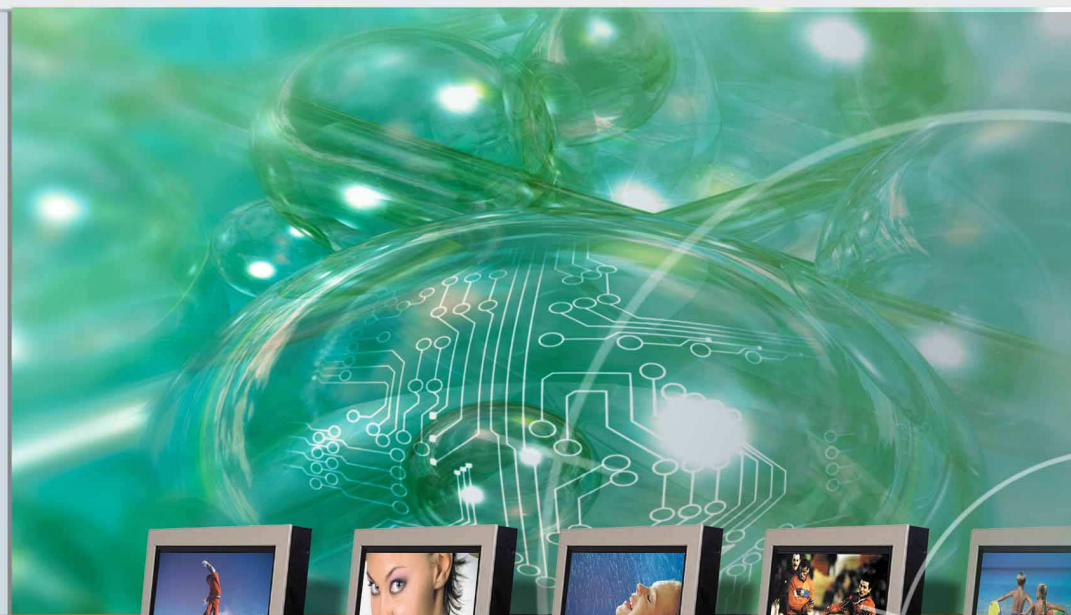


Készült az ORTT
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete
megbízásából



Az interneten megjelenő, médiával kapcsolatos hírek gyűjteménye
(2006. február)

Készítette:

Paál Vince

MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE

2006. február

Tartalomjegyzék

<i>Bevezető magyarázatok</i>	<i>3</i>
<i>Érdekképviselés</i>	<i>6</i>
<i>EU</i>	<i>7</i>
<i>Fogadtatás</i>	<i>9</i>
<i>Fogyasztás</i>	<i>17</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>25</i>
<i>Rendezvény</i>	<i>35</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>37</i>
<i>Társaság</i>	<i>44</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>47</i>
<i>Technológia</i>	<i>50</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

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

Viszavágóra készül a nyomtatott média

A napilapokat tömörítő világszövetség, a párizsi székhelyű World Association of Newspapers (WAN) bejelentette, hogy erősen kifogásolhatónak tartják az internetes keresők, így a Google és a Yahoo gyakorlatát. Ezek a keresők szerintük ugyanis anélkül használják fel a nyomtatott sajtóban megjelenő tartalmak jó részét, hogy megfelelő kompenzációt nyújtanának, így előbb, vagy utóbb számolniuk kell a következményekkel. Konkrét perről, bosszúhadjáratról még nincs szó, a szövetség mindössze a rendelkezésre álló lehetőségeket igyekszik számba venni. A cél, hogy megvizsgálják, lehetséges-e valamilyen egységes keret, szabályrendszer kialakítása, amely meghatározná, és tisztázná a kiadók és az internetes keresőket üzemeltető cégek közötti kereskedelmi viszonyt. A szervezet tagjai elsősorban azt kifogásolják, hogy a keresők jórészt kompenzáció nélkül, teljesen ingyen hasznosítják a nyomtatott sajtóból származó anyagokat, és ez is hozzájárul ahhoz, hogy egyre inkább kiszorítják, felváltják a hagyományos médiát. Elismerik ugyanakkor, a keresők a forgalom növekedésében jótékony hatással voltak és vannak, de a tartalmak általuk kifogásolt felhasználása semmissé teszi ezt a kedvező folyamatot. (sg.hu, 2006. 02. 01.)

érdekképviselet, fogadtatás (komm. reak.)

Kevés szót kapnak a nők a médiában

A Global Media Monitoring Project kutatásában 76 országban vizsgálták a napilapokat, rádióállomásokat és a televíziós csatornákat. A magazinokat és az internetes felületeket nem vették górcső alá.

A kutatók arra voltak kíváncsiak, hogy a hírek hány százaléka kapcsolódik valamilyen formában a nőkhöz. Azokat a megjelenéseket összegezték, amelyekben híradások a nőkről szóltak, vagy legalább egy hölgy nyilatkozott a témában. Ezeknek a kritériumoknak a híradások 21 százaléka felelt meg. A felmérés szerint a média területén dolgozó nők aránya világszerte alacsony. A televízióknál dolgozó szerkesztő-riporterek csak 22 százaléka nő, rádióknál pedig még kevesebben (17 százalék) vannak.

A médiában dolgozó nők esélyegyenlőségéért több kezdeményezés is indult már Magyarországon. 2003-ban például Női Média Lobby néven húsz médiaszemélyiség és kommunikációs szakértő alapított szervezetet. (index.hu, 2006. 02. 24.)

érdekképviselet, fogadtatás (komm.)

Spam-információs oldal az MTE-ről

A tartalom- és tárhelyszolgáltatók, a szakmai szervezetek, a szoftvergyártók, a szabályozásért felelős hazai és nemzetközi hatóságok, továbbá a felhasználók összefogása lehet a kéretlen reklámlevelek elleni hatékony küzdelem kulcsa – állapították meg a nemzetközi Safer Internet Day magyarországi rendezvényén.

Az esemény napján indult útjára a BIF megbízásából az MTE által működtetett website önálló spam-információs aloldala, ww.spam.baratsagosinternet.hu címen. A weblapon a felhasználók csokorba gyűjtve megtalálhatják a spamekkel kapcsolatban leggyakrabban felmerülő kérdéseket és válaszokat, információkat kapnak a kéretlen leveleket küldőkkel szemben alkalmazható jogi lépésekről és a piacon elérhető spamszűrő szoftverekről. Emellett az oldalon helyet kaptak különböző, a spamekkel kapcsolatos eljárásokat megkönnyítő levélminták: így megtalálhatók a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség számára küldhető panaszlevél, a hirdetők által a panaszosnak küldhető válaszlevél és a spamküldőknek címezhető üzenetek sablonjai. (terminal.hu, 2006. 02. 28.)

érdekképviselet, szabályozás, tartalomkínálat

EU

Digitális tévé: nem lesz egységes európai szabályozás?

Az Európai Bizottság szerint nincs szükség külön európai uniós szabályozásra a digitális televíziózás területén. A szakemberek úgy vélik, hogy amennyiben ilyen szabályozásra sor kerül, azt jobb, ha maguk a piaci szereplők végzik el.

Az interaktív digitális televízió tartalmaz egy olyan kiegészítő csatornát, amelyen keresztül a nézők képesek kommunikálni a műsorszolgáltatóval és így például részt vehetnek interaktív játékokban, vetélkedőkben. Ehhez azonban szükség lenne egy egységes európai szabványra, illetve az európai szakembereknek meg kellene állapodniuk egy közös formátumban. Az Európai Bizottság azt javasolta, hogy egy nyíltan hozzáférhető, több rendszerrel is kompatibilis fejlesztői felületet (API-t) hozzanak létre. A testület állásfoglalása rámutatott arra, hogy ennek a megoldásnak köszönhetően az egyes tagországokban bármilyen digitális televíziós szabvány elterjedhet és a piaci igények határozzák majd meg, hogy melyik államban melyik szabvány fog érvényesülni.

Az Európai Bizottság információi szerint a kontinensen jelenleg több mint 47 millió digitális televízióadásokat dekódoló készülék van üzemben, ezek közül 26 millióban van gyári API, és 4 millióban a testület által is támogatott nyílt szabvány, az MHP.

Magyarországon – bár még csak készül a digitális tévézésről szóló jogszabály – az Antenna Hungaria Rt. már 2004. október 12-én elindította a DVB-T szolgáltatást, vagyis a digitális földfelszíni televízió műsorszórást. (sg.hu, 2006. 02. 08.)

EU, fogyasztás, szabályozás, technológia

Az internetszolgáltató köteles együttműködni a kalóz tevékenység megszüntetésében

Az IFPI, a hanglemezipar nemzetközi szervezete üdvözli a Dán Legfelsőbb Bíróság határozatát, mely alapján az internetszolgáltatók kötelezhetők arra, hogy megszüntessék azon ügyfeleik internetkapcsolatát, akik kalóztevékenységben vesznek részt.

Az ügy, melynek kapcsán két, illegális ftp-szervert üzemeltető személy ellen indult eljárás, fontos precedenst teremt az internetszolgáltatók felelőssége terén, olyan esetekben, amikor illegális fájlcserelésre derül fény. A jogtulajdonosok most már eljárást kezdeményezhetnek a szolgáltatókkal szemben, kötelezve őket, hogy szüntessék meg az internetszolgáltatást azon ügyfeleik számára, akik ezt a szolgáltatást jogvédett tartalmak terjesztésére használják fel, különböző P2P hálózatokon. A határozat az EU szerzői jogi törvényein alapul és az egész Unió területén érezteti hatását. (zene.hu, 2006. 02. 08.)

EU, szabályozás

Médiaszabályozást sürget az EU

Médiaszabályozást sürget az Európai Bizottság (EB) a dán karikatúra-botrány miatt. Az unió vezetői szerint Európának új mediaszabályozást kellene bevezetnie.

Franco Frattini, az unió igazságügyi biztosa által javasolt törvény arra ösztönözné a médiát, hogy tartsa tiszteletben a vallási érzékenységet.

„A sajtó továbbítani fogja a muszlim világba az üzenetet: tisztában vagyunk a véleménynyilvánítási jog gyakorlásának következményeivel, és képesek vagyunk szabályozni ezt a jogot” – tette hozzá az igazságügyi biztos, aki egy önkéntes magatartási kódex elfogadását javasol a médiának. Ennek értelmében a kiadóknak vállalniuk kell a szólásszabadság gyakorlásával együtt járó felelősséget is. Az új rendelkezést az EB médiaszakemberek segítségével dolgozná ki.

Eötvös Pál, a Magyar Újságírók Szövetségének (MÚOSZ) elnöke egyetért azzal, hogy elővigyázatosan kell kezelni a vallási témákat, azonban szerinte lehetetlen meghatározni egységesen, hogy mit jelent ez pontosan a gyakorlatban. Frattini azt javasolta, hívjanak össze konferenciát, amin szakértők és újságírók vennének részt. Itt kidolgoznának egy

önszabályozási kódexet, ami pont az ilyen esetekkel kapcsolatos kérdésekre adna választ. A kódex értelemszerűen nem volna jogilag kötelező, az újságíróknak maguknak kellene tartaniuk hozzá magukat. Az európai média harcias elutasítással reagált, mondván a biztos jobban teszi, ha ebbe nem üti bele a orrát, az önszabályozás a média dolga egyedül.

(hullamvadasz.hu, 2006. 02. 15., fn.hu, 2006. 02. 21.)

EU, szabályozás

EU: A Nagy Testvér figyelni fog

Az Unió igazságügy miniszterei megadták a végső jóváhagyást az új szabályozáshoz, amelynek értelmében rögzíteni kell, hogy egy-egy ügyfél kivel, mikor, hol lépett telefonvagy internetkapcsolatba. Ugyanakkor a hívások, e-mailek, SMS-ek tartalmát nem fogják figyelni. Az így szerzett adatokat legalább fél, legfeljebb két évig őrzik majd meg – hogy pontosan mennyi ideig, azt az egyes országok döntenek el. (mno.hu, 2006. 02. 22.)

EU, szabályozás

A kuratórium előtt az MTV üzleti terve

A Magyar Televízió kuratóriumi elnöksége elfogadta a köztvé 2006-os gazdálkodási és pénzügyi tervének sarokszámait. Az Európai Unió irányelveivel összhangban az m1 csatorna műsoridejének 89, az m2 esetében 95 százalékában európai műveket mutat majd a köztvé. Idén az új, magyarországi gyártású mozgóképes alkotásokra 1,1 milliárd forintot fordít az intézmény, a külső gyártás aránya legalább húsz százalék lesz. A tévéelnök szerint rendkívüli feladatokra 10,6 milliárd forint hiányzik, ezért a kuratórium elnöke levélben kért segítséget a parlamenttől. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 22.)

EU, gazdaság, társaság

A szomszédos jogok kiterjesztése – Megoldás a fájlcsere-élőkkel kapcsolatos jogi vitákra?

Tavaly december óta az európai közbeszéd tárgya a fájlcsere-élők jogi megítélését döntően befolyásoló francia jogszabály elfogadása. Az ország törvényhozása a 2001-ben született európai szerzői jogi irányelv rendelkezéseinek megfelelő olyan nemzeti szabályozást készült kidolgozni, amely más országokhoz hasonlóan a teljes tiltás eszközével lépett volna fel a fájlcsere-élőket használó internetezők ellen. A törvényről szóló szavazás előtt azonban felbukkant egy módosító javaslat, amely eddig szokatlan módon egy általános jogdíj megfizetése ellenében legalizálná az ún. peer-to-peer programok használatát. Az utóbbi javaslat elfogadásával a francia törvényhozás Franciaországban és világszerte is komoly vitákat generált.

Míndeközben egyre gyakrabban hallhatók olyan hangok, melyek azt sugallják, hogy esetleg maga az EU is változtatni fog a kérdéshez való hozzáállásán. A hírek szerint Brüsszel hamarosan hatástanulmányt dolgoz ki, ősszel pedig politikai vitát indít a szerzői jogi irányelv tekintetében – ez akár a teljes európai szabályozás újragondolásához is vezethet.

Egyes vélemények szerint a jövőben járható út lehet a szomszédos jogok szerepének ártértékelése: ha ugyanis a törvényhozó elfogadná, hogy a digitális műsorhordozók korában már nem léteznek pusztán felhasználók (mert a legtöbben maguk is alakíthatják a műveket) akkor a szomszédos jogok kiterjesztésével új perspektívák nyílhatnak meg az internetes tartalom jogi szabályozásában. (jogiforum.hu, 2006. 02. 23.)

EU, szabályozás

Fogadtatás

Átadták a filmszemle díjait

Díjkiosztó ünnepségen a Millenáris Teátrumban Bozóki András kulturális miniszter átnyújtotta Pálfi Györgynek, a szemle játékfilmes fődíjasának a nemzetközi zsűri által odaítélt elismerést Taxidermia filmjéért. Az ünnepségen átadták a játékfilmes, a dokumentumfilmes, a tudományos-ismeretterjesztő és a kísérleti-kisjátékfilmes zsűri által megítélt díjakat, okleveleket. Ugyancsak kiosztották a különdíjakat, közöttük a diákszűri Zöld Holló Díját, a filmplakát-verseny díját, továbbá a külföldi kritikusok szavazata alapján eldöntött Gene Moskowitz-díjat, valamint a közönségdíjat.

Az esélyegyenlőségi díjat Göncz Kinga ifjúsági, családjogi, szociális és esélyegyenlőségi miniszter nyújtotta át Tóth Artinnak az Érintettek II. – Patrik című filmjéért.

Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter adta át a kísérleti film kategória fődíját kapott Halász Péternek Herminamező – Szellemjárás című filmjéért.

A Mozisok Országos Szövetségének díját, illetve az Országos Rádió és Televízió Testület különdíját átvevő Koltai Lajos, a 2005-ben legmagasabb nézőszámot elért Sorstalanság című film rendezője elmondta: az alkotás a világon jelen van. Olaszországban 80 kópiával kezdték vetíteni, Amerikában „91 százalékos a kritikai fogadtatása”; hamarosan bemutatják Angliában, Franciaországban és Ausztráliában. (fn.hu, 2006. 02. 08.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Tavaly huszonkétmilliárd jutott filmgyártásra

Magyarországon 2005-ben összesen több mint 22,3 milliárd forintot költöttek filmgyártásra (a 2003-as másfél és a 2004-es 7,5 milliárd után), azaz ilyen összegben kaptak a magyar filmiparban működő vagy ahhoz kapcsolódó vállalkozások megrendeléseket. Ennek csaknem fele külföldi bér munkákból állt (10,9 milliárd forint), míg 5,2 milliárd forint a magyar részvételű koprodukciós filmekre, további mintegy ötmilliárd forint a magyar filmek gyártására jutott, valamint 1,2 milliárdot költöttek televíziós sorozatokra a kereskedelmi csatornák beszállítói (Jóban-rosszban és Barátok közt). A Nemzeti Filmiroda 2005-ben összesen 2,8 milliárd forintról állított ki adóigazolást 167 magyar, külföldi és koprodukciós alkotás után a gyártóknak (két éve csak 25 filmet támogattak így). A Magyarországon készült filmek 2005-ben 800 millió forint közvetlen állami és 2,8 milliárd közvetett (a társasági adókedvezményből származó) támogatásban részesültek.

Legtöbbet 200 milliót Koltai Lajos Sorstalanság című mozija kapta, ezt követi Szabó István Rokonokja 172 millióval.

Itthon egyelőre nem épül „Etyekwood”, amit Krisán László, a Korda Sándor Filmstúdió Kft. ügyvezetője azzal magyaráz, hogy az engedélyezési procedúra lényegesen hosszabbra nyúlik, mint várták. A 37,5 milliárd forintos beruházás kivitelezői azonban ugrásra készen állnak: amint kézhez kapják a jogerős építési engedélyt, nyomban megindulnak a munkagépek Etyeken.

Bozóki András miniszter elmondta, hogy az állami költségvetés 2006-ban összesen 6,5 milliárd forintot szán a filmszakma közvetlen támogatására; ezzel az összeggel Magyarország az EU-országok között az első tizenben foglal helyet. Az idei, 37. Magyar Filmszemlén az alkotások költségeiben a legnagyobb szeletet a 43 százalék közvetlen és 16 százalékos közvetett, összesen 2,5 milliárd forint állami támogatás jelenti.

Bozóki András arról is beszámolt, hogy a kormány benyújtotta a filmes vagyon és a filmjogok rendezését célzó törvénymódosítást. Az állami tulajdonban lévő, stratégiaileg fontos cég, a Mafilm és a Magyar Filmlabor átkerül a Magyar Mozgóképek Közalapítványhoz. Ezenkívül az állami tulajdonú stúdiókban készült filmalkotások vagyoni jogait a Magyar Nemzeti Filmarchívum kezelésébe adják.

Miközben a filmtörvény életbe lépése óta jól érzékelhető a külföldi stábok megjelenése, az ember azt érzi, mintha a magyar filmek is megsokasodtak volna. Kapitány Iván, az idei filmszemlén debütáló Kútfejek rendező-producere, az Üvegtigris 1 társrendezője és társproducere szerint azonban ma nem készítenek több magyar filmet, mint korábban, csak az arányok változtak. A reklámszakmából átigazolt rendező úgy véli, kevesebb a „szerzői” film, amelyek alkotói elsősorban kritikai és fesztiválsikerekre hajtanak, ellenben több az olyan játékfilm, amelyek alapvető célja a minél több néző és bevétel.

Némileg másképpen látja a magyar film helyzetét a már számtalan magyar mozgóképek megszületése felett bábáskodó Kálomista Gábor. A legújabbban a közel 300 millió forintból készülő Csak szex és más semmi vagy a szintén az idei filmszemlén rajtoló Tibor vagyok, de hódítani akarok című film producere szerint több magyar alkotás készül az utóbbi években, ráadásul ennyit nem is bír el az ország. „Átestünk a ló túlsó oldalára, az idei szemlén már 36 játékfilmet mutatnak be; ennyi nem lehet üzletileg sikeres” – mondja borúlátóan a producer, aki szerint ez óhatatlanul néhány cég anyagi bukását vonja majd maga után. (fn.hu, 2006. 02. 01. és 02. 03., origo.hu, 2006. 02. 03., hvg.hu, 2006. 02. 26., stop.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), társaság

Dömpingáron jön a Digi Tv

Új, műholdas digitális szolgáltatást indítana Magyarországon Digi Tv néven a Teszári Zoltán nagyváradi milliárdos érdekeltségi körébe tartozó EMKTV. A társaság a dömpingáron kínált alapsomagjával komoly átrendeződést okozhatna a kábelszektorban is. A cég azonban egyelőre nem szerezte be a hatósági engedélyeket.

A mintegy 75 ezer előfizetővel szerződést kötött, s ezzel a negyedik legnagyobb hazai kábeltelevíziós vállalkozás, az EMKTV tervei szerint az ország teljes területén elérhető lenne új, digitális műholdas szolgáltatása (DTH). A cég eredetileg február 1-jén indította volna el a DTH-t, de a vételhez szükséges készülékek kiszállítása miatt csúszik a projekt.

A társaság dömpingáron, 2700 forintért kínál több, mint 30 magyar nyelvű programot az alapsomagban. Sőt az első évben előfizetési díj nélkül teszi elérhetővé a szolgáltatást. Az előfizetőknek a belépéshez mindössze a 21.600 forintba kerülő dekódert és a parabolaantennát kell megvásárolniuk.

Az EMKTV tulajdonosa, Teszári Zoltán a másik cégével, a Romanian Cable Systemsszel (RCS) nemrég hasonló jellegű szolgáltatást indított Romániában is, ahol azóta több tízezer előfizetőt gyűjtött. Az RCS egyben a legnagyobb román kábelszolgáltatónak is számít. Az EMKTV – amely információk szerint a Romániából műholdra fellőtt programok műsorelosztójaként szerződött a műsorszolgáltatókkal – még nem regisztráltatta új szolgáltatását a magyar hatóságoknál. Márpedig információk szerint a hatályos hazai médiatörvény kimondja, hogy a szolgáltatást, ha magyar cég végzi, be kell jelenteni. Ha pedig ezt megtette, akkor – annak ellenére, hogy országos szolgáltatást kínál – a törvények értelmében az egyharmados korlátozás alá esik a tevékenysége, vagyis az összes, 3,8 milliárd televíziós háztartás estében csak legfeljebb ennyiben lehet majd jelen.

A szolgáltató beruházásának megtérülése a piaci szereplők szerint megkérdőjelezhető, mert mint mondják: a társaság önköltségi ára oly mértékben meghaladja az előfizetési díjból származó bevételeit, hogy a cég már két év alatt milliárdos veszteséget érhet el.

Az induló új vállalkozás miatt a kábeles szolgáltatók azt tervezik, hogy a hatóságoktól kéri az ügy mielőbbi kivizsgálását. Tény: ha csak néhány tízezer előfizetőt sikerül szerezniük dömpingáras ajánlatukkal, már akkor jelentősen átrendeződhet a kábeltelevíziós piac. A szakma szerint a mintegy százmilliárd forintos forgalmú szektorban elsősorban a kisebb társaságok létét veszélyezteti az új kezdeményezés. A kábelrendszerek elértéktelenedése mellett visszaeshetnek a szélessávú kábelhálózat-fejlesztések, és megtorpanhat a triple play szolgáltatások elterjedése is. (vg.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, tartalomkínálat, szabályozás, fogadtatás (komm., reak.)

Az amerikaiak megelégték az internet cenzúrázását

Amerikai politikusok és jogvédő csoportok kritizálják a technológiai fejlődésben élenjáró cégek kínai stratégiáját. A Google, a Microsoft, a Cisco, és a Yahoo a kínai cenzúrával való együttműködése felháborítja az egész internetes közösséget.

Az amerikai kongresszus emberi jogokkal foglalkozó bizottsága szerint, mindazok mellett, hogy a cégek mindegyike igyekszik jelentős piaci részesedést szerezni az óriási fejlődés előtt álló piacon, etikátlan viselkedést tanúsítanak az ország jogsértő cenzúrájának segédkezve.

Tom Lantos szerint a hagyományos amerikai demokratikus viselkedési elvekkel ellentétes a cégek viselkedése, és mint ilyen még a profit reményében sem megengedhető a jogsértő magatartás támogatása.

A Google elismerte, hogy valóban cenzúrázza a találati oldalakat a kínai kormány elvárásainak megfelelően, védelmükre annyit hoztak fel, hogy keresőjükkel viszont könnyebben találnak rá más témákra a netezők. A Yahoo esetében a helyzet még rosszabb, mert tavaly olyan információt adtak ki a hatóságoknak, amely miatt egy a kormányt kínai újságíró börtönbe is került.

A vádak egy részét a négy vállalat azzal utasította vissza, hogy az amerikai kormány nem segít megoldani a kínai cenzúrákérdést. Valamint, hogy kínai működésük hozzájárul a helyi internethasználók jobb kiszolgálásához.

A cenzúra ellenes szervezetek azt követelik, hogy az internetes vállalatok vezessenek be egyfajta magatartási kódexet, amelyben deklarálják például a szólásszabadság és az emberi jogok alapkérdéseit. (fn.hu, 2006. 02. 02.)

fogadtatás (komm.)

Még több lesz az online hirdetés

Várhatóan az idén is 25-30 százalékkal nőhet majd a hazai online hirdetési piac. Novák Péter, a legnagyobb hazai online marketingcég, a Kirowski digitális marketing- és médiaüzletág igazgatója szerint 2006-ban ez akár másfél-két milliárd forintos növekedést jelenthet 2005-höz képest.

Jelezte azt is: a tavalyi évvel kapcsolatban, az előzetes várakozások szerint arra lehet számítani, hogy nettó hatmilliárd forintot költöttek el a cégek internetes hirdetésekre. Ebben benne vannak az álláshirdetésekre és az online direkt marketingre fordított összegek is. A magyar online hirdetési index (MOHI) legfrissebb adatai szerint a nagy hirdetők tavaly közel egymilliárd forinttal költöttek többet, mint 2004-ben. A MOHI-t alkotó nyolc internetes tartalomszolgáltató: a Habostorta, a Házipatika, az Index, a Napi Online, az Origo, a Portfólió, a Ringier Online, a Sanoma Online az álláshirdetések nélkül kalkulált online hirdetési piac 65-70 százalékát teszi ki. Legutolsó adatok szerint az ügynökségi jutalékkal csökkentett online reklámbevételük tavaly 3,44 milliárd forintot tett ki online direkt és a keresőmarketing nélkül.

Novák Péter szerint az idei évben a legnagyobb lendületet a labdarúgó-világbajnokság és a választások jelenthetik az online hirdetési piacon. Ezenkívül folyamatosan lehet az új belépőkre is számítani. Novák Péter úgy látja: a mindennapi fogyasztási cikket gyártó, úgynevezett FMCG-cégek többsége egyelőre nem ismerte fel a világhálóban rejlő lehetőségeket. Ha közülük néhány átcsoportosítja a büdzséjének egy kis részét, már az több száz millió forintos emelkedést generálhat.

A világ internetes hirdetési piaca az idén várhatóan 22,4 milliárd dollárt tesz ki, ez tavalyhoz képest közel 24 százalékos növekedést jelent – derül ki a ZenithOptimedia piackutató cég tanulmányából. A társaság előrejelzése szerint 2008-ban már közel 30 milliárd dollárt költenek el a hirdető az interneten. Ez a növekedési ütem jóval meghaladja a teljes hirdetési piacét, így az online reklám a tavalyi 4,6 százalék után 2008-ra már 6,4 százalékát adja a teljes szegmensnek. (vg.hu, 2006. 02. 01.)

gazdaság, fogadtatás (komm.)

Visszavágóra készül a nyomtatott média

A napilapokat tömörítő világszövetség, a párizsi székhelyű World Association of Newspapers (WAN) bejelentette, hogy erősen kifogásolhatónak tartják az internetes keresők, így a Google és a Yahoo gyakorlatát. Ezek a keresők szerintük ugyanis anélkül használják fel a nyomtatott sajtóban megjelenő tartalmak jó részét, hogy megfelelő kompenzációt nyújtanának, így előbb, vagy utóbb számolniuk kell a következményekkel. Konkrét perről, bosszúhadjáratról még nincs szó, a szövetség mindössze a rendelkezésre álló lehetőségeket igyekszik számba venni. A cél, hogy megvizsgálják, lehetséges-e valamilyen egységes keret, szabályrendszer kialakítása, amely meghatározná, és tisztázná a kiadók és az internetes keresőket üzemeltető cégek közötti kereskedelmi viszonyt. A szervezet tagjai elsősorban azt kifogásolják, hogy a keresők jórészt kompenzáció nélkül, teljesen ingyen hasznosítják a nyomtatott sajtóból származó anyagokat, és ez is hozzájárul ahhoz, hogy egyre inkább kiszorítják, felváltják a hagyományos médiát. Elismerik ugyanakkor, a keresők a forgalom növekedésében jótékony hatással voltak és vannak, de a tartalmak általuk kifogásolt felhasználása semmissé teszi ezt a kedvező folyamatot. (sg.hu, 2006. 02. 01.)

érdekképviselet, fogadtatás (komm. reak.)

A kalózkodás a mozireklámot is veszélyezteti

Egy felmérés szerint a moziban vetített reklámfilmekre 44 százalékkal jobban emlékeznek a nézők, mint a televízióban látottakra, a hirdetők érdeklődése mégis folyamatosan csökken, illetve egyre inkább az off-screen eszközökre koncentrálódik.

Sokat lendíthet a mozireklám helyzetén, ha Magyarországon is digitalizálják a reklámfilmeket – mondta Nagy Jenő, a CineReal Media Kft. ügyvezető igazgatója. Így megszűnhet a kópia gyártási költsége és csökkenhet a gyártási idő. Nagy Jenő úgy véli, bár a tavalyi év nem nevezhető jónak a mozireklám-szegmensben, nem kell még temetni a reklámhordozót, akár piaci bővülés is elképzelhető. A teljes reklámtortából különböző becslések szerint 0,3-0,9 százalék jut a mozimédiának. Nagy szerint az alacsony részesedés elsősorban nem az apadó nézőszámnak, hanem a rekláms-zakma hozzáállásának tulajdonítható.

Tény azonban, hogy tavaly Európa több államában – Spanyolországban, Csehországban, Németországban – 20 százalék feletti mértékben csökkent a mozilátogatók száma. Magyarországon 2002-ben több mint 15, tavaly 12,8 millió volt a nézőszám. Szakemberek szerint mindez elsősorban a házimozis elterjedésének köszönhető, a többség ugyanis már csak a sikerfilmeket nézi meg a filmszínházban. Ráadásul az illegálisan letöltött filmeknek köszönhetően már a DVD megjelenését sem kell megvárni, a bemutatóval egy időben otthon is megtekinthetők a filmek.

A piac sajátosságaira mutat rá az a jelenség, hogy míg Nyugat-Európában teljes kampányokat építenek a mozilátogatókra, Magyarországon inkább az off-screen hordozók válnak egyre népszerűbbé. Tavalyelőtt az off-screen költségek az összes mozireklám-bevételeknek csupán 3 százalékát tették ki, tavaly már tíz százalék volt a részesedésük – mondta Nagy. A szezonális ebben a szegmensben is megfigyelhető, az on-screen (mozis) reklámfelületekért a nagyobb látogatottságú tavaszi és őszi hónapokban kell többet fizetni. Az utóbbi években viszont kiegyenlítődni látszik a kereslet, s így feltehetően az idén már egységes lesz a reklámidők ára is. (sg.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

Másodpercenként születik egy új blog

Néhány esztendeje még nagyon kevesen tudták mi az a blog, napjainkra azonban az internetes naplók a mindennapok szerves részeivé váltak. A blogok szerepét ma már világszerte elismerik, népszerűségük töretlen.

A Technorati, egy a blogszférával foglalkozó specializált portál érdekes adatokat hozott nyilvánosságra: állításuk szerint másodpercenként jön létre egy új online napló és naponta

75.000 blog születik, amelyekhez összesen 1,2 millió új bejegyzés társul. Jelenlegi becslések szerint 27 millió internetes napló lehet világszerte, ez nyolcmillióval több, mint amennyit tavaly októberben regisztráltak. A növekedési folyamat egyre jobban megfigyelhető: a Technorati statisztikája szerint elvileg öt és félhavonta megduplázódik a blogok száma.

A blogírás mára általános tevékenységgé vált és nem csak a magánemberek, hanem komoly cégek is indítottak ilyeneket tevékenységük támogatására. A blogok többségét rendszeresen frissítik, de persze nem ritka az sem, hogy valaki belekezd a naplóírásba, azután hónapokig vagy évekig nem születik új bejegyzés. A jelentésből kiderül, hogy 13,7 millióra tehető a megjelenésüket követő harmadik hónapban is aktív blogok száma, 2,7 millió blogger pedig legalább hetente egyszer frissíti naplóját. A kaliforniai vállalat szerint sajnos egyre jellemzőbb a különböző spam- vagy spamre utaló tevékenységek megjelenése a blogvilágban. Közvetve ide tartoznak azok a naplók is, amelyeknek célja kizárólag a pénzkeresés, vagy a látogatók más oldalra terelése. Jelenleg a blogok kilenc százaléka csak ezzel foglalkozik. (sg.hu, 2006. 02. 09.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

Az EU-ban nem figyelnek eléggé a szülők a netező gyermekekre

Az Európai Unió médiaügyi biztosa megbízásából készített felmérésből kiderül, hogy a szülők nem szentelnek kellő figyelmet gyermekeik internetes szokásaira, és csak kevesen felügyelik e téren a kiskorúakat.

A megkérdezett szülőknek csak 20%-a köti valamely feltételhez a világháló használatát. A leggyakoribb a szóbeli tiltás (55%), hogy bizonyos honlapokat ne látogassanak. A felnőttek 53%-a a weben eltöltött időt igyekszik korlátozni, míg csupán 35%-uk tiltja meg kicsinyeinek, hogy személyesen is találkozzanak olyanokkal, akikkel a hálón kötöttek ismeretséget. Az illegális zene- illetve filmletöltés tilalmára csupán a korlátozást alkalmazó szülők 19%-a hívja fel gyermeke figyelmét. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 09.)

fogadtatás (komm., reak.)

Még évekig lesz Nap-Kelte

Az MTV szerződést hosszabbított Gyárfás Tamás cégével, de jövőre azért már nem lesz Nap-nyugta. Jövő január elsejétől megszűnik a délutáni ismétlés, a Nap-nyugta, kevesebb hirdetés lesz a műsorban, amely a hétfvégen a mostaninál egy órával korábban, reggel nyolckor véget ér, ugyanakkor továbbra is reklámidővel fizet a produkcióért a Magyar Televízió – mondta el Czeglédi László, a közalapítvány kuratóriumának elnöke.

Czeglédi szerint mindez: „ez előnyös számunkra is”, ugyanis a produkció évi 360 millió forintos költségeit nem tudnák hirdetési bevétellel előteremteni a reggeli műsorsávban, ha az MTV maga értékesítené a reklámidőt. Továbbra is a szerződés része, hogy a Nap-keltének ebben a sávban a legnézettebbnek kell maradnia. (index.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Tovább növelte bevételét a Sláger

Kilenc százalékkal, 4,7 milliárd forintra növelte (ügynökségi jutalékokkal és év végi bónuszokkal együtt kalkulált) nettó árbevételét tavaly 2004-hez képest az amerikai Emmis tulajdonában lévő Sláger rádió. Mindez a korábbi két év markáns növekedési üteméhez képest mérsékeltebb bővülést jelent – ismerte el Heal Edina, a rádió vezérigazgató-helyettese.

Egyelőre nehéz pontosan megmondani, miként is alakult a piac 2005-ben, szakértők mindenesetre 0 és 5 százalék közötti csökkenést jósolnak.

Csak szerény emelkedéssel lehet számolni a teljes piacot tekintve idén is, a rádiós reklámokra ezúttal a választások és a labdarúgó-világbajnokság lehet jótékony hatással. Igaz előbbieket összességében legfeljebb százmilliós tételt jelentenek a piacon lévő adóknak. Összehasonlításképpen: ekkora bevétellel számol a Magyar Televízió is a választások kapcsán befolyó hirdetési pénzekből. A Sláger erősödő kereskedelmi pozícióját a

hallgatottsági adatok is alátámasztják. A korábban nem kifejezetten a 18–49 éves korcsoportot megcélzó adó tavaly a hirdetőik számára fontos korcsoportban is – országos szinten – minimális különbséggel megelőzte a közönségarányokat figyelembe véve a legnagyobb riválisát, a Danubius rádiót, és csekély mértékben, de tovább nőtt a különbség a Sláger javára a teljes lakosság körében is – a fővárosban éppúgy, mint országosan.

Ugyanakkor az a tendencia is megfigyelhető, hogy valamelyest – statisztikailag nem túl jelentős mértékben – csökken a rádióhallgatók száma. Szakértők szerint ennek egyik fő oka lehet az is, hogy a két nagy országos adó hasonló zenét sugároz azóta, hogy a Sláger erőteljesebben összpontosít a fiatalokra. Ezzel egyes vélemények szerint egy réteg kiszorult a rádiózásból. A Szonda hallgatottsági adataiból kiderül: amíg az összes adó 2004-ben átlagosan naponta a felnőtt lakosság 83,7 százalékát érte el, addig ez az arány 2005-re 79 százalékra csökkent országosan a teljes (15 éves és annál idősebb) lakosság körében, és hasonló mértékű visszaesést regisztráltak Budapesten is. Nincs ez másképp a 18–49 évesek körében sem, ahol a fővárost tekintve 2005-re 74,3 százalékra zsugorodott az elérés a 2004-es 79,9 százalékról. A Szonda szerint az adatok alakulásában közrejátszhatnak a 2004. év során a mérésben érvényesített módszertani változtatások hatásai is. (vg.hu, 2006. 02. 15.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

Csak SMS-ezünk és telefonálunk – minek okosodnak a mobilok?

A TNS piackutató cég legfrissebb, Németországban elvégzett méréseken alapuló tanulmányából kiderül, hogy a közel 1.500 megkérdezett mobil előfizető több mint háromnegyede (75,4 százaléka) elsősorban hanghívásokra használja mobilját, az SMS-ezők aránya pedig még ennél is magasabb: 79 százalék!

Az SMS-énél már jelentősen kisebb a népszerűsége az MMS-nek, ugyanis a megkérdezetteknek kevesebb mint egynegyede, vagyis 24,6 százaléka szokott telefonjával multimédiás üzeneteket, fényképeket küldeni, illetve fogadni. A mobiltelefonjukon elektronikus levelezést folytatók aránya mindössze 8 százalék, mobil zeneletöltést pedig az előfizetők alig 6,1 százaléka szokott folytatni.

A 3G jelenleg még nem igazán csigázza fel az előfizetőket, lévén, hogy a német mobilosoknak csak alig több mint 2 százaléka rendelkezik UMTS kompatibilis mobiltelefonnal, vagy notebook adatkártyával. Elgondolkodtató továbbá, hogy a 3G készüléket jelenleg még nem birtoklóknak csak 5,4 százaléka mutat érdeklődést a harmadik generációs mobiltelefonia iránt. (terminal.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

T-Online: „A szélessáv terjedése nem sikertörténet”

Az idén tömeges méretekben fognak megjelenni új típusú szélessávú szolgáltatások, és megkezdődik a platformok versenye, amelyben a szolgáltatóknak, a szabályozóknak és a forrásokat biztosító államnak is meg kell találniuk helyüket – hangoztatták a távközlési piac szakértői a Hírközlés 2006 konferencián Budapesten.

Simó György, a T-Online vezérigazgatója szerint a pazarlás és az allokáció hiánya veti vissza az ágazat fejlesztését. Kiemelte, hogy a második Nemzeti Fejlesztési Tervben (II. NFT) a konvergenciát nem definiálták húzóelemként. Nem látja, hogy a politikai párbeszéd az egészségügy és az autópálya mellett a szélessáv felé is eltolódott volna. „A szélessáv terjedése nem sikertörténet” – jelentette ki a vezérigazgató, és utalt arra, hogy a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma a 2004-es 3,1 után tavaly még mindig csak 5,2-re nőtt, amivel Magyarország az uniós lista végén áll. Ismertetése szerint a szélessávú penetráció a tavaly mért 13 százalékról 2008-ra várhatóan 33 százalékra nő.

A vezérigazgató a piac új elemeként az internetes televíziózás turbulensen fejlődő technológiáját említette. Vélekedése szerint a szélessáv nyújtotta új lehetőségek között a vállalatok a kitorés irányát keresik.

A szintén fejlődő, mobiltelefonon keresztüli televíziós műsorszolgáltatásról szólva

hangsúlyozta: kérdés, hogy ezt a kereskedelmet folyamatosan generáló célokra használják-e majd, és beépül-e szervesen a fogyasztási kultúrába. Egy felmérés adatai alapján elmondta, az internet használata szorosan összefügg az iskolázottsággal, a lakóhellyel és az életkorral. Szólt arról, hogy a háztartások 65 százalékát adó 60 éven felüliek körében mindössze 6 százalékra tehető az internethasználat.

A piac szabályozásáért felelős Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) feladata az internet alapú televíziós műsorszolgáltatás szabályozási háttérének megalkotása – mondta Rozgonyi Krisztina, a hatóság tanácstagja. Úgy vélte, hogy a fejlesztéseket az elavult médiaszabályozás, és a koncepciótlan médiapolitika gátolja, ezért az NHH az új technológiák megjelenését semmilyen módon nem gátló, versenyközpontú szemléletrendszer kialakítását is célul tűzte ki. (sg.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, szabályozás, fogadtatás (komm.), rendezvény

Átadták Minőségi Újságírást-díjakat

A Minőségi Újságírást Alapítvány átadta a 2005. évi Minőségi Újságírást-díjakat. Az elismerésben 15 újságíró részesült.

A Minőségi Újságírást-díjat – 1997-es alapítása óta – minden hónap elején, az előző hónapban nyomtatásban vagy interneten megjelent cikkek közül válogatva ítéli oda egy vagy két írás szerzőjének (szerzőinek) az Alapítvány által felkért, szerkesztőkből álló, független zsűri.

A 2005-ben díjazott szerzők és cikkeik:

Január: Gaal Ilona – Miklósi Gábor: Félmunka (Magyar Narancs)

Február: Szily László: Epiláltatott-e Szent Margit? (Index)

Március: Farkas Adrienne: Sir Anthony portása (Magyar Nemzet)

Április: Lovas Judit: Felejtésadó (Figyelő)

Május: Rajnai Attila: Tokaji borsaták I-IV. (Élet és Irodalom)

Június: Sággy Erna: Integrálás alapfokon (Figyelő)

Július: Legát Tibor: A Tisza virága (Magyar Narancs)

Augusztus: Romhányi Tamás: Lélegző robot (Népszabadság)

Szeptember: Mészáros Antónia: Az állampolgár-riporter (Népszabadság)

Október: G. Tóth Ilda: Senki többet? Másodsor! (HVG)

November: Simon Andrea: A világ közepén (Magyar Narancs)

Tanács Gábor: Rozs helyett olajfoltot terem a föld (Szabad Föld)

December: Bundula István: Kapituláció (Magyar Narancs)

Makai József: Majdnemország (Magyar Hírlap)

(hullamvadasz.hu, 2006. 02. 21.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Magyarország: 102 millió dollár veszteség a filmkalózkodás miatt

Az IIPA (International Intellectual Property Alliance) amerikai szerzői jogvédő szervezet nyilvánosságra hozta éves felmérését az egyes országok kalózkodási adatairól, mely szerint Magyarország „előkelő” helyet foglal el a megfigyelni kívánt országok listáján. A közzétett adatok szerint Magyarországon 2005-ben a filmkalózkodásból származó veszteség 102 millió dollár volt, és ez a szám nem tartalmazza a magyar és egyéb nem amerikai alkotásokat sértő veszteségeket.

Magyarország évek óta szerepel az ellenőrizni kívánt országok „kalózlistáján”. Mellette szerepel még például Lengyelország, Görögország, Olaszország, Románia és Brazília. Ezeknél az országoknál is nagyobb figyelmet igényel például Kína, Ukrajna, Törökország és Izrael.

Magyarországon a kalózkodásból származó egy főre eső veszteség 2005-ben 23,6 dollár volt, mellyel a világranglistán a negyedik helyet foglaljuk el. Az első helyen Franciaország áll 35,8 dollárral, a második helyet Spanyolország foglalja el 25,8 dollárral, ezen országot pedig

Nagy-Britannia követi 24,6 dollárral.

Az IIPA kiadvány szerint Oroszország jelenti a legnagyobb veszélyt a film – és a szoftveriparra egyaránt, mivel ott 2005-ben 81 százalékos volt a kalózfilmek és 85 százalékos a kalózszoftverek aránya.

Az IIPA jelentését elküldi az Amerikai Egyesült Államok gazdasági hatóságainak és befektetői szervezeteinek is, s ez károsan hathat a Magyarországra irányuló, különösen a Hi-Tech, beruházásokra, amelyek fokozottan igénylik a helyi hatóságok szellemi tulajdon védelmére irányuló aktivitását. (terminal.hu, 2006. 02. 22.)

gazdaság, fogadtatás (komm.)

Kovács Kálmán: önmagában nem elegendő az internethozzáférés biztosítása

A nyugati országrészben lényegesen magasabb az internet használata, pedig Kelet-Magyarországon az internethozzáférési lehetőség jóval nagyobb; ez azt jelenti, hogy önmagában nem elegendő ennek biztosítása – közölte az informatikai és hírközlési miniszter. Hozzátette: meg kell ismernie az embereknek, hogy „miért jó ennek a használata”, és ha ez megtörtént, hirtelen fölzárkózik a térség is. Az egyik legfontosabb cél, hogy idén legalább 10-15 százalékkal csökkenjenek a mobil, illetve az internetezési tarifák, ugyanis a hazai jövedelmekhez képest ezek az árak még mindig magasak – mondta.

A másik program szerint el kell érni, hogy tíz éven belül minden magyar háztartásban legyen internet, „a rácsatlakozási lehetőség legyen olyan természetes, mint a gázszolgáltatás az utcában” – tette hozzá. A tervek szerint a komputerok segítségével 2010-re teljesen „számúzik” a papírt a hivatalokból, „ez olyan nagy változást fog hozni, ami valóban megteremt egy olcsóbb, hatékonyabb államnak a működési feltételeit” – mondta a szaktárca vezetője. (prim.hu, 2006. 02. 20.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.), gazdaság, technológia

Kevés szót kapnak a nők a médiában

A Global Media Monitoring Project kutatásában 76 országban vizsgálták a napilapokat, rádióállomásokat és a televíziós csatornákat. A magazinokat és az internetes felületeket nem vették górcső alá.

A kutatók arra voltak kíváncsiak, hogy a hírek hány százaléka kapcsolódik valamilyen formában a nőkhöz. Azokat a megjelenéseket összegezték, amelyekben híradások a nőkről szóltak, vagy legalább egy hölgy nyilatkozott a témában. Ezeknek a kritériumoknak a híradások 21 százaléka felelt meg. A felmérés szerint a média területén dolgozó nők aránya világszerte alacsony. A televízióknál dolgozó szerkesztő-riporterek csak 22 százaléka nő, rádióknál pedig még kevesebben (17 százalék) vannak.

A médiában dolgozó nők esélyegyenlőségéért több kezdeményezés is indult már Magyarországon. 2003-ban például Női Média Lobby néven húsz médiaszemélyiség és kommunikációs szakértő alapított szervezetet. (index.hu, 2006. 02. 24.)

érdekképviselet, fogadtatás (komm.)

Fogyasztás

Fokozatosan magára talál a magyar film

A magyar filmek 2002-ben 732 millió forintos jegyár-bevételt értek el, és bár 2003-ban ez csaknem a felére, 384 millióra csökkent, 2004-ben és 2005-ben egyaránt túllépték az egymilliárd forintos határt. Ez különösen annak fényében nagy eredmény, hogy a nem magyar filmekből befolyó jegyár-bevétel fokozatosan mérséklődött, így a 2002-es 10,3 milliárddal szemben tavaly csak 8,5 milliárd forint jött össze. A filmforgalmazók adatközlése alapján tavaly összesen 19 magyar filmet mutattak be; több mint 34.00 előadásra 1,3 millió néző váltott jegyet.

A tavaly februárban mozikba került Sorstalanságra majdnem 450 ezren voltak kíváncsiak, a jegybevétel 265 millió forint volt. A 33 kópiával forgalmazott filmet 6666 előadáson láthatták a nézők – derül ki a 37. Magyar Filmszemle hivatalos katalógusában közölt adatsorból.

Az Egy szoknya, egy nadrág, Gyöngyössy Bence filmjét 254 ezren látták, ez 226 millió forintos bevételt eredményezett. A harmadik legnépszerűbb tavaly bemutatott mozgóképe a Csudafilm volt; a Ragályi Elemér által rendezett alkotást, amely januárban került a mozikba, 180 ezres látogatószám és 124 millió forintos jegybevétel jellemezte. A forgalmazók rangsorát – a filmjeik által vonzott nézők számát alapul véve – a Hungaricom vezette, amely a Csudafilm, a Le a fejjel és a Csak szex és más semmi című filmmel szerepelt; az alkotásokat 480 ezren látták. A második helyre az Intercom került az általa forgalmazott egyetlen magyar filmmel, a Sorstalansággal. A sorban a harmadik a Best Hollywood volt az Egy szoknya, egy nadrág című alkotással. (stop.hu, 2006. 02. 02. és fn.hu, 2006. 02. 03.)

gazdaság, fogyasztás

Kevés a magyar netező

Az internet magyarországi elterjedtsége és kihasználtsága messze elmarad az európai átlagtól, hiszen a kontinensen 41,8 százalék az internethasználók aránya a Fessel-GfK 37 országgra kiterjedő felmérése szerint. Albánia a sereghajtó, azonban hazánk is csak a 29. helyen végzett.

A magyar adatok gyakorlatilag megegyeznek a csupán három százalékkal lemaradó Romániáéval, s a Visegrádi Négyek mindegyik tagállama megelőz minket. Az internet elterjedtségében erős észak-déli, illetve nyugat-keleti megosztottságot figyelhetünk meg Európán belül. A 15 évnél idősebb lakosság körében (Észtország, Svédország, Franciaország, Csehország, Norvégia, Dánia és Hollandia esetében ennél fiatalabb korosztályra is kiterjedt a vizsgálat), 37 ország bevonásával végzett kutatás tanúsága szerint a skandináv országokban 70 százalék feletti azoknak az aránya a társadalmon belül, akik rendszeresen használják a világhálót. A lista végén – nem nagy meglepetésre – a legkevésbé fejlett országok, így Albánia, Ukrajna és Macedónia állnak. Albániában a lakosság alig 1 százaléka használja az internetet. A hazaihoz képest magas európai átlag is jóval elmarad azonban az Egyesült Államokban mérttől, ahol mintegy 70 százalékos az internethasználók aránya a társadalmon belül.

A legfrissebb hazai kutatási adatok szerint Magyarországon a legalább havi rendszerességgel internetezők 14 százaléka használja az internetet vásárlásra, viszont ennél lényegesen több, 53 százalékuk keres információt a világhálón a (akár online, akár hagyományos) vásárlásokat megelőzően.

Az online vásárlók alacsony, 14 százalékos aránya valószínűleg nem indul növekedésnek a közeljövőben sem, ugyanis a havi rendszerességgel internetezők mindössze egynegyede mutat hajlandóságot a netes vásárlásra. (computerworld.hu, 2006. 02. 03.)

fogyasztás

Tévécatorna indult német álláskeresőknek

A német JobTV24 többek közt munkalehetőségekről tájékoztatja az álláskeresőket. A JobTV24-ben reggel félt tíztől délután fél hatig mutatkoznak be a munkaerőt kereső vállalatok, emellett a munkakereséshez is tanácsot adnak a munkanélkülieknek. A televízió 12 millió potenciális nézővel számol. Egymillió állás betöltetlen a szövetségi köztársaságban. (origo.hu, 2006. 02. 01.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Egyre több brit kíváncsi gyermekpornóra

Emelkedik azoknak a briteknek a száma, akik gyermekpornográfiát ábrázoló internetes oldalakat próbálnak letölteni – közölte a British Telecom, amely külön szűrőprogrammal igyekszik akadályozni a hozzáférést az ilyen tartalmakhoz. A legnagyobb brit távközlési szolgáltató csak az utóbbi négy hónapban napi 35 ezer ilyen próbálkozást hiúsított meg saját hálózatán. Amikor a BT 2004 nyarán üzembe helyezte Clean Feed (körülbelül: Tiszta forrás) nevű szűrő és blokkoló programját, a gyermekpornót tartalmazó internetes oldalak letöltésére tett kísérletek száma alig haladta meg a napi 10 ezret. Ezzel egy időben erősen emelkedik a gyermekpornót kínáló honlapok száma is: az illegális tartalmak figyelésére alakult, Internet Watch Foundation nevű brit szervezet tavaly hatezer ilyen internetes címet azonosított az előző évben bemért 3500 után. A brit törvények drákói szigorral büntetik a gyermekpornográfiát: az ilyen irodalom terjesztői, sőt birtoklói is – minősített esetben – tíz évi fegyházra számíthatnak felelősségre vonás esetén. (index.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

A kalózkodás a mozireklámot is veszélyezteti

Egy felmérés szerint a moziban vetített reklámfilmekre 44 százalékkal jobban emlékeznek a nézők, mint a televízióban látottakra, a hirdetők érdeklődése mégis folyamatosan csökken, illetve egyre inkább az off-screen eszközökre koncentrálódik.

Sokat lendíthet a mozireklám helyzetén, ha Magyarországon is digitalizálják a reklámfilmeket – mondta Nagy Jenő, a CineReal Media Kft. ügyvezető igazgatója. Így megszűnhet a kópia gyártási költsége és csökkenhet a gyártási idő. Nagy Jenő úgy véli, bár a tavalyi év nem nevezhető jónak a mozireklám-szegmensben, nem kell még temetni a reklámhordozót, akár piaci bővülés is elképzelhető. A teljes reklámtortából különböző becslések szerint 0,3-0,9 százalék jut a mozimédiának. Nagy szerint az alacsony részesedés elsősorban nem az apadó nézőszámnak, hanem a rekláms-zakma hozzáállásának tulajdonítható.

Tény azonban, hogy tavaly Európa több államában – Spanyolországban, Csehországban, Németországban – 20 százalék feletti mértékben csökkent a mozilátogatók száma. Magyarországon 2002-ben több mint 15, tavaly 12,8 millió volt a nézőszám. Szakemberek szerint mindez elsősorban a házimozis elterjedésének köszönhető, a többség ugyanis már csak a sikerfilmeket nézi meg a filmszínházban. Ráadásul az illegálisan letöltött filmeknek köszönhetően már a DVD megjelenését sem kell megvárni, a bemutatóval egy időben otthon is megtekinthetők a filmek.

A piac sajátosságaira mutat rá az a jelenség, hogy míg Nyugat-Európában teljes kampányokat építenek a mozilátogatókra, Magyarországon inkább az off-screen hordozók válnak egyre népszerűbbé. Tavalyelőtt az off-screen költségek az összes mozireklám-bevételeknek csupán 3 százalékát tették ki, tavaly már tíz százalék volt a részesedésük – mondta Nagy. A szezonális ebben a szegmensben is megfigyelhető, az on-screen (mozis) reklámfelületekért a nagyobb látogatottságú tavaszi és őszi hónapokban kell többet fizetni. Az utóbbi években viszont kiegyenlítődni látszik a kereslet, s így feltehetően az idén már egységes lesz a reklámidők ára is. (sg.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

Több mint 40 ezer néző a Filmszemlén

A vasárnap esti pénztárzárásig 42818 jegyet váltottak a 37. Magyar Filmszemlére. A nagy érdeklődésre való tekintettel a szervezőknek egyre több – eddig már csaknem harminc – pótvétítést kellett beiktatniuk. A játékfilmek közül változatlanul A gyertyák csonkig égnek a legnépszerűbb, a dokumentumfilmek közül a Gólyameséből, A menekülő egyetemből, a Cérnaszálonból, A fekete kutyából, az Érintettek II-ből és a Scampolóból kellett pótvétítést programba iktatni – közölte a szemle sajtóirodája. (ma.hu, 2006. 02. 06.)

fogyasztás

Svájc: alanyi jog a szélessávú internethez

A svájci kormány, a Bundesrat elé került az a tervezet, miszerint minden svájci állampolgárnak, illetve a hosszabb ideje az országban élőknek alanyi jogon járna a nagy sávszélességű internethozzáférés.

Svájcban létezik egy hivatalosan „telekommunikációs alapellátás” névvel ihletett csomag, az új javaslat ezt bővítené ki.

Arról, hogy milyen területek és technológiák tartoznak a telekommunikációs alapellátások körébe, folyamatosan egyeztet egymással a svájci szövetségi kormány és a törvényhozás. Amint megszületik a törvénykiegészítés, a Comcom nevű svájci távközlési felügyelet kiírja a koncessziókat. Svájcban 2004 végén a háztartások 15,7 százaléka rendelkezett szélessávú internethozzáféréssel. 2001 végén ez az arány még csak 2,2 százalék volt. (sg.hu, 2006. 02. 10.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

Másodpercenként születik egy új blog

Néhány esztendeje még nagyon kevesen tudták mi az a blog, napjainkra azonban az internetes naplók a mindennapok szerves részeivé váltak. A blogok szerepét ma már világszerte elismerik, népszerűségük töretlen.

A Technorati, egy a blogszférával foglalkozó specializált portál érdekes adatokat hozott nyilvánosságra: állításuk szerint másodpercenként jön létre egy új online napló és naponta 75.000 blog születik, amelyekhez összesen 1,2 millió új bejegyzés társul. Jelenlegi becslések szerint 27 millió internetes napló lehet világszerte, ez nyolcmillióval több, mint amennyit tavaly októberben regisztráltak. A növekedési folyamat egyre jobban megfigyelhető: a Technorati statisztikája szerint elvileg öt és félhavonta megduplázódik a blogok száma.

A blogírás mára általános tevékenységgé vált és nem csak a magánemberek, hanem komoly cégek is indítottak ilyeneket tevékenységük támogatására. A blogok többségét rendszeresen frissítik, de persze nem ritka az sem, hogy valaki belekezd a naplóírásba, azután hónapokig vagy évekig nem születik új bejegyzés. A jelentésből kiderül, hogy 13,7 millióra tehető a megjelenésüket követő harmadik hónapban is aktív blogok száma, 2,7 millió blogger pedig legalább hetente egyszer frissíti naplóját. A kaliforniai vállalat szerint sajnos egyre jellemzőbb a különböző spam- vagy spamre utaló tevékenységek megjelenése a blogvilágban. Közvetve ide tartoznak azok a naplók is, amelyeknek célja kizárólag a pénzkeresés, vagy a látogatók más oldalra terelése. Jelenleg a blogok kilenc százaléka csak ezzel foglalkozik. (sg.hu, 2006. 02. 09.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

Megháromszorozódott az internetes zeneforgalom

A Hanglemezkiadók Nemzetközi Szövetsége által közzétett legfrissebb adatok szerint 2005-ben megháromszorozódott a digitális formátumú zenék netes forgalma, elérve az 1,1 milliárd dolláros értéket.

A fenti bevételek mintegy 40%-át a mobiltelefonos csengőhangok és dallamok teszik ki, jól rávilágítva a mobilos multimédiás tartalmak piacában rejlő lehetőségekre. A fennmaradó 60% az internetről letöltött mp3 és egyéb tömörített digitális formátumú zeneszámokat jelenti, elsősorban az iPod és más hordozható lejátszók, illetve az ezekhez társuló online

zeneáruházak sikeréből táplálkozva. Ezzel az eredménnyel a digitális szegmens a teljes zenepiac mintegy 6%-át teszi ki, miközben alig két évvel ezelőtt még a mérhető mennyiséget sem érte el. Ez azonban egyelőre nem sokat segít a teljes ágazaton: az összesített zeneeladások 2005 második félévében például 13,2 milliárd dollárra estek vissza az első hat hónapban mért 13,4 milliárdhoz viszonyítva.

A zeneipar jelenleg a szigor és a mézesmadzag eszközét egyaránt alkalmazni igyekszik az illegális zeneterjesztőkkel, illetve letöltőkkel szemben: miközben eddig közel 20 ezer fájlmelegosztó ellen indult bírósági eljárás, addig a legális internetes zeneáruházak száma két év alatt 50-ről 335-re nőtt. A RealNetworks Rhapsody, a Napster a Yahoo Music és mások által kínált fix havidíjas szolgáltatások előfizetői tábora eközben 1,5 millióról 2,8 millióra nőtt az említett időszakban. Szakértők szerint egyébként még az idei év során elindulhat egy a Kazaa és más P2P hálózat zeneforgalmának legalizálásához vezető folyamat azáltal, hogy a cégek a jogvédett tartalmakat kiszűrő és megjelölő alkalmazásokat telepítenek majd a fájlcsere szoftverekre. (zene.hu, 2006. 02. 09.)

gazdaság, fogyasztás, technológia

Tarol az online fogadás

Minden harmadik sportfogadás már az interneten zajlik Magyarországon – állítja a saját magyar nyelvű online portált működtető Sportingbet Plc., amely 2,78 milliárd dolláros forgalmával a világ legnagyobb internetes bukmékerirodája. A társaság jelzése szerint a hazai sportfogadási piac jelenleg mintegy 19 milliárd forintra tehető, ebből a Szerencsejáték Zrt. (SZSZRT) online még mindig nem játszható tippmixe 12 milliárddal veszi ki részét. Mindez azt is jelenti, hogy a Sportingbet és az ugyancsak magyar nyelvű online fogadóportált működtető Betandwin.com, valamint az Expekt.com hétmilliárd forintot osztozik. A Sportingbetnek jelenleg már több mint 23 ezer felhasználója van, a társaság jelzése szerint általában kétezer regisztrációval bővül havonta, míg naponta 8-900-an vesznek részt a sportfogadásban, és 5-600-an pókereznek.

2004-ben 8,2 milliárd dollárt, 2005-ben pedig már 12 milliárdot költöttek el az online szerencsejátékokra világszerte, és ez az összeg várhatóan közel 10 milliárddal növekszik 2010-ig. A két évvel ezelőtt még a teljes szerencsejáték-piacból csak háromszázalékos részesedést ért el az internet, 2010-re azonban már meghaladja a nyolc százalékot. A sportfogadások mellett dinamikusan emelkedik az online póker forgalma is: amíg 2002-ben még csak 92 millió dollárért pókereztek a neten, addig 2004-re már több mint egymilliárdot költöttek el hasonló céllal. (vg.hu, 2006. 02. 08.)

fogyasztás, gazdaság

Digitális tévé: nem lesz egységes európai szabályozás?

Az Európai Bizottság szerint nincs szükség külön európai uniós szabályozásra a digitális televíziózás területén. A szakemberek úgy vélik, hogy amennyiben ilyen szabályozásra sor kerül, azt jobb, ha maguk a piaci szereplők végzik el.

Az interaktív digitális televízió tartalmaz egy olyan kiegészítő csatornát, amelyen keresztül a nézők képesek kommunikálni a műsorszolgáltatóval és így például részt vehetnek interaktív játékokban, vetélkedőkben. Ehhez azonban szükség lenne egy egységes európai szabványra, illetve az európai szakembereknek meg kellene állapodniuk egy közös formátumban. Az Európai Bizottság azt javasolta, hogy egy nyíltan hozzáférhető, több rendszerrel is kompatibilis fejlesztői felületet (API-t) hozzanak létre. A testület állásfoglalása rámutatott arra, hogy ennek a megoldásnak köszönhetően az egyes tagországokban bármilyen digitális televíziós szabvány elterjedhet és a piaci igények határozzák majd meg, hogy melyik államban melyik szabvány fog érvényesülni.

Az Európai Bizottság információi szerint a kontinensen jelenleg több mint 47 millió digitális televízióadást dekódoló készülék van üzemben, ezek közül 26 millióban van gyári API, és 4 millióban a testület által is támogatott nyílt szabvány, az MHP.

Magyarországon – bár még csak készül a digitális tévészéről szóló jogszabály – az Antenna Hungaria Rt. már 2004. október 12-én elindította a DVB-T szolgáltatást, vagyis a digitális földfelszíni televízió műsorszórását. (sg.hu, 2006. 02. 08.)

EU, fogyasztás, szabályozás, technológia

Hazánkban ugrott legnagyobb a szélessávú előfizetések aránya

A szélessávú előfizetések száma 65 százalékkal 413 ezerre nőtt, a kábeltelevíziós hálózaton keresztüli szélessávú előfizetésekkel együtt pedig ez a szám 2005 végén az NHH becslései szerint elérte a 600 ezret. A mobiltelefon-előfizetők száma nőtt, a felhasználói árak csökkentek. Ugyanakkor a három szolgáltató előfizetőinek száma a tavalyi év során 600 ezerrel 9,32 millióra, a penetráció több mint 6 százalékponttal 92,4 százalékra. (hvg.hu, 2006. 02. 13.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Tovább növelte bevételét a Sláger

Kilenc százalékkal, 4,7 milliárd forintra növelte (ügynökségi jutalékokkal és év végi bónuszokkal együtt kalkulált) nettó árbevételét tavaly 2004-hez képest az amerikai Emmis tulajdonában lévő Sláger rádió. Mindez a korábbi két év markáns növekedési üteméhez képest mérsékeltebb bővülést jelent – ismerte el Heal Edina, a rádió vezérigazgató-helyettese.

Egyelőre nehéz pontosan megmondani, miként is alakult a piac 2005-ben, szakértők mindenesetre 0 és 5 százalék közötti csökkenést jósolnak.

Csak szerény emelkedéssel lehet számolni a teljes piacot tekintve idén is, a rádiós reklámokra ezúttal a választások és a labdarúgó-világbajnokság lehet jótékony hatással. Igaz előbbiek összességében legfeljebb százmilliót tételt jelentenek a piacon lévő adóknak. Összehasonlításképpen: ekkora bevétellel számol a Magyar Televízió is a választások kapcsán befolyó hirdetési pénzekből. A Sláger erősödő kereskedelmi pozícióját a hallgatottsági adatok is alátámasztják. A korábban nem kifejezetten a 18–49 éves korcsoportot megcélzó adó tavaly a hirdetőik számára fontos korcsoportban is – országos szinten – minimális különbséggel megelőzte a közönségarányokat figyelembe véve a legnagyobb riválisát, a Danubius rádiót, és csekély mértékben, de tovább nőtt a különbség a Sláger javára a teljes lakosság körében is – a fővárosban éppúgy, mint országosan.

Ugyanakkor az a tendencia is megfigyelhető, hogy valamelyest – statisztikailag nem túl jelentős mértékben – csökken a rádióhallgatók száma. Szakértők szerint ennek egyik fő oka lehet az is, hogy a két nagy országos adó hasonló zenét sugároz azóta, hogy a Sláger erőteljesebben összpontosít a fiatalokra. Ezzel egyes vélemények szerint egy réteg kiszorult a rádiózásból. A Szonda hallgatottsági adataiból kiderül: amíg az összes adó 2004-ben átlagosan naponta a felnőtt lakosság 83,7 százalékát érte el, addig ez az arány 2005-re 79 százalékra csökkent országosan a teljes (15 éves és annál idősebb) lakosság körében, és hasonló mértékű visszaesést regisztráltak Budapesten is. Nincs ez másképp a 18–49 évesek körében sem, ahol a fővárost tekintve 2005-re 74,3 százalékra zsugorodott az elérés a 2004-es 79,9 százalékról. A Szonda szerint az adatok alakulásában közrejátszhatnak a 2004. év során a mérésben érvényesített módszertani változtatások hatásai is. (vg.hu, 2006. 02. 15.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

Csak SMS-ezünk és telefonálunk – minek okosodnak a mobilok?

A TNS piackutató cég legfrissebb, Németországban elvégzett méréseken alapuló tanulmányából kiderül, hogy a közel 1.500 megkérdezett mobil előfizető több mint háromnegyede (75,4 százaléka) elsősorban hanghívásokra használja mobilját, az SMS-ezők aránya pedig még ennél is magasabb: 79 százalék!

Az SMS-énél már jelentősen kisebb a népszerűsége az MMS-nek, ugyanis a megkérdezetteknek kevesebb mint egynegyede, vagyis 24,6 százaléka szokott telefonjával multimédiás üzeneteket, fényképeket küldeni, illetve fogadni. A mobiltelefonjukon

elektronikus levelezést folytatók aránya mindössze 8 százalék, mobil zeneletöltést pedig az előfizetők alig 6,1 százaléka szokott folytatni.

A 3G jelenleg még nem igazán csigázza fel az előfizetőket, lévén, hogy a német mobilosoknak csak alig több mint 2 százaléka rendelkezik UMTS kompatibilis mobiltelefonnal, vagy notebook adatkártyával. Elgondolkodtató továbbá, hogy a 3G készüléket jelenleg még nem birtoklóknak csak 5,4 százaléka mutat érdeklődést a harmadik generációs mobiltelefonra iránt. (terminal.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.)

Kétszáz ezer T-Online DSL előfizető

A T-Online Magyarország DSL előfizetőinek száma elérte a kétszáz ezret. Az Internet egyre növekvő hazai népszerűségét mutatja, hogy a vállalatnál kevesebb, mint másfél év alatt duplázódott meg a lakossági és üzleti szélessávú hozzáférésre előfizetők száma.

Az Internet dinamikus fejlődésével a felhasználók is változnak. A községben lakók megoszlása 3 százalékkal emelkedett 2004-hez viszonyítva; arányuk meghaladja a 10 százalékot. A nyugdíjasok aránya 5 százalékról 8 százalékra nőtt tavaly, amely jól bizonyítja azt, hogy az internet ma már nem a fiatalok kiváltsága. (terminal.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás

T-Online: „A szélessáv terjedése nem sikertörténet”

Az idén tömeges méretekben fognak megjelenni új típusú szélessávú szolgáltatások, és megkezdődik a platformok versenye, amelyben a szolgáltatóknak, a szabályozóknak és a forrásokat biztosító államnak is meg kell találniuk helyüket – hangoztatták a távközlési piac szakértői a Hírközlés 2006 konferencián Budapesten.

Simó György, a T-Online vezérigazgatója szerint a pazarlás és az allokáció hiánya veti vissza az ágazat fejlesztését. Kiemelte, hogy a második Nemzeti Fejlesztési Tervben (II. NFT) a konvergenciát nem definiálták húzóelemként. Nem látja, hogy a politikai párbeszéd az egészségügy és az autópálya mellett a szélessáv felé is eltolódott volna. „A szélessáv terjedése nem sikertörténet” – jelentette ki a vezérigazgató, és utalt arra, hogy a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma a 2004-es 3,1 után tavaly még mindig csak 5,2-re nőtt, amivel Magyarország az uniós lista végén áll. Ismertetése szerint a szélessávú penetráció a tavaly mért 13 százalékról 2008-ra várhatóan 33 százalékra nő.

A vezérigazgató a piac új elemeként az internetes televíziózás turbulensen fejlődő technológiáját említette. Vélekedése szerint a szélessáv nyújtotta új lehetőségek között a vállalatok a kitorés irányát keresik.

A szintén fejlődő, mobiltelefonon keresztüli televíziós műsorszolgáltatásról szólva hangsúlyozta: kérdés, hogy ezt a kereskedelmet folyamatosan generáló célokra használják-e majd, és beépül-e szervesen a fogyasztási kultúrába. Egy felmérés adatai alapján elmondta, az internet használata szorosan összefügg az iskolázottsággal, a lakóhellyel és az életkorral. Szólt arról, hogy a háztartások 65 százalékát adó 60 éven felüliek körében mindössze 6 százalékra tehető az internethasználat.

A piac szabályozásáért felelős Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) feladata az internet alapú televíziós műsorszolgáltatás szabályozási hátterének megalkotása – mondta Rozgonyi Krisztina, a hatóság tanácstagja. Úgy vélte, hogy a fejlesztéseket az elavult médiaszabályozás, és a koncepciótlan médiapolitika gátolja, ezért az NHH az új technológiák megjelenését semmilyen módon nem gátló, versenyközpontú szemléletrendszer kialakítását is célul tűzte ki. (sg.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, szabályozás, fogadtatás (komm.), rendezvény

Egyre inkább szórakozás az internet

Az amerikai internetezők közel harmada – 30 százaléka – elsősorban kedvtelésből, minden konkrét cél nélkül szörfözik a világhálón – olvasható egy friss felmérésben.

A Pew Internet & American Life Project felmérésében egy évvel korábban még a

felhasználók 21 százaléka állította, hogy pusztán szórakozásból internetezik. A szakemberek a bővülés okaként a szélessávú internet terjedését, valamint a világhálón fellelhető tartalmak színesedését jelölték meg.

Az információs társadalom jelenségeit vizsgáló amerikai kutatócsoport 1931 embert érintő vizsgálatának megállapítása szerint a körvonalazódó folyamatok abba az irányba mutatnak, hogy a net a szabadidő eltöltésének egyre kedveltebb és elfogadottabb módja.

Az adatok ugyanakkor azt mutatják, hogy az emberek legnagyobb hányada, több mint fele még mindig leginkább e-mail-ezésre, jelentős része tájékozódásra (hírek olvasására) használja a világhálót, továbbá sokan használják a különböző keresőprogramokat. (prim.hu, 2006. 02. 21.)

fogyasztás

Kovács Kálmán: önmagában nem elegendő az internethozzáférés biztosítása

A nyugati országrészben lényegesen magasabb az internet használata, pedig Kelet-Magyarországon az internethozzáférési lehetőség jóval nagyobb; ez azt jelenti, hogy önmagában nem elegendő ennek biztosítása – közölte az informatikai és hírközlési miniszter. Hozzátette: meg kell ismernie az embereknek, hogy „miért jó ennek a használata”, és ha ez megtörtént, hirtelen fölzárkózik a térség is. Az egyik legfontosabb cél, hogy idén legalább 10-15 százalékkal csökkenjenek a mobil, illetve az internetezési tarifák, ugyanis a hazai jövedelmekhez képest ezek az árak még mindig magasak – mondta.

A másik program szerint el kell érni, hogy tíz éven belül minden magyar háztartásban legyen internet, „a rácsatlakozási lehetőség legyen olyan természetes, mint a gázszolgáltatás az utcában” – tette hozzá. A tervek szerint a komputerok segítségével 2010-re teljesen „számúzik” a papírt a hivatalokból, „ez olyan nagy változást fog hozni, ami valóban megteremti egy olcsóbb, hatékonyabb államnak a működési feltételeit” – mondta a szaktárca vezetője. (prim.hu, 2006. 02. 20.)

fogyasztás, fogadtatás (komm.), gazdaság, technológia

Sikeres év a T-Online mögött

2005-ben ismét nyereséges évet zárt a T-Online Magyarország Rt.: az IFRS szerinti adózás előtti eredménye elérte a 1982 millió forintot. A siker hátterében az egy évvel korábbihoz képest több mint 37%-kal növekedett árbevétel, kiadás oldalon pedig a szigorú költséggazdálkodás áll. A növekvő forgalom motorja a szélessávú internet – ezen belül főképp az ADSL – terjedése volt, amelyből közel kétszer több bevétele származott a vállalatnak, mint 2004-ben.

A T-Online Magyarország Rt. 2005-ben 37%-os árbevétel-növekedés mellett a 2004. évi 19,9 milliárd forinttal szemben 27,3 milliárd forint bevételt ért el. Ezzel párhuzamosan, a megnövekedett forgalommal párosuló szigorú költséggazdálkodás hatására az EBITDA egy év alatt +1,81 milliárról +2,9 milliárd forintra nőtt, az IFRS szerinti adózás előtti eredménye pedig 655 millióról 1,98 milliárd forintra emelkedett.

2005-ben a vállalat internet -előfizetőinek száma 24%-os növekedés mellett elérte a 329 ezret, piaci részesedése mind a szélessávú internetelérések, mind a betárcsázós elérések terén 42% volt, amellyel egyértelműen piacvezető pozíciót tudhat magáénak. A növekvő forgalomhoz nagyban hozzájárult a szélessávú internet – ezen belül elsősorban az ADSL – népszerűsítését célzó program, amelynek révén az évközben folyamatosan megemelt tervszámokat is túlteljesítve a T-Online ADSL csomagok száma 60%-kal – 118 ezerről 190 ezerre nőtt. Ez önmagában 71%-os növekedés mellett 18 milliárd forintos bevételt eredményezett.

A cég persze ezen kívül máson is töri a fejét. Sólyom Balázs, az újonnan kinevezett PR felelős elárulta, hogy 1 hónap múlva bejelentik az IPTV szolgáltatásukat, amihez körülbelül 6 Mbit/s sávszélesség lesz az ideális. A részletekről egyelőre keveset tudunk, de az kiderült, hogy az internetezésre és a TV-re külön dedikált sávszélesség áll majd rendelkezésre, tehát a

normál letöltési sebességek nem növekszenek majd.

A multimédiás szolgáltatási körbe beletartozik majd a TV mellett a Video-on-Demand is, aminek előszelét már a T-Online Téka szolgáltatása érezteti. Ehhez képest persze egy jóval korrektebb, közel HDTV minőségű adatfolyamot ígérnek. (terminal.hu és sg.hu, 2006. 02. 27.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Gazdaság

Fokozatosan magára talál a magyar film

A magyar filmek 2002-ben 732 millió forintos jegyár-bevételt értek el, és bár 2003-ban ez csaknem a felére, 384 millióra csökkent, 2004-ben és 2005-ben egyaránt túllépték az egymilliárd forintos határt. Ez különösen annak fényében nagy eredmény, hogy a nem magyar filmekből befolyó jegyár-bevétel fokozatosan mérséklődött, így a 2002-es 10,3 milliárddal szemben tavaly csak 8,5 milliárd forint jött össze. A filmforgalmazók adatközlése alapján tavaly összesen 19 magyar filmet mutattak be; több mint 3400 előadásra 1,3 millió néző váltott jegyet.

A tavaly februárban mozikba került Sorstalanságra majdnem 450 ezren voltak kíváncsiak, a jegybevétel 265 millió forint volt. A 33 kópiával forgalmazott filmet 6666 előadáson láthatták a nézők – derül ki a 37. Magyar Filmszemle hivatalos katalógusában közölt adatsorból.

Az Egy szoknya, egy nadrág, Gyöngyössy Bence filmjét 254 ezren látták, ez 226 millió forintos bevételt eredményezett. A harmadik legnépszerűbb tavaly bemutatott mozgóképek a Csudafilm volt; a Ragályi Elemér által rendezett alkotást, amely januárban került a mozikba, 180 ezres látogatószám és 124 millió forintos jegybevétel jellemezte. A forgalmazók rangsorát – a filmjeik által vonzott nézők számát alapul véve – a Hungaricom vezette, amely a Csudafilm, a Le a fejjel és a Csak szex és más semmi című filmmel szerepelt; az alkotásokat 480 ezren látták. A második helyre az Intercom került az általa forgalmazott egyetlen magyar filmmel, a Sorstalansággal. A sorban a harmadik a Best Hollywood volt az Egy szoknya, egy nadrág című alkotással. (stop.hu, 2006. 02. 02. és fn.hu, 2006. 02. 03.)

gazdaság, fogyasztás

Tavaly huszonnégy milliárd jutott filmgyártásra

Magyarországon 2005-ben összesen több mint 22,3 milliárd forintot költöttek filmgyártásra (a 2003-as másfél és a 2004-es 7,5 milliárd után), azaz ilyen összegben kaptak a magyar filmiparban működő vagy ahhoz kapcsolódó vállalkozások megrendeléseket. Ennek csaknem fele külföldi bér munkákból állt (10,9 milliárd forint), míg 5,2 milliárd forint a magyar részvételű koprodukciós filmekre, további mintegy ötmilliárd forint a magyar filmek gyártására jutott, valamint 1,2 milliárdot költöttek televíziós sorozatokra a kereskedelmi csatornák beszállítói (Jóban-rosszban és Barátok közt). A Nemzeti Filmiroda 2005-ben összesen 2,8 milliárd forintról állított ki adóigazolást 167 magyar, külföldi és koprodukciós alkotás után a gyártóknak (két éve csak 25 filmet támogattak így). A Magyarországon készült filmek 2005-ben 800 millió forint közvetlen állami és 2,8 milliárd közvetett (a társasági adókedvezményből származó) támogatásban részesültek.

Legtöbbet 200 milliót Koltai Lajos Sorstalanság című mozija kapta, ezt követi Szabó István Rokonokja 172 millióval.

Itthon egyelőre nem épül „Etyekwood”, amit Krisán László, a Korda Sándor Filmstúdió Kft. ügyvezetője azzal magyaráz, hogy az engedélyezési procedúra lényegesen hosszabbra nyúlik, mint várták. A 37,5 milliárd forintos beruházás kivitelezői azonban ugrásra készen állnak: amint kézhez kapják a jogerős építési engedélyt, nyomban megindulnak a munkagépek Etyeken.

Bozóki András miniszter elmondta, hogy az állami költségvetés 2006-ban összesen 6,5 milliárd forintot szán a filmszakma közvetlen támogatására; ezzel az összeggel Magyarország az EU-országok között az első tizenben foglal helyet. Az idei, 37. Magyar Filmszemlén az alkotások költségeiben a legnagyobb szeletet a 43 százalék közvetlen és 16 százalékos közvetett, összesen 2,5 milliárd forint állami támogatás jelenti.

Bozóki András arról is beszámolt, hogy a kormány benyújtotta a filmes vagyont és a

filmjogok rendezését célzó törvénymódosítást. Az állami tulajdonban lévő, stratégiailag fontos cég, a Mafilm és a Magyar Filmlabor átkerül a Magyar Mozgókép Közalapítványhoz. Ezenkívül az állami tulajdonú stúdiókban készült filmalkotások vagyoni jogait a Magyar Nemzeti Filmarchívum kezelésébe adják.

Miközben a filmtörvény életbe lépése óta jól érzékelhető a külföldi stábok megjelenése, az ember azt érzi, mintha a magyar filmek is megsokasodtak volna. Kapitány Iván, az idei filmszemlén debütáló Kútfejek rendező-producere, az Üvegtigris 1 társrendezője és társproducere szerint azonban ma nem készítenek több magyar filmet, mint korábban, csak az arányok változtak. A reklámszakmából átigazolt rendező úgy véli, kevesebb a „szerzői” film, amelyek alkotói elsősorban kritikai és fesztiválsikerekre hajtanak, ellenben több az olyan játékfilm, amelyek alapvető célja a minél több néző és bevétel.

Némileg másképpen látja a magyar film helyzetét a már számtalan magyar mozgókép megszületése felett bábáskodó Kálomista Gábor. A legújabbban a közel 300 millió forintból készülő Csak szex és más semmi vagy a szintén az idei filmszemlén rajtoló Tibor vagyok, de hódítani akarok című film producere szerint több magyar alkotás készül az utóbbi években, ráadásul ennyit nem is bír el az ország. „Átestünk a ló túlsó oldalára, az idei szemlén már 36 játékfilmet mutatnak be; ennyi nem lehet üzletileg sikeres” – mondja borúlátóan a producer, aki szerint ez óhatatlanul néhány cég anyagi bukását vonja majd maga után. (fn.hu, 2006. 02. 01. és 02. 03., origo.hu, 2006. 02. 03., hvg.hu, 2006. 02. 26., stop.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), társaság

257 milliós bírság a Colgate Total megtévesztő reklámjai miatt

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa megállapította, hogy a Colgate-Palmolive Magyarország Kft. (CP) a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy televíziós reklámjaiban azt állította, illetve sugallta, hogy a Colgate Total fogkrémek valamennyi más fogkrémnél hatásosabbak. A Versenytanács a jogsértő vállalkozást 257 millió forint bírság megfizetésére kötelezte. (jogiforum.hu, 2006. 02. 03.)

gazdaság, szabályozás

Dömpingáron jön a Digi Tv

Új, műholdas digitális szolgáltatást indítana Magyarországon Digi Tv néven a Teszári Zoltán nagyváradi milliárdos érdekeltségi körébe tartozó EMKTV. A társaság a dömpingáron kínált alapsomagjával komoly átrendeződést okozhatna a kábelszektorban is. A cég azonban egyelőre nem szerezte be a hatósági engedélyeket.

A mintegy 75 ezer előfizetővel szerződést kötött, s ezzel a negyedik legnagyobb hazai kábeltelvíziós vállalkozás, az EMKTV tervei szerint az ország teljes területén elérhető lenne új, digitális műholdas szolgáltatása (DTH). A cég eredetileg február 1-jén indította volna el a DTH-t, de a vételhez szükséges készülékek kiszállítása miatt csúszik a projekt.

A társaság dömpingáron, 2700 forintért kínál több, mint 30 magyar nyelvű programot az alapsomagban. Sőt az első évben előfizetési díj nélkül teszi elérhetővé a szolgáltatást. Az előfizetőknek a belépéshez mindössze a 21.600 forintba kerülő dekódert és a parabolaantennát kell megvásárolniuk.

Az EMKTV tulajdonosa, Teszári Zoltán a másik cégével, a Romanian Cable Systemsszel (RCS) nemrég hasonló jellegű szolgáltatást indított Romániában is, ahol azóta több tízezer előfizetőt gyűjtött. Az RCS egyben a legnagyobb román kábelszolgáltatónak is számít. Az EMKTV – amely információk szerint a Romániából műholdra fellőtt programok műsorelosztójaként szerződött a műsorszolgáltatókkal – még nem regisztráltatta új szolgáltatását a magyar hatóságoknál. Márpedig információk szerint a hatályos hazai médiatörvény kimondja, hogy a szolgáltatást, ha magyar cég végzi, be kell jelenteni. Ha pedig ezt megtette, akkor – annak ellenére, hogy országos szolgáltatást kínál – a törvények értelmében az egyharmados korlátozás alá esik a tevékenysége, vagyis az összes, 3,8 millió televíziós háztartás estében csak legfeljebb ennyiben lehet majd jelen.

A szolgáltató beruházásának megtérülése a piaci szereplők szerint megkérdőjelezhető, mert mint mondják: a társaság önköltségi ára oly mértékben meghaladja az előfizetési díjakból származó bevételeit, hogy a cég már két év alatt milliárdos veszteséget érhet el.

Az induló új vállalkozás miatt a kábeles szolgáltatók azt tervezik, hogy a hatóságoktól kéri az ügy mielőbbi kivizsgálását. Tény: ha csak néhány tízezer előfizetőt sikerül szerezniük dömpingáras ajánlatukkal, már akkor jelentősen átrendeződhet a kábeltelevíziós piac. A szakma szerint a mintegy százmilliárd forintos forgalmú szektorban elsősorban a kisebb társaságok létét veszélyezteti az új kezdeményezés. A kábelrendszerek elértéktelenedése mellett visszaeshetnek a szélessávú kábelhálózat-fejlesztések, és megtorpanhat a triple play szolgáltatások elterjedése is. (vg.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, tartalomkínálat, szabályozás, fogadtatás (komm., reak.)

Még több lesz az online hirdetés

Várhatóan az idén is 25-30 százalékkal nőhet majd a hazai online hirdetési piac. Novák Péter, a legnagyobb hazai online marketingcég, a Kirowski digitális marketing- és médiaüzletág igazgatója szerint 2006-ban ez akár másfél-két milliárd forintos növekedést jelenthet 2005-höz képest.

Jelezte azt is: a tavalyi évvel kapcsolatban, az előzetes várakozások szerint arra lehet számítani, hogy nettó hatmilliárd forintot költöttek el a cégek internetes hirdetésekre. Ebben benne vannak az álláshirdetésekre és az online direkt marketingre fordított összegek is. A magyar online hirdetési index (MOHI) legfrissebb adatai szerint a nagy hirdetők tavaly közel egymilliárd forinttal költöttek többet, mint 2004-ben. A MOHI-t alkotó nyolc internetes tartalomszolgáltató: a Habostorta, a Házipatika, az Index, a Napi Online, az Origo, a Portfólió, a Ringier Online, a Sanoma Online az álláshirdetések nélkül kalkulált online hirdetési piac 65-70 százalékát teszi ki. Legutolsó adatok szerint az ügynökségi jutalékkal csökkentett online reklámbevételük tavaly 3,44 milliárd forintot tett ki online direkt és a keresőmarketing nélkül.

Novák Péter szerint az idei évben a legnagyobb lendületet a labdarúgó-világbajnokság és a választások jelenthetik az online hirdetési piacon. Ezenkívül folyamatosan lehet az új belépőkre is számítani. Novák Péter úgy látja: a mindennapi fogyasztási cikkeket gyártó, úgynevezett FMCG-cégek többsége egyelőre nem ismerte fel a világhálóban rejlő lehetőségeket. Ha közülük néhány átcsoportosítja a büdzséjének egy kis részét, már az több száz millió forintos emelkedést generálhat.

A világ internetes hirdetési piaca az idén várhatóan 22,4 milliárd dollárt tesz ki, ez tavalyhoz képest közel 24 százalékos növekedést jelent – derül ki a ZenithOptimedia piackutató cég tanulmányából. A társaság előrejelzése szerint 2008-ban már közel 30 milliárd dollárt költenek el a hirdető az interneten. Ez a növekedési ütem jóval meghaladja a teljes hirdetési piacét, így az online reklám a tavalyi 4,6 százalék után 2008-ra már 6,4 százalékát adja a teljes szegmensnek. (vg.hu, 2006. 02. 01.)

gazdaság, fogadtatás (komm.)

Márciustól indul a Széles Gábor-féle Vital TV

Széles médiabirodalma tehát, amely eddig az Echo TV-ből és a Magyar Hírlapból állt, tovább gyarapszik. A cégbírószági adatok szerint a Vital TV ZRt.-t 2005. november 15-én alapították, a 70 millió forint jegyzett tőkájú társaság részvényesei Széles Gábor, Sinkó Ottó és Lakatos Péter.

Olyan életmód- televíziót szeretnének létrehozni, amelyből a nézők tájékozódhatnak, hogy miként élhetnek teljesebb életet. Életmód, egészség (hagyományos és alternatív gyógyászat), sport, környezetvédelem, kultúra – ezek állnak majd a középpontban. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 01.)

gazdaság, tartalomkínálat

A kalózkodás a mozireklámot is veszélyezteti

Egy felmérés szerint a moziban vetített reklámfilmekre 44 százalékkal jobban emlékeznek a nézők, mint a televízióban látottakra, a hirdetők érdeklődése mégis folyamatosan csökken, illetve egyre inkább az off-screen eszközökre koncentrálódik.

Sokat lendíthet a mozireklám helyzetén, ha Magyarországon is digitalizálják a reklámfilmeket – mondta Nagy Jenő, a CineReal Media Kft. ügyvezető igazgatója. Így megszűnhet a kópia gyártási költsége és csökkenhet a gyártási idő. Nagy Jenő úgy véli, bár a tavalyi év nem nevezhető jónak a mozireklám-szegmensben, nem kell még temetni a reklámhordozót, akár piaci bővülés is elképzelhető. A teljes reklámtortából különböző becslések szerint 0,3-0,9 százalék jut a mozimédiának. Nagy szerint az alacsony részesedés elsősorban nem az apadó nézőszámnak, hanem a reklámszakma hozzáállásának tulajdonítható.

Tény azonban, hogy tavaly Európa több államában – Spanyolországban, Csehországban, Németországban – 20 százalék feletti mértékben csökkent a mozilátogatók száma. Magyarországon 2002-ben több mint 15, tavaly 12,8 millió volt a nézőszám. Szakemberek szerint mindez elsősorban a házimozis elterjedésének köszönhető, a többség ugyanis már csak a sikerfilmeket nézi meg a filmszínházban. Ráadásul az illegálisan letöltött filmeknek köszönhetően már a DVD megjelenését sem kell megvárni, a bemutatóval egy időben otthon is megtekinthetők a filmek.

A piac sajátosságaira mutat rá az a jelenség, hogy míg Nyugat-Európában teljes kampányokat építenek a mozilátogatókra, Magyarországon inkább az off-screen hordozók válnak egyre népszerűbbé. Tavalyelőtt az off-screen költségek az összes mozireklám-bevételeknek csupán 3 százalékát tették ki, tavaly már tíz százalék volt a részesedésük – mondta Nagy. A szezonális ebben a szegmensben is megfigyelhető, az on-screen (mozis) reklámfelületekért a nagyobb látogatottságú tavaszi és őszi hónapokban kell többet fizetni. Az utóbbi években viszont kiegyenlítődni látszik a kereslet, s így feltehetően az idén már egységes lesz a reklámidők ára is. (sg.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

Megháromszorozódott az internetes zeneforgalom

A Hanglemezkiadók Nemzetközi Szövetsége által közzétett legfrissebb adatok szerint 2005-ben megháromszorozódott a digitális formátumú zenék netes forgalma, elérve az 1,1 milliárd dolláros értéket.

A fenti bevételek mintegy 40%-át a mobiltelefonos csengőhangok és dallamok teszik ki, jól rávilágítva a mobilos multimédiás tartalmak piacában rejlő lehetőségekre. A fennmaradó 60% az internetről letöltött mp3 és egyéb tömörített digitális formátumú zeneszámokat jelenti, elsősorban az iPod és más hordozható lejátszók, illetve az ezekhez társuló online zeneáruházak sikeréből táplálkozva. Ezzel az eredménnyel a digitális szegmens a teljes zeneipar mintegy 6%-át teszi ki, miközben alig két évvel ezelőtt még a mérhető mennyiséget sem érte el. Ez azonban egyelőre nem sokat segít a teljes ágazaton: az összesített zeneeladások 2005 második félévében például 13,2 milliárd dollárra estek vissza az első hat hónapban mért 13,4 milliárdhoz viszonyítva.

A zeneipar jelenleg a szigor és a mézesmadzag eszközt egyaránt alkalmazni igyekszik az illegális zeneterjesztőkkel, illetve letöltőkkel szemben: miközben eddig közel 20 ezer fájlmelegosztó ellen indult bírósági eljárás, addig a legális internetes zeneáruházak száma két év alatt 50-ről 335-re nőtt. A RealNetworks Rhapsody, a Napster a Yahoo Music és mások által kínált fix havidíjas szolgáltatások előfizetői táborában eközben 1,5 milliőről 2,8 millióra nőtt az említett időszakban. Szakértők szerint egyébként még az idei év során elindulhat egy a Kazaa és más P2P hálózat zeneforgalmának legalizálásához vezető folyamat azáltal, hogy a

cégek a jogvédett tartalmakat kiszűrő és megjelölő alkalmazásokat telepítenek majd a fájlcsere szoftverekre. (zene.hu, 2006. 02. 09.)

gazdaság, fogyasztás, technológia

Még évekig lesz Nap-Kelte

Az MTV szerződést hosszabbított Gyárfás Tamás cégével, de jövőre azért már nem lesz Nap-nyugta. Jövő január elsejétől megszűnik a délutáni ismétlés, a Nap-nyugta, kevesebb hirdetés lesz a műsorban, amely a hétvégéken a mostaninál egy órával korábban, reggel nyolckor véget ér, ugyanakkor továbbra is reklámidővel fizet a produkcióért a Magyar Televízió – mondta el Czeglédi László, a közalapítvány kuratóriumának elnöke.

Czeglédi szerint mindez: „ez előnyös számunkra is”, ugyanis a produkció évi 360 millió forintos költségeit nem tudnák hirdetési bevétellel előteremteni a reggeli műsorsávban, ha az MTV maga értékesítené a reklámidőt. Továbbra is a szerződés része, hogy a Nap-keltének ebben a sávban a legnézettebbnek kell maradnia. (index.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Több mint öt százalékkal nőtt a brit reklámpiac

Több mint öt százalékkal bővült 2005-ben a brit reklámpiac 2004-hez képest – derül ki a Thomson Intermedia adataiból. A társaság jelzése szerint a teljes piacon a legnagyobb bevételt továbbra is a televíziók érik el, itt 4,2 milliárd fontot költöttek el a hirdető reklámokra. A sajtóban 1,8 milliárdot, míg a közterületen 754 milliót fordítottak hirdetésekre. A Thomson jelzése szerint a növekedés nagyban köszönhető az internetes reklámoknak. (vg.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság

Összefognak a világ legnagyobb médiacégei

Az amerikai Time Warner (TW) és a német Bertelsmann a jövőben mozifilmeket, valamint televíziós show-műsorokat tesz elérhetővé közösen az interneten. A TW jelzése szerint Németországban márciusban indul a projekt, a P2P fájlcsere alkalmazás keretében. A közös vállalkozást In2Moviesnek nevezik majd.

Egyelőre nem közölték, mennyiért lehet majd letölteni kínálatukat, azt viszont már jelezték: a későbbiekben más piacokon is igyekeznek elterjeszteni szolgáltatásukat. Kínálatukban többek között olyan Warner-alkotások szerepelnek, mint a Harry Potter és a tűz serlege.

A Time Warner tegnap bejelentette azt is, hogy eladja könyvkiadó-üzletágát a Magyarországon is érdekelt médiabirodalomnak, a Lagardere-nek. A francia cég 537,5 millió dollárt fizet az ügylet keretében, ezzel valóra válik régi álma, és beléphet az amerikai könyvkiadópiacra és egyben a világ harmadik számú ilyen társasága alakul meg. Richard Parsons 2002-ben elvállalt elnöksége óta a TW számos részlegétől megvált: értékesítették a Warner Musicot, több sportklubot és túladtak a Comedy Central kábeltévében birtokolt részesedésen is. (vg.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság, társaság

Tarol az online fogadás

Minden harmadik sportfogadás már az interneten zajlik Magyarországon – állítja a saját magyar nyelvű online portált működtető Sportingbet Plc., amely 2,78 milliárd dolláros forgalmával a világ legnagyobb internetes bukmékerirodája. A társaság jelzése szerint a hazai sportfogadási piac jelenleg mintegy 19 milliárd forintra tehető, ebből a Szerencsejáték Zrt. (SZZRT) online még mindig nem játszható tippmixe 12 milliárddal veszi ki részét. Mindez azt is jelenti, hogy a Sportingbet és az ugyancsak magyar nyelvű online fogadóportált működtető Betandwin.com, valamint az Expekt.com hétmilliárd forintot osztozik. A Sportingbetnek jelenleg már több mint 23 ezer felhasználója van, a társaság jelzése szerint általában kétezer regisztrációval bővül havonta, míg naponta 8-900-an vesznek részt a sportfogadásban, és 5-600-an pókereznek.

2004-ben 8,2 milliárd dollárt, 2005-ben pedig már 12 milliárdot költöttek el az online

szerencsejátékokra világszerte, és ez az összeg várhatóan közel 10 milliárddal növekszik 2010-ig. A két évvel ezelőtt még a teljes szerencsejáték-piacból csak háromszázalékos részesedést ért el az internet, 2010-re azonban már meghaladja a nyolc százalékot. A sportfogadások mellett dinamikusan emelkedik az online póker forgalma is: amíg 2002-ben még csak 92 millió dollárért pókereztek a neten, addig 2004-re már több mint egymilliárdot költöttek el hasonló céllal. (vg.hu, 2006. 02. 08.)

fogyasztás, gazdaság

Műsoridőt adna az MTV az erdélyi magyar tévének

A Magyar Televízió felajánlja napi egyórás műsoridejét az Erdélyi Magyar Televízió beindítására. A Magyar Televízió ezt a műsoridőt ingyen biztosítaná. Egyebek közt azt reméli, hogy ezáltal több romániai kábeltelevízió kínálatába is bekerülne az m2. Korábban is felmerült az a lehetőség, hogy akár a Magyar Televízióban, akár a Duna televízióban működhetne „ablakként” az erdélyi televízió, de akkor a kurátorok az önálló televízió létrehozása mellett döntöttek. Úgy gondolták ugyanis, hogy a csupán részműsoridőben működő televízióknak nehéz lenne igazi erdélyi arculatot adni. Az erdélyi magyar televíziót kereskedelmi tévéadóként hoznák létre Erdélyben a Medgyesy Péter kormánya által megajánlott kezdeti 300 millió forinttal, az erdélyi magyarságról, az ottani magyarságnak szólva. Az MTV felajánlása a saját frekvenciával még nem rendelkező, leendő adó életre hívását segítené elő.

A műsor a jelenleg műholdas közvetítésű m2 teljes szórás körzetében látható lenne, tehát nemcsak Romániában, hanem egész Közép-Európában. A használatra átengedett műsoridőt az erdélyi stúdióknak, műhelyeknek kellene megtölteniük tartalommal, ami viszont már az erre hivatott alapítvány vagy egy e célra létesítendő cég feladata lenne.

A magyarországi és romániai közszolgálati műsorokat Erdélyből tudósító jelenlegi tévés műhelyek eleve bekapcsolódhatnak az új műsor munkájába. (index.hu, 2006. 02. 13.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

Hazánkban ugrott legnagyobb a szélessávú előfizetések aránya

A szélessávú előfizetések száma 65 százalékkal 413 ezerre nőtt, a kábeltelevíziós hálózaton keresztüli szélessávú előfizetésekkal együtt pedig ez a szám 2005 végén az NHH becslései szerint elérte a 600 ezret. A mobiltelefon-előfizetők száma nőtt, a felhasználói árak csökkentek. Ugyanakkor a három szolgáltató előfizetőinek száma a tavalyi év során 600 ezerrel 9,32 millióra, a penetráció több mint 6 százalékponttal 92,4 százalékra. (hvg.hu, 2006. 02. 13.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Tovább növelte bevételét a Sláger

Kilenc százalékkal, 4,7 milliárd forintra növelte (ügynökségi jutalékokkal és év végi bónuszokkal együtt kalkulált) nettó árbevételét tavaly 2004-hez képest az amerikai Emmis tulajdonában lévő Sláger rádió. Mindez a korábbi két év markáns növekedési üteméhez képest mérsékeltebb bővülést jelent – ismerte el Heal Edina, a rádió vezérigazgató-helyettese.

Egyelőre nehéz pontosan megmondani, miként is alakult a piac 2005-ben, szakértők mindenesetre 0 és 5 százalék közötti csökkenést jósolnak.

Csak szerény emelkedéssel lehet számolni a teljes piacot tekintve idén is, a rádiós reklámokra ezúttal a választások és a labdarúgó-világbajnokság lehet jótékony hatással. Igaz előbbieket összességében legfeljebb százmilliós tételt jelentenek a piacon lévő adóknak. Összehasonlításképpen: ekkora bevétellel számol a Magyar Televízió is a választások kapcsán befolyó hirdetési pénzekből. A Sláger erősödő kereskedelmi pozícióját a hallgatottsági adatok is alátámasztják. A korábban nem kifejezetten a 18–49 éves korcsoportot megcélzó adó tavaly a hirdetőik számára fontos korcsoportban is – országos szinten – minimális különbséggel megelőzte a közönségarányokat figyelembe véve a

legnagyobb riválisát, a Danubius rádiót, és csekély mértékben, de tovább nőtt a különbség a Sláger javára a teljes lakosság körében is – a fővárosban éppúgy, mint országosan.

Ugyanakkor az a tendencia is megfigyelhető, hogy valamelyest – statisztikailag nem túl jelentős mértékben – csökken a rádióhallgatók száma. Szakértők szerint ennek egyik fő oka lehet az is, hogy a két nagy országos adó hasonló zenét sugároz azóta, hogy a Sláger erőteljesebben összpontosít a fiatalokra. Ezzel egyes vélemények szerint egy réteg kiszorult a rádiózásból. A Szonda hallgatottsági adataiból kiderül: amíg az összes adó 2004-ben átlagosan naponta a felnőtt lakosság 83,7 százalékát érte el, addig ez az arány 2005-re 79 százalékra csökkent országosan a teljes (15 éves és annál idősebb) lakosság körében, és hasonló mértékű visszaesést regisztráltak Budapesten is. Nincs ez másképp a 18–49 évesek körében sem, ahol a fővárost tekintve 2005-re 74,3 százalékra zsugorodott az elérés a 2004-es 79,9 százalékról. A Szonda szerint az adatok alakulásában közrejátszhatnak a 2004. év során a mérésben érvényesített módszertani változtatások hatásai is. (vg.hu, 2006. 02. 15.)

fogyasztás, gazdaság, fogadtatás (komm.)

A vb miatt is nő a reklámpiac

Várhatóan 30,1 milliárd euróra emelkedik az idén a németországi reklámpiac. Ez kétszázalékos bővülést jelent a 2005-ös évhez képest – jelezte közleményében a német reklámszövetség (ZAW).

A ZAW előrejelzése szerint a csekély növekedésben a június kilencedikén kezdődő labdarúgó-világbajnokság és az erősödő német gazdaság is szerepet játszhat.

A ZAW szerint a 30,1 milliárd eurós összes reklámköltésből a médiavállalkozásoknak mintegy nettó húszmilliárd eurós bevétele származhat, amely ugyancsak kétszázalékos emelkedést jelent a múlt évihez képest. A különbözetet a reklámok gyártására fordított összegek és kampányok lebonyolítása teszi ki.

A világ reklámpiac 2006-ban 5,9 százalékkal emelkedhet a ZenithOptimedia szerint, ez azt jelenti, hogy ez évben 427,3 milliárd dollárt költenek majd a hirdető reklámokra. A piacon továbbra is az USA a legerősebb, ahol a hirdetésekre 182 milliárdot fordítanak. A legnagyobb összeg – 146,8 milliárd – továbbra is a televízióknál csapódik le, de folyamatosan erősödik az internet pozíciója: az online reklámokra tavaly már több mint 18 milliárdot költöttek.

Magyarországon 2004-ben 4,7 százalékkal, 154,7 milliárd forintra nőtt a reklámpiac 2003-hoz képest a Magyar Reklámszövetség (MRSZ) becslése szerint. A tavalyi évre vonatkozóan később hozza nyilvánosságra adatait az MRSZ. Szakértők szerint 160 milliárd forint körül alakulhat a piac, ebből a legnagyobb szeletet – több mint 70 milliárd forintot – a televíziók szakítják ki. (vg.hu, 2006. 02. 15.)

Gazdaság

Olcsóbb a sugárzás külföldről – Megúszhatók a médiahatóságok szigorú büntetései

Egyre többen mérlegelik a televíziós társaságok közül, hogy műsorszolgáltatásukat a szomszédos Romániából, esetleg Csehországból nyújtsák. Az adóknak az említett két országban nem kell műsorszolgáltatási díjat fizetni. Ennél is fontosabb, hogy a műsor műholdra tétele is a magyar árak töredékébe kerül Romániában.

Romániában lövi fel műholdra például televízióit: a Cool Tv -t, a Film +-t, valamint januártól a Sport Klubot is az IKO Romania S. r. l. Kökény Tamás, a cég ügyvezető igazgatója elmondta: adónként évente mintegy 12 millió forintot spórolnak meg azon, hogy nem kell műsorszolgáltatási díjat fizetniük, és ennél jóval nagyobb összeget takarítanak meg azzal, hogy az itteni havi 30 ezer dolláros fellövési díjnak a negyedéből is eljutnak adásai a műholdra. Azzal egyébként, hogy a fellövés, az adások szerkesztése Romániában történik, valamint a műsorkészítők is ott tevékenykednek, az adó a román médiahatóság alá is tartozik. Akik azonban úgy döntenek, hogy más országból sugározzák, illetve szerkesztik adásukat, azok Horvát János, a Sport 1 Tv elnöke szerint teljesen kikerülhetnek a médiahatóságok

látóköréből, hiszen mint mondja, az ottani médiatestületet kevésbé érdekli, mit is sugároz egy adó egy másik ország lakosságának, azaz megúszható a büntetés reklámtúllépés és egyéb kihágások esetén, hisz senki nem figyeli az adásokat.

Gáspárik Attila, a Romániai Országos Audiovizuális tanács tagja szerint Magyarországon nem vállalkozóbarát a médiatörvény, ezért dönt néhány társaság a mellett, hogy más országban jegyezteti be magát, vagy szerkeszti műsorát.

Az Országos Rádió és Televízió Testület is érzékeli, hogy mind többen érdeklődnek a külföldről Magyarországra történő műsorsugárzás iránt – jelezte Tímár János, az ORTT testületi tagja. Emiatt, mint mondta, az ORTT-nek is reagálnia kell majd, de előbb fontos végiggondolni, milyen előnye van annak, ha ezek a cégek hazánkban működtetik a csatornáikat. (index.hu, 2006. 02. 22.)

gazdaság, szabályozás

A kuratórium előtt az MTV üzleti terve

A Magyar Televízió kuratóriumi elnöksége elfogadta a köztévé 2006-os gazdálkodási és pénzügyi tervének sarokszámait. Az Európai Unió irányelvekkel összhangban az m1 csatorna műsoridejének 89, az m2 esetében 95 százalékában európai műveket mutat majd a köztévé. Idén az új, magyarországi gyártású mozgóképes alkotásokra 1,1 milliárd forintot fordít az intézmény, a külső gyártás aránya legalább húsz százalék lesz. A tévéelnök szerint rendkívüli feladatokra 10,6 milliárd forint hiányzik, ezért a kuratórium elnöke levélben kért segítséget a parlamenttől. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 22.)

EU, gazdaság, társaság

Csaknem duplázott a VIASAT3

Történetében először zárt nyereséges negyedévet a VIASAT3: 2004 utolsó negyedévének 8 millió svéd koronás üzemi vesztesége 2005-ben 1 millió svéd koronás nyereségre változott, az éves üzemi veszteség pedig az előző évi 44 millióról 16 millió svéd koronára csökkent.

A csatorna 33 millió svéd koronás (kb. 890 millió Ft) árbevételevel több, mint duplájára növelte a 2004-es év hasonló időszakának 16 millió koronás (kb. 430 millió Ft) eredményét, éves árbevétele pedig közel duplájára nőtt.

A csatorna közönségaránya is jelentősen nőtt, olyan népszerű programoknak köszönhetően, mint A helyszínelők, vagy az UEFA Bajnokok Ligája, amelynek közvetítési jogait 2009-ig meghosszabbította a csatorna. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 22.)

Gazdaság

Magyarország: 102 millió dollár veszteség a filmkalózkodás miatt

Az IIPA (International Intellectual Property Alliance) amerikai szerzői jogvédő szervezet nyilvánosságra hozta éves felmérését az egyes országok kalózkodási adatairól, mely szerint Magyarország „előkelő” helyet foglal el a megfigyelni kívánt országok listáján. A közzétett adatok szerint Magyarországon 2005-ben a filmkalózkodásból származó veszteség 102 millió dollár volt, és ez a szám nem tartalmazza a magyar és egyéb nem amerikai alkotásokat sértő veszteségeket.

Magyarország évek óta szerepel az ellenőrizni kívánt országok „kalózlistáján”. Mellette szerepel még például Lengyelország, Görögország, Olaszország, Románia és Brazília. Ezeknél az országoknál is nagyobb figyelmet igényel például Kína, Ukrajna, Törökország és Izrael.

Magyarországon a kalózkodásból származó egy főre eső veszteség 2005-ben 23,6 dollár volt, mellyel a világranglistán a negyedik helyet foglaljuk el. Az első helyen Franciaország áll 35,8 dollárral, a második helyet Spanyolország foglalja el 25,8 dollárral, ezen országot pedig Nagy-Britannia követi 24,6 dollárral.

Az IIPA kiadvány szerint Oroszország jelenti a legnagyobb veszélyt a film – és a szoftveriparra egyaránt, mivel ott 2005-ben 81 százalékos volt a kalózfilmek és 85 százalékos a kalózszoftverek aránya.

Az IIPA jelentését elküldi az Amerikai Egyesült Államok gazdasági hatóságainak és befektetői szervezeteinek is, s ez károsan hathat a Magyarországra irányuló, különösen a Hi-Tech, beruházásokra, amelyek fokozottan igénylik a helyi hatóságok szellemi tulajdon védelmére irányuló aktivitását. (terminal.hu, 2006. 02. 22.)
gazdaság, fogadtatás (komm.)

A BBC 300 millió fontot szán filmekre

A brit filmipar nagy öröme a BBC szerdán bejelentette, hogy tervei szerint 300 millió fonttal, mintegy 440 millió euróval kívánja támogatni a brit filmeket, írja a Cineuropa. Mindez a BBC 2007-től 10 éves távlatban megvalósuló új, ambiciózus filmstratégiájának a része. A 2007 közepén induló program során a BBC saját filmgyártójának, a BBC Films-nek is megnöveli kereteit a mostani 10-ről 15 millió fontra. Ezen túl 50 millió font áll rendelkezésükre a brit filmek sugárzási díjaira. (magyar.film.hu, 2006. 02. 24.)

Gazdaság

Sikeres év a T-Online mögött

2005-ben ismét nyereséges évet zárt a T-Online Magyarország Rt.: az IFRS szerinti adózás előtti eredménye elérte a 1982 millió forintot. A siker háttérében az egy évvel korábbihoz képest több mint 37%-kal növekedett árbevétel, kiadás oldalon pedig a szigorú költséggazdálkodás áll. A növekvő forgalom motorja a szélessávú internet – ezen belül főképp az ADSL – terjedése volt, amelyből közel kétszer több bevétele származott a vállalatnak, mint 2004-ben.

A T-Online Magyarország Rt. 2005-ben 37%-os árbevétel-növekedés mellett a 2004. évi 19,9 milliárd forinttal szemben 27,3 milliárd forint bevételt ért el. Ezzel párhuzamosan, a megnövekedett forgalommal párosuló szigorú költséggazdálkodás hatására az EBITDA egy év alatt +1,81 milliárdról +2,9 milliárd forintra nőtt, az IFRS szerinti adózás előtti eredménye pedig 655 millióról 1,98 milliárd forintra emelkedett.

2005-ben a vállalat internetelőfizetőinek száma 24%-os növekedés mellett elérte a 329 ezret, piaci részesedése mind a szélessávú internetelérések, mind a betárcsázós elérések terén 42% volt, amellyel egyértelműen piacvezető pozíciót tudhat magáénak. A növekvő forgalomhoz nagyban hozzájárult a szélessávú internet – ezen belül elsősorban az ADSL – népszerűsítését célzó program, amelynek révén az évközben folyamatosan megemelt tervszámokat is túlteljesítve a T-Online ADSL csomagok száma 60%-kal – 118 ezerről 190 ezerre nőtt. Ez önmagában 71%-os növekedés mellett 18 milliárd forintos bevételt eredményezett.

A cég persze ezen kívül máson is töri a fejét. Sólyom Balázs, az újonnan kinevezett PR felelős elárulta, hogy 1 hónap múlva bejelentik az IPTV szolgáltatásukat, amihez körülbelül 6 Mbit/s sávszélesség lesz az ideális. A részletekről egyelőre keveset tudunk, de az kiderült, hogy az internetezésre és a TV-re külön dedikált sávszélesség áll majd rendelkezésre, tehát a normál letöltési sebességek nem növekszenek majd.

A multimédiás szolgáltatási körbe beletartozik majd a TV mellett a Video-on-Demand is, aminek előszelét már a T-Online Téka szolgáltatása érezteti. Ehhez képest persze egy jóval korrektebb, közel HDTV minőségű adatfolyamot ígérnek. (terminal.hu és sg.hu, 2006. 02. 27.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Kifizették a kanadaiak az MTV-székházat

Kifizette a Magyar Televízió (MTV) Rt. Szabadság téri épületének 4,5 milliárd forintos vételárát a kanadai háttérű Palace 17 Kft. – mondta lapunknak Oravecz Péter, az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő (ÁPV) Rt. kommunikációs igazgatója. Ezzel a vagyonkezelőnél lezárult az értékesítési folyamat. Az épület még 1999-ben került az ÁPV Rt.-hez, amely mintegy 6 milliárd forintot fizetett az ingatlanért a köztvénynek. A vagyonkezelő ezt követően többször próbálkozott az épület értékesítésével, s miután körülbelül ekkora összeghez szeretett volna jutni, nem sikerült az értékesítés. (A vevőt, a 3

millió forint jegyzett tőkéjű Palace 17-et 2005 áprilisában alapították, legnagyobb tulajdonosa jelenleg a Brit Virgin-szigeteken bejegyzett Burdock Investment Holding Corp., amely tavaly júliusban váltotta a kanadai Burdock Corporation Ltd.-t.)

Az egykori tőzsdepalota tehát már kanadai kézben van, információk szerint azonban az MTV vezetése és az új tulajdonos még nem írta alá a székház további bérlésére vonatkozó szerződést. A televízió vezetése ugyanis annak a kormányhatározatnak a megszületésére vár, amelyben az állam elengedné a közszolgálati médium eddig felhalmozott tartozását. Úgy tudjuk, hogy az MTV mintegy 1,8 milliárd forint bérleti díjjal tartozik. Az aláírásra váró bérleti szerződés szerint az MTV akár hosszú időn keresztül is az épületben maradhatna, de a jövő év közepétől piaci alapú bérleti díjat kell fizetnie. Az MTV azonban minden bizonnyal ezzel nem szeretne élni, a kuratóriumi elnökség ugyanis korábban jelezte, hogy 2007-ben kiköltöznék a házból. Azt azonban egyelőre nem lehet tudni, hogy hová menne a köztelevízió.

A jó ideje tervezett, ppp konstrukcióban megvalósítandó új bázis kialakítására vonatkozó pályázati felhívás ugyan elkészült, a beruházás azonban megfenekleni látszik. Az egykori tervek szerint egyébként épp mostanság kellene beköltöznie az MTV-nek az új székházba, s amennyiben néhány hónapon belül sikerülne is felmelegíteni a projektet, feszített iramban kellene dolgozni ahhoz, hogy 2007 közepére az új központba költözhessen az MTV. (sg.hu, 2006. 02. 05.)

gazdaság, társaság

Rendezvény

Átadták a filmszemle díjait

Díjkiosztó ünnepségen a Millenáris Teátrumban Bozóki András kulturális miniszter átnyújtotta Pálfi Györgynek, a szemle játékfilmes fődíjasának a nemzetközi zsűri által odaítélt elismerést Taxidermia filmjéért. Az ünnepségen átadták a játékfilmes, a dokumentumfilmes, a tudományos-ismeretterjesztő és a kísérleti-kisjátékfilmes zsűri által megítélt díjakat, okleveleket. Ugyancsak kiosztották a különdíjakat, közöttük a diákszűri Zöld Holló Díját, a filmplakát-verseny díját, továbbá a külföldi kritikusok szavazata alapján eldöntött Gene Moskowitz-díjat, valamint a közönségdíjat.

Az esélyegyenlőségi díjat Göncz Kinga ifjúsági, családjogi, szociális és esélyegyenlőségi miniszter nyújtotta át Tóth Artinnak az Érintettek II. – Patrik című filmjéért.

Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter adta át a kísérleti film kategória fődíját kapott Halász Péternek Herminamező – Szellemjárás című filmjéért.

A Mozisok Országos Szövetségének díját, illetve az Országos Rádió és Televízió Testület különdíját átvevő Koltai Lajos, a 2005-ben legmagasabb nézőszámot elért Sorstalanság című film rendezője elmondta: az alkotás a világon jelen van. Olaszországban 80 kópiával kezdték vetíteni, Amerikában „91 százalékos a kritikai fogadtatása”; hamarosan bemutatják Angliában, Franciaországban és Ausztráliában. (fn.hu, 2006. 02. 08.)

fogadtatás (díj), rendezvény

T-Online: „A szélessáv terjedése nem sikertörténet”

Az idén tömeges méretekben fognak megjelenni új típusú szélessávú szolgáltatások, és megkezdődik a platformok versenye, amelyben a szolgáltatóknak, a szabályozóknak és a forrásokat biztosító államnak is meg kell találniuk helyüket – hangoztatták a távközlési piac szakértői a Hírközlés 2006 konferencián Budapesten.

Simó György, a T-Online vezérigazgatója szerint a pazarlás és az allokáció hiánya veti vissza az ágazat fejlesztését. Kiemelte, hogy a második Nemzeti Fejlesztési Tervben (II. NFT) a konvergenciát nem definiálták húzóelemként. Nem látja, hogy a politikai párbeszéd az egészségügy és az autópálya mellett a szélessáv felé is eltolódott volna. „A szélessáv terjedése nem sikertörténet” – jelentette ki a vezérigazgató, és utalt arra, hogy a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma a 2004-es 3,1 után tavaly még mindig csak 5,2-re nőtt, amivel Magyarország az uniós lista végén áll. Ismertetése szerint a szélessávú penetráció a tavaly mért 13 százalékról 2008-ra várhatóan 33 százalékra nő.

A vezérigazgató a piac új elemeként az internetes televíziózás turbulensen fejlődő technológiáját említette. Vélekedése szerint a szélessáv nyújtotta új lehetőségek között a vállalatok a kitörés irányát keresik.

A szintén fejlődő, mobiltelefonon keresztüli televíziós műsorszolgáltatásról szólva hangsúlyozta: kérdés, hogy ezt a kereskedelmet folyamatosan generáló célokra használják-e majd, és beépül-e szervesen a fogyasztási kultúrába. Egy felmérés adatai alapján elmondta, az internet használata szorosan összefügg az iskolázottsággal, a lakóhellyel és az életkorral. Szólt arról, hogy a háztartások 65 százalékát adó 60 éven felüliek körében mindössze 6 százalékra tehető az internethasználat.

A piac szabályozásáért felelős Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) feladata az internet alapú televíziós műsorszolgáltatás szabályozási háttérének megalkotása – mondta Rozgonyi Krisztina, a hatóság tanácstagja. Úgy vélte, hogy a fejlesztéseket az elavult médiaszabályozás, és a koncepciótlan médiapolitika gátolja, ezért az NHH az új technológiák megjelenését semmilyen módon nem gátló, versenyközpontú szemléletrendszer kialakítását is célul tűzte ki. (sg.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, szabályozás, fogadtatás (komm.), rendezvény

Átadták Minőségi Újságírást-díjakat

A Minőségi Újságírást Alapítvány átadta a 2005. évi Minőségi Újságírást-díjakat. Az elismerésben 15 újságíró részesült.

A Minőségi Újságírást-díjat – 1997-es alapítása óta – minden hónap elején, az előző hónapban nyomtatásban vagy interneten megjelent cikkek közül válogatva ítéli oda egy vagy két írás szerzőjének (szerzőinek) az Alapítvány által felkért, szerkesztőkből álló, független zsűri.

A 2005-ben díjazott szerzők és cikkeik:

Január: Gaal Ilona – Miklósi Gábor: Félmunka (Magyar Narancs)

Február: Szily László: Epiláltatott-e Szent Margit? (Index)

Március: Farkas Adrienne: Sir Anthony portása (Magyar Nemzet)

Április: Lovas Judit: Felejtésadó (Figyelő)

Május: Rajnai Attila: Tokaji borcsaták I-IV. (Élet és Irodalom)

Június: Sággy Erna: Integrálás alapfokon (Figyelő)

Július: Legát Tibor: A Tisza virága (Magyar Narancs)

Augusztus: Romhányi Tamás: Lélegző robot (Népszabadság)

Szeptember: Mészáros Antónia: Az állampolgár-riporter (Népszabadság)

Október: G. Tóth Ilda: Senki többet? Másodszor! (HVG)

November: Simon Andrea: A világ közepén (Magyar Narancs)

Tanács Gábor: Rozs helyett olajfoltot terem a föld (Szabad Föld)

December: Bundula István: Kapituláció (Magyar Narancs)

Makai József: Majdnemország (Magyar Hírlap)

(hullamvadasz.hu, 2006. 02. 21.)

fogadtatás (díj), rendezvény

Szabályozás

USA: vége az analóg televízióadások korszakának

Megszületett az időpont, már csak az Egyesült Államok elnökének aláírására vár a memorandum: az amerikai képviselőház 216 szavazattal 214 ellenében megszavazta azt a dokumentumot, melynek értelmében legkésőbb 2009. február 17-én lekapcsolják az ország analóg televízióadóit. Ezt az időpontot követően az analóg tévékészülékek csakis digitális vevőkkel, úgynevezett set-top-boxokkal kiegészítve lesznek képesek fogni a földfelszíni, éterben sugárzott adásokat. (mno.hu, 2006. 02. 03.)

szabályozás, technológia

257 milliós bírság a Colgate Total megtévesztő reklámjai miatt

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa megállapította, hogy a Colgate-Palmolive Magyarország Kft. (CP) a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy televíziós reklámjaiban azt állította, illetve sugallta, hogy a Colgate Total fogkrémek valamennyi más fogkrémnél hatásosabbak. A Versenytanács a jogsértő vállalkozást 257 millió forint bírság megfizetésére kötelezte. (jogiforum.hu, 2006. 02. 03.)

gazdaság, szabályozás

Dömpingáron jön a Digi Tv

Új, műholdas digitális szolgáltatást indítana Magyarországon Digi Tv néven a Teszári Zoltán nagyváradi milliárdos érdekeltségi körébe tartozó EMKTV. A társaság a dömpingáron kínált alapsomagjával komoly átrendeződést okozhatna a kábelszektorban is. A cég azonban egyelőre nem szerezte be a hatósági engedélyeket.

A mintegy 75 ezer előfizetővel szerződést kötött, s ezzel a negyedik legnagyobb hazai kábeltelevíziós vállalkozás, az EMKTV tervei szerint az ország teljes területén elérhető lenne új, digitális műholdas szolgáltatása (DTH). A cég eredetileg február 1-jén indította volna el a DTH-t, de a vételhez szükséges készülékek kiszállítása miatt csúszik a projekt.

A társaság dömpingáron, 2700 forintért kínál több, mint 30 magyar nyelvű programot az alapsomagban. Sőt az első évben előfizetési díj nélkül teszi elérhetővé a szolgáltatást. Az előfizetőknek a belépéshez mindössze a 21.600 forintba kerülő dekódert és a parabolaantennát kell megvásárolniuk.

Az EMKTV tulajdonosa, Teszári Zoltán a másik cégével, a Romanian Cable Systemsszel (RCS) nemrég hasonló jellegű szolgáltatást indított Romániában is, ahol azóta több tízezer előfizetőt gyűjtött. Az RCS egyben a legnagyobb román kábelszolgáltatónak is számít. Az EMKTV – amely információk szerint a Romániából műholdra fellőtt programok műsorelosztójaként szerződött a műsorszolgáltatókkal – még nem regisztráltatta új szolgáltatását a magyar hatóságoknál. Márpedig információk szerint a hatályos hazai médiatörvény kimondja, hogy a szolgáltatást, ha magyar cég végzi, be kell jelenteni. Ha pedig ezt megtette, akkor – annak ellenére, hogy országos szolgáltatást kínál – a törvények értelmében az egyharmados korlátozás alá esik a tevékenysége, vagyis az összes, 3,8 millió televíziós háztartás estében csak legfeljebb ennyiben lehet majd jelen.

A szolgáltató beruházásának megtérülése a piaci szereplők szerint megkérdőjelezhető, mert mint mondják: a társaság önköltségi ára oly mértékben meghaladja az előfizetési díjából származó bevételeit, hogy a cég már két év alatt milliárdos veszteséget érhet el.

Az induló új vállalkozás miatt a kábeles szolgáltatók azt tervezik, hogy a hatóságoktól kérik az ügy mielőbbi kivizsgálását. Tény: ha csak néhány tízezer előfizetőt sikerül megszerezniük dömpingáras ajánlatukkal, már akkor jelentősen átrendeződhet a kábeltelevíziós piac. A szakma szerint a mintegy százmilliárd forintos forgalmú szektorban elsősorban a kisebb társaságok létét veszélyezteti az új kezdeményezés. A kábelrendszerek elértéktelenedése

mellett visszaeshetnek a szélessávú kábelhálózat-fejlesztések, és megtorpanhat a triple play szolgáltatások elterjedése is. (vg.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, tartalomkínálat, szabályozás, fogadtatás (komm., reak.)

Sólyom aláírta a médiatörvényt

Sólyom László köztársasági elnök aláírta a rádiózásról és televíziózásról szóló törvény módosítását, amelynek értelmében a Kossuth rádió még egy évig használhatja az úgynevezett keleti URH-frekvenciát. (jogiforum.hu, 2006. 02. 01.)

szabályozás, tartalomkínálat

Egyre több brit kíváncsi gyermekpornóra

Emelkedik azoknak a briteknek a száma, akik gyermekpornográfiát ábrázoló internetes oldalakat próbálnak letölteni – közölte a British Telecom, amely külön szűrőprogrammal igyekszik akadályozni a hozzáférést az ilyen tartalmakhoz. A legnagyobb brit távközlési szolgáltató csak az utóbbi négy hónapban napi 35 ezer ilyen próbálkozást hiúsított meg saját hálózatán. Amikor a BT 2004 nyarán üzembe helyezte Clean Feed (körülbelül: Tiszta forrás) nevű szűrő és blokkoló programját, a gyermekpornót tartalmazó internetes oldalak letöltésére tett kísérletek száma alig haladta meg a napi 10 ezret. Ezzel egy időben erősen emelkedik a gyermekpornót kínáló honlapok száma is: az illegális tartalmak figyelésére alakult, Internet Watch Foundation nevű brit szervezet tavaly hatezer ilyen internetes címet azonosított az előző évben bemért 3500 után. A brit törvények drákói szigorral büntetik a gyermekpornográfiát: az ilyen irodalom terjesztői, sőt birtoklói is – minősített esetben – tíz évi fegyházra számíthatnak felelősségre vonás esetén. (index.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

Svájc: alanyi jog a szélessávú internethez

A svájci kormány, a Bundesrat elé került az a tervezet, miszerint minden svájci állampolgárnak, illetve a hosszabb ideje az országban élőknek alanyi jogon járna a nagy sávszélességű internethozzáférés.

Svájcban létezik egy hivatalosan „telekommunikációs alapellátás” névvel ihletett csomag, az új javaslat ezt bővítené ki.

Arról, hogy milyen területek és technológiák tartoznak a telekommunikációs alapellátások körébe, folyamatosan egyeztet egymással a svájci szövetségi kormány és a törvényhozás. Amint megszületik a törvénykiegészítés, a Comcom nevű svájci távközlési felügyelet kiírja a koncessziókat. Svájcban 2004 végén a háztartások 15,7 százaléka rendelkezett szélessávú internethozzáféréssel. 2001 végén ez az arány még csak 2,2 százalék volt. (sg.hu, 2006. 02. 10.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

Felmentettek egy francia fájlcsereelőt

Egy párizsi bíróság precedensértékű ítéletet hozott, miszerint bárki bármikor szabadon használhat fájlcsereelő hálózatot. A döntés komoly hatással lehet annak a francia parlamenti javaslatnak az elfogadására, ami szerint legalizálnák a P2P-rendszerek működését.

A francia fájlcsereelő 1200, illegálisan másolt zeneszámot kínált letöltésre egy fájlcsereelő hálózat segítségével. Anthony G. lakásában később házkutatást tartottak a rendőrök és miután a számítógépében több, mint 1800 zenei CD- és filmkópiát találtak, a Société Civile des Producteurs Phonographiques (SCPP) nevű francia zeneipari szervezet feljelentette. Az ügyet tárgyaló bíróság már tavaly decemberben meghozta ítéletét, azonban ezt csak most hozták nyilvánosságra.

A testület sokak legnagyobb megdöbbenésére felmentette Anthony G.-t az ellene felhozott vádak alól, mivel az indoklás szerint a férfi kizárólag magáncélra készítette a másolatokat. Ez pedig a jelenleg hatályos francia jogszabályok szerint nem törvénybe ütköző cselekedet. Ráadásul a vádlott nem tudhatta, hogy a szerzői és a szomszédos jogok által védett tartalmakról készít kópiákat, mivel az általa használt szoftver erről nem adott a számára

felvilágosítást. Ezt bizonyítja, hogy a számítógépben talált 1875 különböző kópia közül 1212 semmilyen szerzői jogi licenc hatálya alá nem tartozik.

A döntés azért is kapott nagy nyilvánosságot, mert Franciaországot már hetek óta lázban tartja az a törvénytervezet, amely legalizálná a fájlcsere hálózatok használatát, és lehetővé tenné – néhány eurós havi átalánydíj fejében –, hogy a P2P-rendszereken keresztül bárki szabadon csereberélhessen filmeket vagy zeneszámokat. Az ítélet pedig hatással lehet a nemzetgyűlés döntésére is. (sg.hu, 2006. 02. 10.)

szabályozás

Digitális tévé: nem lesz egységes európai szabályozás?

Az Európai Bizottság szerint nincs szükség külön európai uniós szabályozásra a digitális televíziózás területén. A szakemberek úgy vélik, hogy amennyiben ilyen szabályozásra sor kerül, azt jobb, ha maguk a piaci szereplők végzik el.

Az interaktív digitális televízió tartalmaz egy olyan kiegészítő csatornát, amelyen keresztül a nézők képesek kommunikálni a műsorszolgáltatóval és így például részt vehetnek interaktív játékokban, vetélkedőkben. Ehhez azonban szükség lenne egy egységes európai szabványra, illetve az európai szakembereknek meg kellene állapodniuk egy közös formátumban. Az Európai Bizottság azt javasolta, hogy egy nyíltan hozzáférhető, több rendszerrel is kompatibilis fejlesztői felületet (API-t) hozzanak létre. A testület állásfoglalása rámutatott arra, hogy ennek a megoldásnak köszönhetően az egyes tagországokban bármilyen digitális televíziós szabvány elterjedhet és a piaci igények határozzák majd meg, hogy melyik államban melyik szabvány fog érvényesülni.

Az Európai Bizottság információi szerint a kontinensen jelenleg több mint 47 millió digitális televízióadásokat dekódoló készülék van üzemben, ezek közül 26 millióban van gyári API, és 4 millióban a testület által is támogatott nyílt szabvány, az MHP.

Magyarországon – bár még csak készül a digitális tévézésről szóló jogszabály – az Antenna Hungária Rt. már 2004. október 12-én elindította a DVB-T szolgáltatást, vagyis a digitális földfelszíni televízió műsorszórását. (sg.hu, 2006. 02. 08.)

EU, fogyasztás, szabályozás, technológia

Az internetszolgáltató köteles együttműködni a kalóz tevékenység megszüntetésében

Az IFPI, a hanglemezipar nemzetközi szervezete üdvözli a Dán Legfelsőbb Bíróság határozatát, mely alapján az internetszolgáltatók kötelezhetők arra, hogy megszüntessék azon ügyfeleik internetkapcsolatát, akik kalóztevékenységben vesznek részt.

Az ügy, melynek kapcsán két, illegális ftp-szervert üzemeltető személy ellen indult eljárás, fontos precedenst teremt az internetszolgáltatók felelőssége terén, olyan esetekben, amikor illegális fájlcserelésre derül fény. A jogtulajdonosok most már eljárást kezdeményezhetnek a szolgáltatókkal szemben, kötelezve őket, hogy szüntessék meg az internetszolgáltatást azon ügyfeleik számára, akik ezt a szolgáltatást jogvédett tartalmak terjesztésére használják fel, különböző P2P hálózatokon. A határozat az EU szerzői jogi törvényein alapul és az egész Unió területén érezteti hatását. (zene.hu, 2006. 02. 08.)

EU, szabályozás

Japán fellépés az öngyilkos-honlapok ellen

Összefogott a japán rendőrség az internetszolgáltatókkal, mivel megelégték, hogy a vállalkozó kedvű japán öngyilkosjelöltek az interneten beszélnek terveiket, tippeket adnak egymásnak és biztatják egymást. Egyre többen használják arra a világhálót, hogy összeüljenek és megbeszéljék, milyen módon fejezik be földi életüket. A tervek szerint lekapcsolják az öngyilkosjelölteket, illetve a nekik tippeket adó oldalakat, és az érintetteket orvosi, pszichológusi segítségben részesítik. Sajnos hazánkban sem ritkák az öngyilkosságról szóló oldalak és fórumok, amelyekhez bárki hozzáférhet. Mivel a magyar is pesszimista nemzet, lehet, hogy nálunk sem ártana összefogás az ügyben. (sg.hu, 2006. 02. 13.)

szabályozás

Megszorítások várhatók az online pornográfiában

Erősödnek azok a felhangok az Egyesült Államokban, miszerint világszerte erőteljesen korlátozni kellene az online pornográf tartalmakhoz való hozzáférést. A pornóipar tiltakozik az elképzelés ellen, ezzel szemben az emberi jogi szervezetek a magánszféra védelmével érvelnek az intézkedés mellett.

Szakemberek évek óta próbálják az emberek figyelmét felhívni arra, hogy az ellenőrizetlen pornóoldalak tömegével rejtik magukban a különböző kártevőket, vírusokat, trójai és kémprogramokat, betárcsázó szoftvereket.

Annalee Newitz san franciscói újságíró, az Electronic Frontier Foundation (EFF) korábbi munkatársa szerint a konzervatív erkölcsösözök törvényjavaslata szerint a felhasználók lakóhelye alapján döntenék el, hogy ki milyen erotikus vagy pornográf tartalomhoz férhet hozzá. Aki tehát egy konzervatívnak minősített körzetben lakik és onnan internetezik, az nem nézegethetne meztelen képeket vagy erotikus karikatúrákat.

A törvény kidolgozói azzal érvelnek, hogy a pornóiparnak semmilyen kára nem származik majd a dologból, hiszen bárki használhat névtelenséget biztosító programokat vagy szervereket. Ráadásul a pornóoldalak üzemeltetőinek is érdekük, hogy a portáljaik ne hemzsegenek a vírusoktól és más kártevőktől.

A tervezett jogszabály felkavarta az indulatokat, ugyanis az Egyesült Államokban nemrég szigorították meg a fiatalok védelméről szóló törvényt. Ennek értelmében bárki, aki pornográf tartalmat terjeszt, vagy közzétesz, köteles az adott modell személyes adatait nyilvánosságra hozni. Mindez azt jelenti, hogy egy blogger nem jelentethet meg egy erotikus fotót, mert minden bizonnyal fogalma nincs arról, hogy az illető hölgynek mik a személyes adatai. Ez a helyzet persze ugyanakkor felveti azt a kérdést, hogy nem sérülnek-e a pornószínészek, pornószínésznők személyiségi jogai, hiszen a pornóipar legtöbb szereplője nem a saját nevéen dolgozik. A megoldás talán az lehet, hogy a pornóipar saját, ellenőrzött hálózatokat fog üzemeltetni. Hasonló rendszerekre már most is van példa, Annalee Newitz szerint elég csak felkeresni a MySpace és a Friendster társkereső oldalakat. Persze az már más kérdés, hogy hiába jó a szándék, ha a felhasználók többsége mégis korlátozva és megbélyegezve, megfigyelve érezné magát és zavarná, hogy nem böngészhet önfeledten a világhálón. (sg.hu, 2006. 02. 13.)

szabályozás, technológia

Médiaszabályozást sürget az EU

Médiaszabályozást sürget az Európai Bizottság (EB) a dán karikatúra-botrány miatt. Az unió vezetői szerint Európának új mediaszabályozást kellene bevezetnie.

Franco Frattini, az unió igazságügyi biztosja által javasolt törvény arra ösztönözné a médiát, hogy tartsa tiszteletben a vallási érzékenységet.

„A sajtó továbbítani fogja a muszlim világba az üzenetet: tisztában vagyunk a véleménynyilvánítási jog gyakorlásának következményeivel, és képesek vagyunk szabályozni ezt a jogot” – tette hozzá az igazságügyi biztos, aki egy önkéntes magatartási kódex elfogadását javasol a médiának. Ennek értelmében a kiadóknak vállalniuk kell a szólásszabadság gyakorlásával együtt járó felelősséget is. Az új rendelkezést az EB mediaszakemberek segítségével dolgozná ki.

Eötvös Pál, a Magyar Újságírók Szövetségének (MÚOSZ) elnöke egyetért azzal, hogy elővigyázatosan kell kezelni a vallási témákat, azonban szerinte lehetetlen meghatározni egységesen, hogy mit jelent ez pontosan a gyakorlatban. Frattini azt javasolta, hívjanak össze konferenciát, amin szakértők és újságírók vennének részt. Itt kidolgoznának egy önszabályozási kódexet, ami pont az ilyen esetekkel kapcsolatos kérdésekre adna választ. A kódex értelemszerűen nem volna jogilag kötelező, az újságíróknak maguknak kellene tartaniuk hozzá magukat. Az európai média harcias elutasítással reagált, mondván a biztos

jobban teszi, ha ebbe nem üti bele a orrát, az önszabályozás a média dolga egyedül.
(hullamvadasz.hu, 2006. 02. 15., fn.hu, 2006. 02. 21.)

EU, szabályozás

Olcább a sugárzás külföldről – Megúszhatók a médiahatóságok szigorú büntetései

Egyre többen mérlegelik a televíziós társaságok közül, hogy műsorszolgáltatásukat a szomszédos Romániából, esetleg Csehországból nyújtsák. Az adóknak az említett két országban nem kell műsorszolgáltatási díjat fizetni. Ennél is fontosabb, hogy a műsor műholdra tétele is a magyar árak töredékébe kerül Romániában.

Romániában lövi fel műholdra például televízióit: a Cool Tv -t, a Film +-t, valamint januártól a Sport Klubot is az IKO Romania S. r. l. Kökény Tamás, a cég ügyvezető igazgatója elmondta: adónként évente mintegy 12 millió forintot spórolnak meg azon, hogy nem kell műsorszolgáltatási díjat fizetniük, és ennél jóval nagyobb összeget takarítanak meg azzal, hogy az itteni havi 30 ezer dolláros fellövési díjnak a negyedéből is eljutnak adásai a műholdra. Azzal egyébként, hogy a fellövés, az adások szerkesztése Romániában történik, valamint a műsorkészítők is ott tevékenykednek, az adó a román médiahatóság alá is tartozik. Akik azonban úgy döntenek, hogy más országból sugározzák, illetve szerkesztik adásukat, azok Horvát János, a Sport 1 Tv elnöke szerint teljesen kikerülhetnek a médiahatóságok látóköréből, hiszen mint mondja, az ottani médiatesületet kevésbé érdekli, mit is sugároz egy adó egy másik ország lakosságának, azaz megúszható a büntetés reklámtúllépés és egyéb kihágások esetén, hisz senki nem figyeli az adásokat.

Gáspárik Attila, a Romániai Országos Audiovizuális tanács tagja szerint Magyarországon nem vállalkozóbarát a médiatörvény, ezért dönt néhány társaság a mellett, hogy más országban jegyezteti be magát, vagy szerkeszti műsorát.

Az Országos Rádió és Televízió Testület is érzékeli, hogy mind többen érdeklődnek a külföldről Magyarországra történő műsorsugárzás iránt – jelezte Tímár János, az ORTT testületi tagja. Emiatt, mint mondta, az ORTT-nek is reagálnia kell majd, de előbb fontos végiggondolni, milyen előnye van annak, ha ezek a cégek hazánkban működtetik a csatornáikat. (index.hu, 2006. 02. 22.)

gazdaság, szabályozás

EU: A Nagy Testvér figyelni fog

Az Unió igazságügy miniszterei megadták a végső jóváhagyást az új szabályozáshoz, amelynek értelmében rögzíteni kell, hogy egy-egy ügyfél kivel, mikor, hol lépett telefonvagy internetkapcsolatba. Ugyanakkor a hívások, e-mailek, SMS-ek tartalmát nem fogják figyelni. Az így szerzett adatokat legalább fél, legfeljebb két évig őrzik majd meg – hogy pontosan mennyi ideig, azt az egyes országok döntenek el. (mno.hu, 2006. 02. 22.)

EU, szabályozás

T-Online: „A szélessáv terjedése nem sikertörténet”

Az idén tömeges méretekben fognak megjelenni új típusú szélessávú szolgáltatások, és megkezdődik a platformok versenye, amelyben a szolgáltatóknak, a szabályozóknak és a forrásokat biztosító államnak is meg kell találniuk helyüket – hangoztatták a távközlési piac szakértői a Hírközlés 2006 konferencián Budapesten.

Simó György, a T-Online vezérigazgatója szerint a pazarlás és az allokáció hiánya veti vissza az ágazat fejlesztését. Kiemelte, hogy a második Nemzeti Fejlesztési Tervben (II. NFT) a konvergenciát nem definiálták húzóelemként. Nem látja, hogy a politikai párbeszéd az egészségügy és az autópálya mellett a szélessáv felé is eltolódott volna. „A szélessáv terjedése nem sikertörténet” – jelentette ki a vezérigazgató, és utalt arra, hogy a 100 lakosra jutó szélessávú előfizetések száma a 2004-es 3,1 után tavaly még mindig csak 5,2-re nőtt, amivel Magyarország az uniós lista végén áll. Ismertetése szerint a szélessávú penetráció a tavaly mért 13 százalékról 2008-ra várhatóan 33 százalékra nő.

A vezérigazgató a piac új elemeként az internetes televíziózás turbulensen fejlődő

technológiáját említette. Vélekedése szerint a szélessáv nyújtotta új lehetőségek között a vállalatok a kitörés irányát keresik.

A szintén fejlődő, mobiltelefonon keresztüli televíziós műsorszolgáltatásról szólva hangsúlyozta: kérdés, hogy ezt a kereskedelmet folyamatosan generáló célokra használják-e majd, és beépül-e szervesen a fogyasztási kultúrába. Egy felmérés adatai alapján elmondta, az internet használata szorosan összefügg az iskolázottsággal, a lakóhellyel és az életkorral. Szólt arról, hogy a háztartások 65 százalékát adó 60 éven felüliek körében mindössze 6 százalékra tehető az internethasználat.

A piac szabályozásáért felelős Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) feladata az internet alapú televíziós műsorszolgáltatás szabályozási hátterének megalkotása – mondta Rozgonyi Krisztina, a hatóság tanácstagja. Úgy vélte, hogy a fejlesztéseket az elavult médiaszabályozás, és a koncepciótlan médiapolitika gátolja, ezért az NHH az új technológiák megjelenését semmilyen módon nem gátló, versenyközpontú szemléletrendszer kialakítását is célul tűzte ki. (sg.hu, 2006. 02. 22.)

fogyasztás, szabályozás, fogadtatás (komm.), rendezvény

Amerikában semleges internetszolgáltatást akarnak

Az amerikai kongresszusnak törvényben kellene védelmeznie az internetszolgáltatás semlegességét a The New York Times egyik szerkesztőségi kommentárja szerint, amely attól tart, hogy a jövőben előnyben részesülhetnek a tőkeerős tartalomszolgáltatók. Az Útdíjszedő kapuk az információs sztrádán című kommentár kiemeli, hogy az internetes keresőprogramok jelenleg egyforma könnyedséggel siklanak egyik helyről a másikra, ez azonban megváltozhat, ha a szolgáltatók az egyik internetes helynek kedveznek, a másikat pedig büntetik, aszerint, hogy hajlandó-e vagy tud-e külön fizetni. Az internetes szolgáltatók körében már felmerült, miért ne kérjenek díjat például az eBay cégtől azért, hogy kereskedésre használja az internetkapcsolatot. A nagy cégek profitközpontú érdekei döntenék el, milyen webhelyek és technológiák lesznek sikeresek, és melyek bukhatnak el, s megfojthatják az olyan ígéretes újításokat is, mint az internetes telefon. Ron Viden oregoni demokrata párti szenátor semlegességi törvény benyújtására készül, amely tiltaná, hogy az internetszolgáltatók kivételezzenek egyes tartalomszolgáltatókkal, vagy pedig elsőbbséget biztosítsanak saját tartalomszolgáltatásuknak. (origo.hu, 2006. 02. 20.)

Szabályozás

A szomszédos jogok kiterjesztése – Megoldás a fájlcsere-élőkkel kapcsolatos jogi vitákra?

Tavaly december óta az európai közbeszéd tárgya a fájlcsere-élők jogi megítélését döntően befolyásoló francia jogszabály elfogadása. Az ország törvényhozása a 2001-ben született európai szerzői jogi irányelv rendelkezéseinek megfelelő olyan nemzeti szabályozást készült kidolgozni, amely más országokhoz hasonlóan a teljes tiltás eszközével lépett volna fel a fájlcsere-élőket használó internetezők ellen. A törvényről szóló szavazás előtt azonban felbukkant egy módosító javaslat, amely eddig szokatlan módon egy általános jogdíj megfizetése ellenében legalizálná az ún. peer-to-peer programok használatát. Az utóbbi javaslat elfogadásával a francia törvényhozás Franciaországban és világszerte is komoly vitákat generált.

Mindeközben egyre gyakrabban hallhatók olyan hangok, melyek azt sugallják, hogy esetleg maga az EU is változtatni fog a kérdéshez való hozzáállásán. A hírek szerint Brüsszel hamarosan hatástanulmányt dolgoz ki, ősszel pedig politikai vitát indít a szerzői jogi irányelv tekintetében – ez akár a teljes európai szabályozás újragondolásához is vezethet.

Egyes vélemények szerint a jövőben járható út lehet a szomszédos jogok szerepének ártértelezése: ha ugyanis a törvényhozó elfogadná, hogy a digitális műsorhordozók korában már nem léteznek pusztán felhasználók (mert a legtöbben maguk is alakíthatják a műveket)

akkor a szomszédos jogok kiterjesztésével új perspektívák nyílhatnak meg az internetes tartalom jogi szabályozásában. (jogiforum.hu, 2006. 02. 23.)

EU, szabályozás

Spam-információs oldal az MTE-ről

A tartalom- és tárhelyszolgáltatók, a szakmai szervezetek, a szoftvergyártók, a szabályozásért felelős hazai és nemzetközi hatóságok, továbbá a felhasználók összefogása lehet a kéretlen reklámlevelek elleni hatékony küzdelem kulcsa – állapították meg a nemzetközi Safer Internet Day magyarországi rendezvényén.

Az esemény napján indult útjára a BIF megbízásából az MTE által működtetett website önálló spam-információs aloldala, ww.spam.baratsagosinternet.hu címen. A weblapon a felhasználók csokorba gyűjtve megtalálhatják a spamekkel kapcsolatban leggyakrabban felmerülő kérdéseket és válaszokat, információkat kapnak a kéretlen leveleket küldőkkel szemben alkalmazható jogi lépésekről és a piacon elérhető spamszűrő szoftverekről. Emellett az oldalon helyet kaptak különböző, a spamekkel kapcsolatos eljárásokat megkönnyítő levélminták: így megtalálhatók a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség számára küldhető panaszlevél, a hirdető által a panaszosnak küldhető válaszlevél és a spamküldőknek címezhető üzenetek sablonjai. (terminal.hu, 2006. 02. 28.)

érdekképviselő, szabályozás, tartalomkínálat

Társaság

Tavaly huszonkétmilliárd jutott filmgyártásra

Magyarországon 2005-ben összesen több mint 22,3 milliárd forintot költöttek filmgyártásra (a 2003-as másfél és a 2004-es 7,5 milliárd után), azaz ilyen összegben kaptak a magyar filmiparban működő vagy ahhoz kapcsolódó vállalkozások megrendeléseket. Ennek csaknem fele külföldi bér munkákból állt (10,9 milliárd forint), míg 5,2 milliárd forint a magyar részvételű koprodukciós filmekre, további mintegy ötmilliárd forint a magyar filmek gyártására jutott, valamint 1,2 milliárdot költöttek televíziós sorozatokra a kereskedelmi csatornák beszállítói (Jóban-rosszban és Barátok közt). A Nemzeti Filmiroda 2005-ben összesen 2,8 milliárd forintról állított ki adóigazolást 167 magyar, külföldi és koprodukciós alkotás után a gyártóknak (két éve csak 25 filmet támogattak így). A Magyarországon készült filmek 2005-ben 800 millió forint közvetlen állami és 2,8 milliárd közvetett (a társasági adókedvezményből származó) támogatásban részesültek.

Legtöbbet 200 milliót Koltai Lajos Sorstalanság című mozija kapta, ezt követi Szabó István Rokonokja 172 millióval.

Itthon egyelőre nem épül „Etyekwood”, amit Krisán László, a Korda Sándor Filmstúdió Kft. ügyvezetője azzal magyaráz, hogy az engedélyezési procedúra lényegesen hosszabbra nyúlik, mint várták. A 37,5 milliárd forintos beruházás kivitelezői azonban ugrásra készen állnak: amint kézhez kapják a jogerős építési engedélyt, nyomban megindulnak a munkagépek Etyeken.

Bozóki András miniszter elmondta, hogy az állami költségvetés 2006-ban összesen 6,5 milliárd forintot szán a filmszakma közvetlen támogatására; ezzel az összeggel Magyarország az EU-országok között az első tizenben foglal helyet. Az idei, 37. Magyar Filmszemlén az alkotások költségeiben a legnagyobb szeletet a 43 százalék közvetlen és 16 százalékos közvetett, összesen 2,5 milliárd forint állami támogatás jelenti.

Bozóki András arról is beszámolt, hogy a kormány benyújtotta a filmes vagyon és a filmjogok rendezését célzó törvénymódosítást. Az állami tulajdonban lévő, stratégiaileg fontos cég, a Mafilm és a Magyar Filmlabor átkerül a Magyar Mozcókép Közalapítványhoz. Ezenkívül az állami tulajdonú stúdiókban készült filmalkotások vagyoni jogait a Magyar Nemzeti Filmarchívum kezelésébe adják.

Miközben a filmtörvény életbe lépése óta jól érzékelhető a külföldi stábok megjelenése, az ember azt érzi, mintha a magyar filmek is megsokasodtak volna. Kapitány Iván, az idei filmszemlén debütáló Kútfejek rendező-producere, az Üvegtigris 1 társrendezője és társproducer szerint azonban ma nem készítenek több magyar filmet, mint korábban, csak az arányok változtak. A reklámszakmából átigazolt rendező úgy véli, kevesebb a „szerzői” film, amelyek alkotói elsősorban kritikai és fesztiválsikerekre hajtanak, ellenben több az olyan játékfilm, amelyek alapvető célja a minél több néző és bevétel.

Némileg másképpen látja a magyar film helyzetét a már számtalan magyar mozcókép megszületése felett bábáskodó Kálomista Gábor. A legújabban a közel 300 millió forintból készülő Csak szex és más semmi vagy a szintén az idei filmszemlén rajtoló Tibor vagyok, de hódítani akarok című film producer szerint több magyar alkotás készül az utóbbi években, ráadásul ennyit nem is bír el az ország. „Átestünk a ló túlsó oldalára, az idei szemlén már 36 játékfilmet mutatnak be; ennyi nem lehet üzletileg sikeres” – mondja borúlátóan a producer, aki szerint ez óhatatlanul néhány cég anyagi bukását vonja majd maga után. (fn.hu, 2006. 02. 01. és 02. 03., origo.hu, 2006. 02. 03., hvg.hu, 2006. 02. 26., stop.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), társaság

Összefognak a világ legnagyobb médiacégei

Az amerikai Time Warner (TW) és a német Bertelsmann a jövőben mozifilmeket, valamint

televíziós show-műsorokat tesz elérhetővé közösen az interneten. A TW jelzése szerint Németországban márciusban indul a projekt, a P2P fájlcsere alkalmazás keretében. A közös vállalkozást In2Moviesnek nevezik majd.

Egyelőre nem közölték, mennyiért lehet majd letölteni kínálatukat, azt viszont már jelezték: a későbbiekben más piacokon is igyekeznek elterjeszteni szolgáltatásukat. Kínálatukban többek között olyan Warner-alkotások szerepelnek, mint a Harry Potter és a tűz serlege.

A Time Warner tegnap bejelentette azt is, hogy eladja könyvkiadó-üzletágát a Magyarországon is érdekelt médiabirodalomnak, a Lagardere-nek. A francia cég 537,5 millió dollárt fizet az ügylet keretében, ezzel valóra válik régi álma, és beléphet az amerikai könyvkiadópiacra és egyben a világ harmadik számú ilyen társasága alakul meg. Richard Parsons 2002-ben elvállalt elnöksége óta a TW számos részlegétől megvált: értékesítették a Warner Musicot, több sportklubot és túladtak a Comedy Central kábeltévében birtokolt részesedésen is. (vg.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság, társaság

Műsoridőt adna az MTV az erdélyi magyar tévének

A Magyar Televízió felajánlja napi egyórás műsoridejét az Erdélyi Magyar Televízió beindítására. A Magyar Televízió ezt a műsoridőt ingyen biztosítaná. Egyebek közt azt reméli, hogy ezáltal több romániai kábeltelvízió kínálatába is bekerülne az m2. Korábban is felmerült az a lehetőség, hogy akár a Magyar Televízióban, akár a Duna televízióban működhetne „ablakként” az erdélyi televízió, de akkor a kurátorok az önálló televízió létrehozása mellett döntöttek. Úgy gondolták ugyanis, hogy a csupán részműsoridőben működő televízióknak nehéz lenne igazi erdélyi arculatot adni. Az erdélyi magyar televíziót kereskedelmi tévéadóként hoznák létre Erdélyben a Medgyesy Péter kormánya által megajánlott kezdeti 300 millió forinttal, az erdélyi magyarságról, az ottani magyarságnak szólna. Az MTV felajánlása a saját frekvenciával még nem rendelkező, leendő adó életre hívását segítené elő.

A műsor a jelenleg műholdas közvetítésű m2 teljes szórás körzetében látható lenne, tehát nemcsak Romániában, hanem egész Közép-Európában. A használatra átengedett műsoridőt az erdélyi stúdióknak, műhelyeknek kellene megtölteniük tartalommal, ami viszont már az erre hivatott alapítvány vagy egy e célra létesítendő cég feladata lenne.

A magyarországi és romániai közszolgálati műsorokat Erdélyből tudósító jelenlegi tévés műhelyek eleve bekapcsolódhatnak az új műsor munkájába. (index.hu, 2006. 02. 13.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

A kuratórium előtt az MTV üzleti terve

A Magyar Televízió kuratóriumi elnöksége elfogadta a köztévé 2006-os gazdálkodási és pénzügyi tervének sarokszámait. Az Európai Unió irányelvekkel összhangban az m1 csatorna műsoridejének 89, az m2 esetében 95 százalékában európai műveket mutat majd a köztévé. Idén az új, magyarországi gyártású mozgóképes alkotásokra 1,1 milliárd forintot fordít az intézmény, a külső gyártás aránya legalább húsz százalék lesz. A tévéelnök szerint rendkívüli feladatokra 10,6 milliárd forint hiányzik, ezért a kuratórium elnöke levélben kért segítséget a parlamenttől. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 22.)

EU, gazdaság, társaság

Kifizették a kanadaiak az MTV-székházat

Kifizette a Magyar Televízió (MTV) Rt. Szabadság téri épületének 4,5 milliárd forintos vételárát a kanadai háttérű Palace 17 Kft. – mondta lapunknak Oravecz Péter, az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő (ÁPV) Rt. kommunikációs igazgatója. Ezzel a vagyonkezelőnél lezárult az értékesítési folyamat. Az épület még 1999-ben került az ÁPV Rt.-hez, amely mintegy 6 milliárd forintot fizetett az ingatlanért a köztévének. A vagyonkezelő ezt követően többször próbálkozott az épület értékesítésével, s miután körülbelül ekkora összeghez szeretett volna jutni, nem sikerült az értékesítés. (A vevőt, a 3

millió forint jegyzett tőkéjű Palace 17-et 2005 áprilisában alapították, legnagyobb tulajdonosa jelenleg a Brit Virgin-szigeteken bejegyzett Burdock Investment Holding Corp., amely tavaly júliusban váltotta a kanadai Burdock Corporation Ltd.-t.)

Az egykori tőzsdepalota tehát már kanadai kézben van, információk szerint azonban az MTV vezetése és az új tulajdonos még nem írta alá a székház további bérlésére vonatkozó szerződést. A televízió vezetése ugyanis annak a kormányhatározatnak a megszületésére vár, amelyben az állam elengedné a közszolgálati médium eddig felhalmozott tartozását. Úgy tudjuk, hogy az MTV mintegy 1,8 milliárd forint bérleti díjjal tartozik. Az aláírásra váró bérleti szerződés szerint az MTV akár hosszú időn keresztül is az épületben maradhatna, de a jövő év közepétől piaci alapú bérleti díjat kell fizetnie. Az MTV azonban minden bizonnyal ezzel nem szeretne élni, a kuratóriumi elnökség ugyanis korábban jelezte, hogy 2007-ben kiköltöznek a házból. Azt azonban egyelőre nem lehet tudni, hogy hová menne a köztelevízió.

A jó ideje tervezett, ppp konstrukcióban megvalósítandó új bázis kialakítására vonatkozó pályázati felhívás ugyan elkészült, a beruházás azonban megfenekleni látszik. Az egykori tervek szerint egyébként épp mostanság kellene beköltöznie az MTV-nek az új székházba, s amennyiben néhány hónapon belül sikerülne is felmelegíteni a projektet, feszített iramban kellene dolgozni ahhoz, hogy 2007 közepére az új központba költözhessen az MTV. (sg.hu, 2006. 02. 05.)

gazdaság, társaság

Tartalomkínálat

Dömpingáron jön a Digi Tv

Új, műholdas digitális szolgáltatást indítana Magyarországon Digi Tv néven a Teszári Zoltán nagyváradi milliárdos érdekeltségi körébe tartozó EMKTV. A társaság a dömpingáron kínált alapsomagjával komoly átrendeződést okozhatna a kábelszektorban is. A cég azonban egyelőre nem szerezte be a hatósági engedélyeket.

A mintegy 75 ezer előfizetővel szerződést kötött, s ezzel a negyedik legnagyobb hazai kábeltelevíziós vállalkozás, az EMKTV tervei szerint az ország teljes területén elérhető lenne új, digitális műholdas szolgáltatása (DTH). A cég eredetileg február 1-jén indította volna el a DTH-t, de a vételhez szükséges készülékek kiszállítása miatt csúszik a projekt.

A társaság dömpingáron, 2700 forintért kínál több, mint 30 magyar nyelvű programot az alapsomagban. Sőt az első évben előfizetési díj nélkül teszi elérhetővé a szolgáltatást. Az előfizetőknek a belépéshez mindössze a 21.600 forintba kerülő dekódert és a parabolaantennát kell megvásárolniuk.

Az EMKTV tulajdonosa, Teszári Zoltán a másik cégével, a Romanian Cable Systemsszel (RCS) nemrég hasonló jellegű szolgáltatást indított Romániában is, ahol azóta több tízezer előfizetőt gyűjtött. Az RCS egyben a legnagyobb román kábelszolgáltatónak is számít. Az EMKTV – amely információk szerint a Romániából műholdra fellőtt programok műsorelosztójaként szerződött a műsorszolgáltatókkal – még nem regisztráltatta új szolgáltatását a magyar hatóságoknál. Márpedig információk szerint a hatályos hazai médiatörvény kimondja, hogy a szolgáltatást, ha magyar cég végzi, be kell jelenteni. Ha pedig ezt megtette, akkor – annak ellenére, hogy országos szolgáltatást kínál – a törvények értelmében az egyharmados korlátozás alá esik a tevékenysége, vagyis az összes, 3,8 millió televíziós háztartás estében csak legfeljebb ennyiben lehet majd jelen.

A szolgáltató beruházásának megtérülése a piaci szereplők szerint megkérdőjelezhető, mert mint mondják: a társaság önköltségi ára oly mértékben meghaladja az előfizetési díjából származó bevételeit, hogy a cég már két év alatt milliárdos veszteséget érhet el.

Az induló új vállalkozás miatt a kábeles szolgáltatók azt tervezik, hogy a hatóságoktól kéri az ügy mielőbbi kivizsgálását. Tény: ha csak néhány tízezer előfizetőt sikerül megszerezniük dömpingáras ajánlatukkal, már akkor jelentősen átrendeződhet a kábeltelevíziós piac. A szakma szerint a mintegy százmilliárd forintos forgalmú szektorban elsősorban a kisebb társaságok létét veszélyezteti az új kezdeményezés. A kábelrendszerek elértéktelenedése mellett visszaeshetnek a szélessávú kábelhálózat-fejlesztések, és megtorpanhat a triple play szolgáltatások elterjedése is. (vg.hu, 2006. 02. 02.)

gazdaság, tartalomkínálat, szabályozás, fogadtatás (komm., reak.)

Tévécatorna indult német álláskeresőknek

A német JobTV24 többek közt munkalehetőségekről tájékoztatja az álláskeresőket. A JobTV24-ben reggel félt tíztől délután fél hatig mutatkoznak be a munkaerőt kereső vállalatok, emellett a munkakereséshez is tanácsot adnak a munkanélkülieknek. A televízió 12 millió potenciális nézővel számol. Egymillió állás betöltetlen a szövetségi köztársaságban. (origo.hu, 2006. 02. 01.)

fogyasztás, tartalomkínálat

Márciustól indul a Széles Gábor-féle Vital TV

Széles médiabirodalma tehát, amely eddig az Echo TV-ből és a Magyar Hírlapból állt, tovább gyarapszik. A cégbírószági adatok szerint a Vital TV ZRt.-t 2005. november 15-én alapították, a 70 millió forint jegyzett tőkájú társaság részvényesei Széles Gábor, Sinkó Ottó és Lakatos Péter.

Olyan életmód- televíziót szeretnének létrehozni, amelyből a nézők tájékozódhatnak, hogy

miként élhetnek teljesebb életet. Életmód, egészség (hagyományos és alternatív gyógyászat), sport, környezetvédelem, kultúra – ezek állnak majd a középpontban. (hullamvadasz.hu, 2006. 02. 01.)

gazdaság, tartalomkínálat

Sólyom aláírta a médiatörvényt

Sólyom László köztársasági elnök aláírta a rádiózásról és televíziózásról szóló törvény módosítását, amelynek értelmében a Kossuth rádió még egy évig használhatja az úgynevezett keleti URH-frekvenciát. (jogiforum.hu, 2006. 02. 01.)

szabályozás, tartalomkínálat

Még évekig lesz Nap-Kelte

Az MTV szerződést hosszabbított Gyárfás Tamás cégével, de jövőre azért már nem lesz Nap-nyugta. Jövő január elsejétől megszűnik a délutáni ismétlés, a Nap-nyugta, kevesebb hirdetés lesz a műsorban, amely a hétvégéken a mostaninál egy órával korábban, reggel nyolckor véget ér, ugyanakkor továbbra is reklámidővel fizet a produkcióért a Magyar Televízió – mondta el Czeglédi László, a közalapítvány kuratóriumának elnöke.

Czeglédi szerint mindez: „ez előnyös számunkra is”, ugyanis a produkció évi 360 millió forintos költségeit nem tudnák hirdetési bevétellel előteremteni a reggeli műsorsávban, ha az MTV maga értékesítené a reklámidőt. Továbbra is a szerződés része, hogy a Nap-keltének ebben a sávban a legnézettebbnek kell maradnia. (index.hu, 2006. 02. 08.)

gazdaság, fogadtatás (komm.), tartalomkínálat

Műsoridőt adna az MTV az erdélyi magyar tévének

A Magyar Televízió felajánlja napi egyórás műsoridejét az Erdélyi Magyar Televízió beindítására. A Magyar Televízió ezt a műsoridőt ingyen biztosítaná. Egyebek közt azt reméli, hogy ezáltal több romániai kábeltelevízió kínálatába is bekerülne az m2. Korábban is felmerült az a lehetőség, hogy akár a Magyar Televízióban, akár a Duna televízióban működhetne „ablakként” az erdélyi televízió, de akkor a kurátorok az önálló televízió létrehozása mellett döntöttek. Úgy gondolták ugyanis, hogy a csupán részműsoridőben működő televízióknak nehéz lenne igazi erdélyi arculatot adni. Az erdélyi magyar televíziót kereskedelmi tévéadóként hoznák létre Erdélyben a Medgyesy Péter kormánya által megajánlott kezdeti 300 millió forinttal, az erdélyi magyarságról, az ottani magyarságnak szólna. Az MTV felajánlása a saját frekvenciával még nem rendelkező, leendő adó életre hívását segítené elő.

A műsor a jelenleg műholdas közvetítésű m2 teljes szórási körzetében látható lenne, tehát nemcsak Romániában, hanem egész Közép-Európában. A használatra átengedett műsoridőt az erdélyi stúdióknak, műhelyeknek kellene megtölteniük tartalommal, ami viszont már az erre hivatott alapítvány vagy egy e célra létesítendő cég feladata lenne.

A magyarországi és romániai közszolgálati műsorokat Erdélyből tudósító jelenlegi tévés műhelyek eleve bekapcsolódhatnak az új műsor munkájába. (index.hu, 2006. 02. 13.)

gazdaság, társaság, tartalomkínálat

Valóságshow hajléktalanokkal

Pimp my life, vagyis Változtasd meg az életem címmel hajléktalanokról szóló valóságshowt indít egy holland evangélikus televízió. A show elején néhány napig igazi luxuskörülmények közé kerülnek a részt vevő hajléktalanok: limuzinnal közlekednek, márkás öltönyöket kapnak, luxus szállodában lakhatnak. Később azonban újra szembe kell nézniük régi életükkel.

„A szereplők egy hetet kapnak arra, hogy munkát és lakást találjanak maguknak. Ebben mi is, és sok más intézmény nyújt segítséget” – mondta a program producere, aki bízik benne, hogy néhány szereplőnek sikerül visszailleszkednie a társadalomba. (delmagyar.hu, 2006. 02. 22.)

tartalomkínálat

Elindult a Google ingyenes online weboldalszerkesztő szolgáltatása

Könnyű, egyszerű weboldalkészítő szolgáltatást indított el a Google, mely nem csupán webes szerkesztőfelületet kínál, hanem 100 megabájtnyi ingyenes tárhelyet is biztosít. A Gmail levelezőszolgáltatás felhasználói egyszerű bejelentkezést követően, azonnal igénybe vehetik az új szolgáltatást. A Google Page Creatorban számos űrlap, előre elkészített séma is megtalálható, melyek segítségével pillanatok alatt egységes weboldalakat hozhatunk létre. A szerkesztő teljes egészében WYSIWYG-stílusú, azaz a HTML-kódokhoz fikarcnyit sem kell értenünk, a weboldalak pontosan ugyanúgy fognak megjelenni a böngészők alatt, mint a szerkesztő felületén. (hsw.hu, 2006. 02. 23.)

tartalomkínálat

Spam-információs oldal az MTE-ről

A tartalom- és tárhelyszolgáltatók, a szakmai szervezetek, a szoftvergyártók, a szabályozásért felelős hazai és nemzetközi hatóságok, továbbá a felhasználók összefogása lehet a kéretlen reklámlevelek elleni hatékony küzdelem kulcsa – állapították meg a nemzetközi Safer Internet Day magyarországi rendezvényén.

Az esemény napján indult útjára a BIF megbízásából az MTE által működtetett website önálló spam-információs aloldala, ww.spam.baratsagosinternet.hu címen. A weblapon a felhasználók csokorba gyűjtve megtalálhatják a spamekkel kapcsolatban leggyakrabban felmerülő kérdéseket és válaszokat, információkat kapnak a kéretlen leveleket küldőkkel szemben alkalmazható jogi lépésekről és a piacon elérhető spamszűrő szoftverekről. Emellett az oldalon helyet kaptak különböző, a spamekkel kapcsolatos eljárásokat megkönnyítő levélminták: így megtalálhatók a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség számára küldhető panaszlevél, a hirdető által a panaszosnak küldhető válaszlevél és a spamküldőknek címezhető üzenetek sablonjai. (terminal.hu, 2006. 02. 28.)

érdekképviselet, szabályozás, tartalomkínálat

Technológia

USA: vége az analóg televízióadások korszakának

Megszületett az időpont, már csak az Egyesült Államok elnökének aláírására vár a memorandum: az amerikai képviselőház 216 szavazattal 214 ellenében megszavazta azt a dokumentumot, melynek értelmében legkésőbb 2009. február 17-én lekapcsolják az ország analóg televízióadóit. Ezt az időpontot követően az analóg tévékészülékek csakis digitális vevőkkel, úgynevezett set-top-boxokkal kiegészítve lesznek képesek fogni a földfelszíni, éterben sugárzott adásokat. (mno.hu, 2006. 02. 03.)

szabályozás, technológia

Egyre több brit kíváncsi gyermekpornóra

Emelkedik azoknak a briteknek a száma, akik gyermekpornográfiát ábrázoló internetes oldalakat próbálnak letölteni – közölte a British Telecom, amely külön szűrőprogrammal igyekszik akadályozni a hozzáférést az ilyen tartalmakhoz. A legnagyobb brit távközlési szolgáltató csak az utóbbi négy hónapban napi 35 ezer ilyen próbálkozást hiúsított meg saját hálózatán. Amikor a BT 2004 nyarán üzembe helyezte Clean Feed (körülbelül: Tiszta forrás) nevű szűrő és blokkoló programját, a gyermekpornót tartalmazó internetes oldalak letöltésére tett kísérletek száma alig haladta meg a napi 10 ezret. Ezzel egy időben erősen emelkedik a gyermekpornót kínáló honlapok száma is: az illegális tartalmak figyelésére alakult, Internet Watch Foundation nevű brit szervezet tavaly hatezer ilyen internetes címet azonosított az előző évben bemért 3500 után. A brit törvények drákói szigorral büntetik a gyermekpornográfiát: az ilyen irodalom terjesztői, sőt birtoklói is – minősített esetben – tíz évi fegyházra számíthatnak felelősségre vonás esetén. (index.hu, 2006. 02. 07.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

Svájc: alanyi jog a szélessávú internethez

A svájci kormány, a Bundesrat elé került az a tervezet, miszerint minden svájci állampolgárnak, illetve a hosszabb ideje az országban élőknek alanyi jogon járna a nagy sávszélességű internethozzáférés.

Svájcban létezik egy hivatalosan „telekommunikációs alapellátás” névvel ihletett csomag, az új javaslat ezt bővítené ki.

Arról, hogy milyen területek és technológiák tartoznak a telekommunikációs alapellátások körébe, folyamatosan egyeztet egymással a svájci szövetségi kormány és a törvényhozás. Amint megszületik a törvénykiegészítés, a Comcom nevű svájci távközlési felügyelet kiírja a koncessziókat. Svájcban 2004 végén a háztartások 15,7 százaléka rendelkezett szélessávú internethozzáféréssel. 2001 végén ez az arány még csak 2,2 százalék volt. (sg.hu, 2006. 02. 10.)

fogyasztás, szabályozás, technológia

Megháromszorozódott az internetes zeneforgalom

A Hanglemezkiadók Nemzetközi Szövetsége által közzétett legfrissebb adatok szerint 2005-ben megháromszorozódott a digitális formátumú zenék netes forgalma, elérve az 1,1 milliárd dolláros értéket.

A fenti bevételek mintegy 40%-át a mobiltelefonos csengőhangok és dallamok teszik ki, jól rávilágítva a mobilos multimédiás tartalmak piacában rejlő lehetőségekre. A fennmaradó 60% az internetről letöltött mp3 és egyéb tömörített digitális formátumú zeneszámokat jelenti, elsősorban az iPod és más hordozható lejátszók, illetve az ezekhez társuló online zeneáruházak sikeréből táplálkozva. Ezzel az eredménnyel a digitális szegmens a teljes zenepiac mintegy 6%-át teszi ki, miközben alig két évvel ezelőtt még a mérhető mennyiséget sem érte el. Ez azonban egyelőre nem sokat segít a teljes ágazaton: az összesített zeneeladások 2005 második félévében például 13,2 milliárd dollárra estek vissza az első hat

hónapban mért 13,4 milliárdhoz viszonyítva.

A zeneipar jelenleg a szigor és a mézesmadzag eszközét egyaránt alkalmazni igyekszik az illegális zeneterjesztőkkel, illetve letöltőkkel szemben: miközben eddig közel 20 ezer fájlmegeosztó ellen indult bírósági eljárás, addig a legális internetes zeneáruházak száma két év alatt 50-ről 335-re nőtt. A RealNetworks Rhapsody, a Napster a Yahoo Music és mások által kínált fix havidíjas szolgáltatások előfizetői tábora eközben 1,5 milliőről 2,8 millióra nőtt az említett időszakban. Szakértők szerint egyébként még az idei év során elindulhat egy a Kazaa és más P2P hálózat zeneforgalmának legalizálásához vezető folyamat azáltal, hogy a cégek a jogvédett tartalmakat kiszűrő és megjelölő alkalmazásokat telepítenek majd a fájlcsere szoftverekre. (zene.hu, 2006. 02. 09.)

gazdaság, fogyasztás, technológia

Digitális tévé: nem lesz egységes európai szabályozás?

Az Európai Bizottság szerint nincs szükség külön európai uniós szabályozásra a digitális televíziózás területén. A szakemberek úgy vélik, hogy amennyiben ilyen szabályozásra sor kerül, azt jobb, ha maguk a piaci szereplők végzik el.

Az interaktív digitális televízió tartalmaz egy olyan kiegészítő csatornát, amelyen keresztül a nézők képesek kommunikálni a műsorszolgáltatóval és így például részt vehetnek interaktív játékokban, vetélkedőkben. Ehhez azonban szükség lenne egy egységes európai szabványra, illetve az európai szakembereknek meg kellene állapodniuk egy közös formátumban. Az Európai Bizottság azt javasolta, hogy egy nyíltan hozzáférhető, több rendszerrel is kompatibilis fejlesztői felületet (API-t) hozzanak létre. A testület állásfoglalása rámutatott arra, hogy ennek a megoldásnak köszönhetően az egyes tagországokban bármilyen digitális televíziós szabvány elterjedhet és a piaci igények határozzák majd meg, hogy melyik államban melyik szabvány fog érvényesülni.

Az Európai Bizottság információi szerint a kontinensen jelenleg több mint 47 millió digitális televízióadásokat dekódoló készülék van üzemben, ezek közül 26 millióban van gyári API, és 4 millióban a testület által is támogatott nyílt szabvány, az MHP.

Magyarországon – bár még csak készül a digitális tévézésről szóló jogszabály – az Antenna Hungaria Rt. már 2004. október 12-én elindította a DVB-T szolgáltatást, vagyis a digitális földfelszíni televízió műsorszórását. (sg.hu, 2006. 02. 08.)

EU, fogyasztás, szabályozás, technológia

Megszorítások várhatók az online pornográfiában

Erősödnek azok a felhangok az Egyesült Államokban, miszerint világszerte erőteljesen korlátozni kellene az online pornográf tartalmakhoz való hozzáférést. A pornóipar tiltakozik az elképzelés ellen, ezzel szemben az emberi jogi szervezetek a magánszféra védelmével érvelnek az intézkedés mellett.

Szakemberek évek óta próbálják az emberek figyelmét felhívni arra, hogy az ellenőrizetlen pornóoldalak tömegével rejtik magukban a különböző kártevőket, vírusokat, trójai és kémprogramokat, betárcsázó szoftvereket.

Annalee Newitz san franciscói újságíró, az Electronic Frontier Foundation (EFF) korábbi munkatársa szerint a konzervatív erkölcsösztök törvényjavaslata szerint a felhasználók lakóhelye alapján döntenék el, hogy ki milyen erotikus vagy pornográf tartalomhoz férhet hozzá. Aki tehát egy konzervatívnak minősített körzetben lakik és onnan internetezik, az nem nézegethetne meztelen képeket vagy erotikus karikatúrákat.

A törvény kidolgozói azzal érvelnek, hogy a pornóiparnak semmilyen kára nem származik majd a dologból, hiszen bárki használhat névtelenséget biztosító programokat vagy szervereket. Ráadásul a pornóoldalak üzemeltetőinek is érdekük, hogy a portáljaik ne hemzsegenek a vírusoktól és más kártevőktől.

A tervezett jogszabály felkavarta az indulatokat, ugyanis az Egyesült Államokban nemrég szigorították meg a fiatalok védelméről szóló törvényt. Ennek értelmében bárki, aki

pornográf tartalmat terjeszt, vagy közzétesz, köteles az adott modell személyes adatait nyilvánosságra hozni. Mindez azt jelenti, hogy egy blogger nem jelentethet meg egy erotikus fotót, mert minden bizonnyal fogalma nincs arról, hogy az illető hölgynek mik a személyes adatai. Ez a helyzet persze ugyanakkor felveti azt a kérdést, hogy nem sérülnek-e a pornósztárszínészek, pornósztárszínésznők személyiségi jogai, hiszen a pornóipar legtöbb szereplője nem a saját nevével dolgozik. A megoldás talán az lehet, hogy a pornóipar saját, ellenőrzött hálózatokat fog üzemeltetni. Hasonló rendszerekre már most is van példa, Annalee Newitz szerint elég csak felkeresni a MySpace és a Friendster társkereső oldalakat. Persze az már más kérdés, hogy hiába jó a szándék, ha a felhasználók többsége mégis korlátozva és megbélyegezve, megfigyelve érezné magát és zavarná, hogy nem böngészhet önfeledten a világhálón. (sg.hu, 2006. 02. 13.)

szabályozás, technológia

Hazánkban ugrott legnagyobb a szélessávú előfizetések aránya

A szélessávú előfizetések száma 65 százalékkal 413 ezerre nőtt, a kábeltelevíziós hálózaton keresztüli szélessávú előfizetésekkel együtt pedig ez a szám 2005 végén az NHH becslései szerint elérte a 600 ezret. A mobiltelefon-előfizetők száma nőtt, a felhasználói árak csökkentek. Ugyanakkor a három szolgáltató előfizetőinek száma a tavalyi év során 600 ezerrel 9,32 millióra, a penetráció több mint 6 százalékponttal 92,4 százalékra. (hvg.hu, 2006. 02. 13.)

fogyasztás, gazdaság, technológia

Tovább hódít a szélessávú internet Európában

2005. októberben az átlagos szélessávú ellátottság 11,5%-os volt az Unió területén, szemben az egy évvel korábbi 7,3%-kal. Tavaly 52 ezer új szélessávú internetkapcsolatot létesítettek naponta Európában, míg 2004-ben átlagban csak 38 ezret. Miközben az árak folyamatosan csökkentek, a szolgáltatás sebessége pedig ezzel párhuzamosan növekedett, rengeteg új szolgáltató jelent meg a piacon – a most működő cégek közel 50%-a tavaly még nem folytatott ilyen tevékenységet.

Sokan közülük a nagykereskedelmi területen másoknak adják tovább az infrastruktúrát birtokló nagyoktól bérelt sáv szélességet, ez azonban a „helyi hurok átengedésén” (angolul „local loop unbundling”, LLU) alapuló megoldások terjedésével változni fog. Nagy-Britanniában például az ilyen vonalak, illetve kapcsolatok száma jelenleg meghaladja a 250 ezret, az év végére pedig elérheti a 2-3 milliót is. (prim.hu, 2006. 02. 22.)

Technológia

Sikeres év a T-Online mögött

2005-ben ismét nyereséges évet zárt a T-Online Magyarország Rt.: az IFRS szerinti adózás előtti eredménye elérte a 1982 millió forintot. A siker hátterében az egy évvel korábbihoz képest több mint 37%-kal növekedett árbevétel, kiadás oldalon pedig a szigorú költséggazdálkodás áll. A növekvő forgalom motorja a szélessávú internet – ezen belül főképp az ADSL – terjedése volt, amelyből közel kétszer több bevétele származott a vállalatnak, mint 2004-ben.

A T-Online Magyarország Rt. 2005-ben 37%-os árbevétel-növekedés mellett a 2004. évi 19,9 milliárd forinttal szemben 27,3 milliárd forint bevételt ért el. Ezzel párhuzamosan, a megnövekedett forgalommal párosuló szigorú költséggazdálkodás hatására az EBITDA egy év alatt +1,81 milliárdról +2,9 milliárd forintra nőtt, az IFRS szerinti adózás előtti eredménye pedig 655 millióról 1,98 milliárd forintra emelkedett.

2005-ben a vállalat internet-előfizetőinek száma 24%-os növekedés mellett elérte a 329 ezret, piaci részesedése mind a szélessávú internetelérések, mind a betárcsázós elérések terén 42% volt, amellyel egyértelműen piacvezető pozíciót tudhat magáénak. A növekvő forgalomhoz nagyban hozzájárult a szélessávú internet – ezen belül elsősorban az ADSL – népszerűsítését célzó program, amelynek révén az évközben folyamatosan megemelt

tervszámokat is túlteljesítve a T-Online ADSL csomagok száma 60%-kal – 118 ezerről 190 ezerre nőtt. Ez önmagában 71%-os növekedés mellett 18 milliárd forintos bevételt eredményezett.

A cég persze ezen kívül máson is töri a fejét. Sólyom Balázs, az újonnan kinevezett PR felelős elárulta, hogy 1 hónap múlva bejelentik az IPTV szolgáltatásukat, amihez körülbelül 6 Mbit/s sávszélesség lesz az ideális. A részletekről egyelőre keveset tudunk, de az kiderült, hogy az internetezésre és a TV-re külön dedikált sávszélesség áll majd rendelkezésre, tehát a normál letöltési sebességek nem növekszenek majd.

A multimédiás szolgáltatási körbe beletartozik majd a TV mellett a Video-on-Demand is, aminek előszelét már a T-Online Téka szolgáltatása érezteti. Ehhez képest persze egy jóval korrektebb, közel HDTV minőségű adatfolyamot ígérnek. (terminal.hu és sg.hu, 2006. 02. 27.)

fogyasztás, gazdaság, technológia