajdon rongálása miatt állítják majd bíróság elé, és akár több éves börtönbüntetést is kaphat. (vg.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (reak.), tartalomkínálat

Bezárattak egy magyar nyelvű e-könyvtárat

Közel 800 magyar nyelvű digitalizált könyv volt letölthető arról az orosz weboldalról, amely a Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesületének vezetőjének tiltakozását követően felfüggesztette tevékenységét. A Silent Library Project (SLP – Csendes Könyvtár Projekt) mások mellett Asimov, Babits, Bulgakov, Örkény, Malamud, Wells, Wodehouse könyveit is ingyenesen letölthetővé tevő weboldalról átmenetileg levették a konkrét művekre mutató linkeket (azért némi keresgélés után elérhető minden könyv).

Az oldal szerkesztői – noha a szerver valóban az Orosz Föderáció területén található – magyarok, akik önkéntesek munkájára építették projektjüket. Könyveket az oldal bármelyik látogatója beszkenelhet, konvertálhat, javíthat és feltölthet. A munkáért éppúgy nem fizet senki, ahogy a letöltésért sem várnak pénzt senkitől, a könyvtárat tehát a közösség ingyenmunkája teremtette meg, a látogatók pedig ingyen férhetnek hozzá a digitalizált könyvekhez.

A névtelen szervező hangsúlyozta: nem állítják, hogy a szerzőket, kiadókat nem illeti meg díjazás az előállított termékekért (azaz a könyvekért). Egyelőre azonban fórumukon kívánják megvitatni a kiadókkal, hogy milyen kompromisszumos megegyezés születhet az oldal továbbélésére, ám abba nem szeretnék belemenni, hogy például letöltésenként fizessenek szerzői jogdíjat.

Noha a könyvkiadók érdekeit képviselő szövetség e-mailben törvénytelennek minősítette a csendes könyvtár működését, több kis könyvkiadó jelezte, hogy bizonyos feltételek mellett hozzájárulnának az internetes közléshez. (origo.hu, 2005. 08. 26.)

érdekképviselő, tartalomkínáló

Technológia

Öt hónap alatt több 47 ezer xDSL előfizetés

A Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) jelentése szerint 2005 júniusában a bekapcsolt vezetékös fővonalak száma tovább csökkent, közel 14 ezerrel kevesebb fővonalat tartottak nyilván. Június végén a 100 lakosra jutó vezetékös fővonalaszám 34,50 volt a május végi 34,63 százalékos értéket követően. Egy évvel ezelőtt, 2004 júniusában még 3.594.394 bekapcsolt fővonal volt Magyarországon és akkor 100 lakosra még 35,57 fővonal jutott. Az xDSL (többnyire az aszinkron elérést biztosító, lakossági és céges ADSL) vonalak száma júniusban 297.236 volt, ami azt jelenti, hogy az összes bekapcsolt fővonal 8,5 százalékán már igénybe vesznek szélessávú internetszolgáltatást. Az elmúlt öt hónapban több mint 47 ezerrel nőtt az xDSL vonalak száma, ez nem kevesebb, mint 19 százalékos emelkedést jelent. (hsw.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, technológia

Bővül az amerikai VoIP-piac

Ugrásszerű növekedést várnak az Egyesült Államokban az interneten keresztüli telefonszolgáltatásból (VoIP) származó bevételek területén a következő néhány évben. A tavalyi 1,3 milliárd dollár után 2009-re 19,9 milliárdra nőhet a VoIP-szolgáltatók bevétele az Infonetics Research piackutató cég előrejelzése szerint. Az interneten keresztüli telefonálásból származó bevételek jelenleg mindössze egy százalékát adják az amerikai távközlési cégek forgalmának. A bővülés szempontjából azonban rendkívül fontos tényező, hogy a lakosság mellett a vállalatok és az intézmények is növekvő számban használják a VoIP-ot, hiszen olyan kiegészítő szolgáltatások is megjelentek, mint a konferenciahívás vagy videotelefonálás.

A VoIP térhódítását mutatja, hogy az Infonetics előrejelzése szerint a tavalyi 1,1-ről 2008-ra 20,8 millióra nő az otthoni és kis irodai felhasználók száma csak az Egyesült Államokban. Az egyéni felhasználók mellett különösen a kis- és középvállalati körben jut egyre nagyobb szerephez a megoldás, az InfoTech Research piackutató adatai szerint jelenleg már 23 százalékuk, 2008-ra pedig már minden második, ebbe a kategóriába tartozó vállalatnál megjelenik a VoIP-os telefon. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Szélessávra vált Európa

A múlt év végi 40-ről 2009-re 92 millióra nő a nyugat-európai szélessávú internetkapcsolatok száma, amelyek 83 százaléka található a háztartásokban – derül ki az IDC piackutató cég előrejelzéséből. A fejlődésnek köszönhetően a szélessávú internetszolgáltatásból származó bevétel elérheti a 37 milliárd dollárt. A növekedésben a hálózatok fejlesztése mellett döntő szerepet játszik az egyre élesebb verseny miatti árcsökkenés is. A szélessáv a jövőben már nemcsak gyorsabb internetezést jelent majd, de internet alapú szolgáltatások egyre bővülő tárházává is lesz. Bár rövid és középtávon a webelérés marad a legfontosabb felhasználási terület, de az interneten keresztüli telefon (VoIP) és tévészoolgáltatás (IPTV) is fontos részét alkotják majd a területen érdekelt cégek stratégiájának.

A világszerte egyre több szolgáltató által kínált VoIP-megoldás kizárólag szélessávú internetkapcsolattal használható, így elterjedését nagymértékben befolyásolja a gyors világhálós kapcsolatok számának változása. Tavaly világszerte 135,9 millió otthonnak volt szélessávú internetelérése az eMarketer amerikai piackutató cég adatai szerint. A legtöbb közülük, 34,3 millió az Egyesült Államokban volt, de Ázsia gyors fejlődését mutatja, hogy az előfizetések számát tekintve Kína a második, Japán pedig a harmadik, 17,5, illetve 11,5 millió eléréssel.

Az eMarketer előrejelzése alapján a szélessávú internetkapcsolatot létesített háztartások száma 2008-ra elérheti a 312 milliót, nagy felhasználói bázist kínálva a VoIP-hoz és IPTV-hez hasonló szolgáltatásoknak.

Magyarországon 2004 végén a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint közel négyszázezer szélessávú internetes előfizető volt, a kapcsolatok típusát tekintve a telefonvonalis gyors webkapcsolatot nyújtó ADSL dominált. (vg.hu, 2005. 08. 02.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Rohamosan terjed a digitális TV Amerikában

2006 végén az amerikai háztartások 68%-a fel lesz szerelve digitális tévékészülékkel (DTV) és 2009-re leáldoz az analóg televíziók ideje – tudhatjuk meg az eMarketer piackutató intézet „Digital TV Report” című tanulmányából.

Az eMarketer felfelé kellett változtassa korábbi prognózisának értékeit, mert az Amerikai Egyesült Államokban kimagaslóan nagy érdeklődést mutat a lakosság a digitális készülékek iránt. Ezzel szemben azonban az európai kontinensen ennél jóval gyéresebb az eziránti kereslet. A prognózis szerint 2008-ra az amerikai állampolgárok 93%-ának otthonában lesz már DTV és egy évre rá pedig nyoma sem marad az analóg készülékeknek. 2009-re azonban minden amerikai állampolgár kénytelen lesz önszántán kívül megválni régi készülékétől, mert az államokbeli tévétársaságok megállapodtak abban, hogy végérvényesen átállnak ekkortól a digitális jel sugárzására. (prim.hu, 2005. 08. 12.)

fogyasztás, technológia

Megállapodás született a digitális mozifilm formátumról

A hollywoodi filmstúdiók három éves tárgyalásokat követően megállapodtak a digitális filmkészítés technikai szabványában.

A filmstúdiók közös vállalkozásában létrehozott Digital Cinema Initiatives közleménye szerint a technikai szabvány lefektetése egyértelmű előnnyel jár mind a gyártók, mind a mozinézők szempontjából. Fokozódhat a verseny a berendezés gyártók körében. Egy digitális mozi projektor jelenleg 75-120 ezer dollárba kerül. Szükséges emellett szerverek alkalmazása a filmek tárolásához, valamint szoftverek az illegális másolatok készítése ellen.

A mozilátogatók a digitális filmtől tisztább és élesebb képet várhatnak. (sg.hu, 2005. 08. 02.)

gazdaság, technológia

Szélessáv: Európa lekörözi Észak-Amerikát

Martin Olausson, a Strategy Analytics vezető elemzője szerint Nyugat-Európában a dial-up internet-hozzáférések végnapjainak lehet szemtanúja a megfigyelő: Olausson úgy véli, hogy a telefonos Internet -csatlakozásnak ütött az utolsó órája. „A következő öt év során az európai vezető piacokról a dial-upos internet el fog tűnni.” – jelentette ki a szakember.

A felmérés szerint az észak-amerikai régió lecsúszott a harmadik helyre, míg az ázsiai, csendes-óceáni régió található vezető pozícióban. A Strategy Analytics közleménye értelmében a nyugat-európai háztartások 63 százaléka szélessávú internethozzáféréssel fog rendelkezni 2010-re, s ez az összes internetképes háztartás 93 százalékát teszi majd ki.

Az év végére egyébként Hollandia vezet majd a szélessávú internetpenetráció listáját, minden másik európai államot megelőzve. A tulipán hazájának tartott országban 56 százalékon áll majd a broadband-kész háztartások aránya. Második helyen Svájc áll (51 százalék), míg Dánia harmadik 49 százalékkal, Norvégia pedig negyedik 48 százalékkal. A lista végén Németország kullog, a maga (kelet-európai szemmel még mindig impozáns) 24 százalékos értékével. (terminal.hu, 2005. 08. 03.)

fogyasztás, technológia

Jön a digitális televízió – de a vártnál lassabban

Nem tudják betartani a digitális földfelszíni televíziózásra való átállás 2012-es határidejét az Európai Unió tagországai. Az Informa prognózisa szerint az évtized végére a televíziók kétharmadán digitálisan továbbított adást néznek majd.

A szolgáltatás elindításánál a csúszás egyik fő indoka, hogy a tervezettnél lassabban terjed el a digitális sugárzás, mivel az számos érintett – műsorszolgáltatók és hardvergyártók – üzleti érdekeltségeinek összeütközését is jelenti. A bevezetést akadályozza ugyanakkor a nézők ellenállása is: több országban elsősorban az idősebb korosztály merev szembenállása tapasztalható.

Az Informa Telecoms & Media legfrissebb előrejelzése szerint a digitalizációban élenjáró nyugat-európai országok sem lesznek képesek betartani a határidőt. Az elemzés szerint Németország például csak 2016-ban fejezheti be az átállást a tervezett 2010-es időpont helyett, Olaszország pedig, ahol már 2006-ra tervezték az analóg sugárzás leállítását, az Informa szerint csak 2020-ra tudja elérni célját. Az átállás 2012-es határidejét még a műholdas digitális sugárzásban első Angliában sem sikerül tartani, várhatóan hároméves csúszásra lehet számítani. A digitális televíziós háztartások száma 2005 végére 31 százalékkal emelkedik Európában, 2010-re pedig már 65 százalékos lesz az arányuk.

Várhatóan Kelet- és Közép-Európában is csúszásra lehet számítani. Az Informa egyik korábbi tanulmánya szerint egyébként ebben a régióban is jelentősen növekszik majd a digitális televíziós piac. A társaság szerint a digitális sugárzásnak Románia lehet a győztese a régióban, az ország ugyanis az e típusú földi és kábelpenetráció tekintetében is megelőzi majd szomszédait. Magyarországon a földfelszíni digitális televíziózás 2010-ben 47 ezer háztartásban lesz elérhető a prognózis szerint, míg kábelen több mint kétmillió, műholdon 253 ezer lesz a számuk. ADSL-vonalon 94 ezer lakásba juthat el addigra az e típusú televíziózás. (vg.hu, 2005. 08. 03.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, technológia

Indul az internetes interaktív televíziózás Belgiumban

A több hónapos, 1000 belgiumi háztartásra kiterjedő sikeres tesztet követően a Belgacom hálózat-üzemeltető kijelöli a televíziózás jövőjét az interaktív, digitális, IP- (internet protocol) alapú TV megindításával. A vételhez mindössze DSL csatlakozás szükséges a hagyományos TV-vevőkészülék mellett, melyeket aztán a set-top-box köti össze, illetve konvertálja a digitális információt hagyományos analóg TV-jelekké.

A Siemens teljes megoldás-csomagot ajánl, amely a hálózatüzemeltetőt minden szükségességgel ellátja a szervertechnikától a felhasználói szoftvereken keresztül az adatkódolásig, továbbá a műholdas adatok vételére szolgáló készülékekig és a „fogyasztó” set-top-boxáig. A fogyasztó, azaz TV-néző számára a set-top-box és a menü kezelése igen egyszerű, felhasználó-barát.

A Belgacom kínált szolgáltatásai egyébként: digitális TV műsortovábbítás ADSL-en keresztül, on demand műsorkiválasztás és lehívás (szerverről), az élő vagy lehívott műsor helyszíni rögzítése a set-top-boxban, egyéb távközlési és informatikai szolgáltatások (internet-elérés, video-telefonálás, e-mail, chat).

A Siemens megoldása mellett kötelezte el magát a KPN hálózat-üzemeltető is Hollandiában, és úgy tervezi, hogy a szolgáltatást 2005 vége felé beindítja. A Siemens 2005 végéig tovább kívánja csökkenteni az átvitelhez szükséges sávszélességet. Ezáltal 1,8 Mbit/s-en lehet majd élő TV-közvetítést venni, azaz a mai DSL-szabvány szerinti közepes sebesség mellett. (Az egyik eszköz, amelynek alkalmazása ezt lehetővé teszi, az új MPEG-4 videoadat-tömörítés). A digitális televíziózás így széles körben elérhetővé válik, miközben a fogyasztó számára szükséges technikai felszerelés egyszerűsödik. (terminal.hu, 2005. 08. 09.)

technológia

Húszmilliárd dokumentumot indexel a Yahoo keresője

A cég közleménye szerint a Yahoo adatbázisában hétfőtől 19 milliárd szöveges dokumentum, másfélmilliárd kép- és mintegy ötvenmillió hangfájl található. A hang- és zenefájlok kereséséhez a portál a múlt héten indított el egy külön szolgáltatást Audio Search néven, amely egyelőre tesztüzemben működik. A Yahoo bejelentése meglepetést okozott az

elemzők körében, akik eddig nyolcmilliárdosra becsülték a portál által indexelt dokumentumállomány nagyságát. A cég ezt megelőzően nem tett közzé ilyen adatokat, mondván, nem a mennyiség a kereső működését meghatározó legfontosabb mérőszám. A Google saját közlése szerint 11,3 milliárd dokumentumot indexel. A Yahoo sokáig a Google keresőszoftverét licenzelte, és tavaly váltott saját fejlesztésű motorra. (transindex.ro, 2005. 08. 09.)

technológia

EU-vita a következő generációs mobil adatátviteli frekvenciákról

Az Európai Bizottság rádiófrekvenciák elosztásáért felelős albizottsága októberben szavaz a 2,5-2,69 MHz-es, jelenleg a mobil 3G számára fenntartott hullámsávok sorsáról, ám a tagállamok egyelőre meglehetősen megosztottak a kérdésben.

Az Informa Telecoms & Media által most közzétett elemzés szerint az EU országai jelenleg két táborra oszlanak: Az EU-bürokrácia támogatását élvező, Nagy-Britannia által vezetett csoport azt szeretné elérni, ha mindenki szabadon pályázhatna a szóban forgó frekvenciákra, míg az elsősorban Franciaország és Finnország által favorizált elképzelés szerint továbbra is fenntartanák azokat az IMT-2000 szabványnak megfelelő WCDMA harmadik generációs mobiltelefonos alkalmazás számára. Ez utóbbi változat kizárná a rivális vezeték nélküli szélessávú technológiákra épülő, például WiMAX vagy OFDM-alapú hálózatokat az európai versenyből. Paul Lambert, a Global Mobile szerkesztője szerint a vitában nemcsak a szabadpiaci elvek érvényesülése a tét, hanem közvetett módon a teljes európai telekommunikációs eszközök gyártó ágazat sorsa is. (prim.hu, 2005. 08. 12.)

EU, szabályozás, technológia

2010-ben jön a kínai-japán 4G-s mobil

Japán és Kína közösen kívánja kifejleszteni a mobiltelefonok következő generációját, egyesítve a japán technológiai ismereteket a kínai piaci potenciállal.

A negyedik generációs mobiltelefonok piaci megjelenése 2010 körül várható. A feltételezések szerint adatforgalmazási sávszélességük az optikai kábelek nagyságrendjébe esik majd, ami új távlatokat nyit meg a távközlés és a tartalomszolgáltatás terén. Japán úttörő szerepet töltött be az internetes funkciókkal rendelkező harmadik generációs mobiltelefonia elterjesztésében. A világ többi része a viszonylag magas költségek és díjak miatt még messze mögötte kullog a technológia adoptálásában. A legnagyobb japán mobilszolgáltató, a 3G technológiát 2001-ben bevezető NTT DoCoMo a korábbi mobiltechnológiákra alapuló szolgáltatásokat teljes egészében fel kívánja számolni 2012-ig. (origo.hu, 2005. 08. 24.)

technológia

Az emberek szívesen váltanak digitális televízióra

A Sun Microsystems mint a Java technológia létrehozója, kifejlesztője és legfőbb támogatója bejelentette, hogy teljes, nyílt digitális interaktív televíziós és alkalmazás infrastruktúrát kínál a szolgáltatóknak, amelynek része a digitális adattárolás, archiválás, a műsorszórás, a digitális szerzői jogvédelmi alkalmazások, vagy akár a set-top-boxok implementálása is.

Az elmúlt hónapok külföldi tapasztalatai azt bizonyítják, hogy emberek szívesen váltanak digitális televízióra, amelynek technológiai platformja elemzők szerint a Java lesz. A digitális televíziózás európai fellegvárának számító Olaszországban például tavaly januárban indult útjára a digitális műsorszórás, és mára már több mint 1,5 millió háztartásba jutott el. Az ottani siker legjobb bizonyítéka a naponta 3000-rel növekvő előfizetői szám.

Szakértők szerint a digitális tévénépszerűségét nem csak a jobb képminőségnek és a szélesebb csatornaválasztéknak köszönheti, hanem a prémium tartalomnak, valamint az olyan interaktív szolgáltatásoknak, mint a mobil telefonoknál már nagy sikert aratott Java játékok, szavazás és információs szolgáltatások.

Az eddig elért eredményekben a MHP ún. set-top-box-ok által biztosított változatos szolgáltatások, valamint néhol a kormányzati szabályozás is komoly szerepet játszott.

Olaszországban például tavaly minden eladott vevőkészüléket 150 euróval támogatott az állam.

„Európában átlagosan naponta több mint 3 órát, hazánkban több mint 5 órát töltenek az emberek a televíziók képernyője előtt. Ezért is figyelemre méltó, hogy a műsorokhoz kapcsolódó SMS alapú játékok, kvízek és szavazások most már a digitális televíziózásban használt set-top-box-szal is elérhetőek” – mondja Hegedüs Gábor, a Sun Microsystems ügyvezető igazgatója.

Sokan bíznak a nyílt interaktív televíziózás sikerében. Piackutatók szerint 2006 lesz az igazi áttörés éve. Akkora várható, hogy megjelennek a piacon a „megfizethető” árú set-top-boxok, amelyek támogatják a kiváló minőségű MPEG4 videoformátumot és az MHP alapú interaktív alkalmazásokat. Természetesen a szolgáltatók is gőzerővel dolgoznak az új technológia bevezetésén, amely 2008-ig a nyugat-európai háztartások fele számára válhat elérhetővé. Az elemzők szerint a szolgáltatók számára kb. 3 milliárd euró éves árbevételt jelenthet az MHP bevezetése. (tozsdeforum.hu, 2005. 08. 24.)

fogadtatás (komm.), fogyasztás, gazdaság, technológia