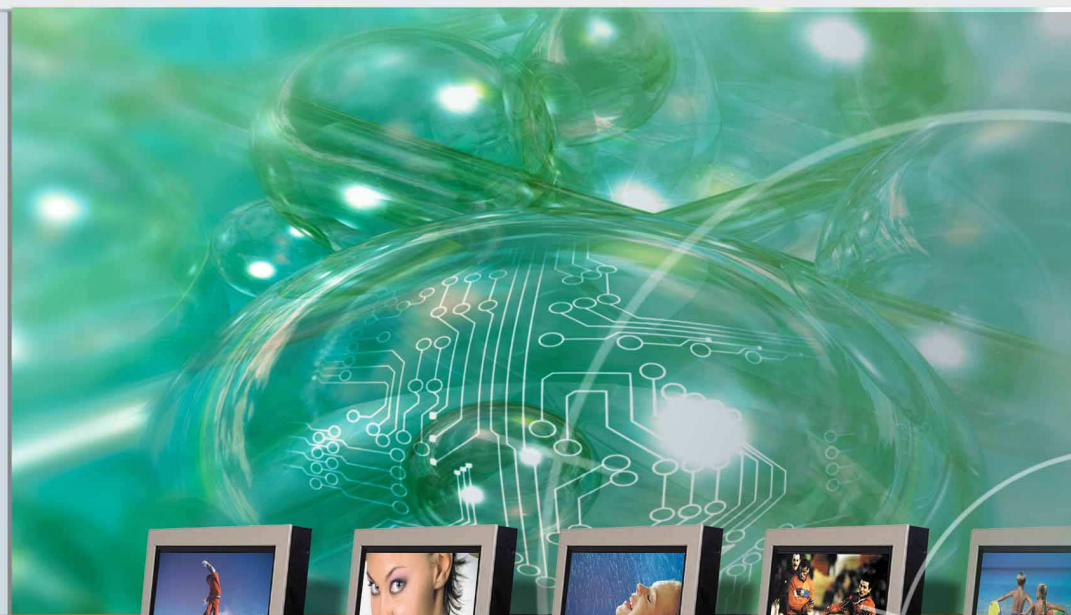


Készült az ORTT  
Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézete  
megbízásából



Az interneten megjelenő, médiával kapcsolatos hírek gyűjteménye  
(2008. február)

Készítette:

Paál Vince

# **MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS HÍREK GYŰJTEMÉNYE**

**2008. 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>16</i>
<i>Gazdaság</i>	<i>20</i>
<i>Rendezvény</i>	<i>30</i>
<i>Szabályozás</i>	<i>31</i>
<i>Tartalomkínálat</i>	<i>39</i>
<i>Társaság</i>	<i>43</i>
<i>Technológia</i>	<i>46</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 szervezetek 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*

### ***Nemzetközi összefogás a biztonságosabb internetért***

Az Európai Safer Internet Day alkalmából a kezdeményezők úgy döntöttek, hogy meghosszabbítják a tavalyi magyarországi rendezvényen bemutatott „Gyermekbarát internet” programot, amelynek célja a gyermekbarát tartalomfejlesztés támogatása. Bár az Európa Unió által támogatott Safer Internet for Children kétéves magyarországi programját a projektben együttműködő szervezetek (az Informatikai Érdekegyeztető Fórum, a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete és a T-Online) sikerrel lezárták, az MTE a továbbiakban is folytatni kívánja tájékoztató, figyelemfelkeltő és képzési programjait.

A Safer Internet for Children program keretében a programban részt vevő szervezetek igyekeztek felhívni a figyelmet arra, hogy az eddiginél nagyobb hangsúlyt kell fektetni az értékes, megbízható és könnyen hozzáférhető magyar nyelvű gyermektartalmak fejlesztésére, elérhetővé tételére és ismertségének növelésére. Az MTE emellett változatlanul fontosnak tartja az állami és piaci szereplők közös fellépését és a hatékony önszabályozást.

Az MTE és az egyszervolt.hu által tavaly újtára indított „Gyermekbarát internet” program előkészítése már 2006-ban elkezdődött, első akciója egy honlap-minősítési rendszer bevezetése volt. A minősítési rendszer létrehozásának célja az internethasználattal kapcsolatos félelmek, negatív attitűdök csökkentése, valamint a gyermekek számára fenntartások nélkül ajánlható digitális tartalmak fejlesztése, terjesztése és népszerűsítése. A minősítési rendszerről részletes információ található a [www.bigyoo.hu](http://www.bigyoo.hu) honlapon.

A program másik fontos célkitűzése volt a pedagógusok képzése és tájékoztatása, ezért a Kurt Lewin Alapítvánnyal közösen elindították a Train the trainer programot, melynek keretében az első tréning 2007 márciusában zárult. A képzés célja az internethasználattal kapcsolatos pozitív attitűdök kialakítás és megerősítése, az alaptalan félelmek feloszlátása, illetve a pedagógusok konkrét, gyakorlati ismeretek átadásával történő felkészítése a gyermekek védelmére a valós veszélyekkel szemben.

A program folytatása keretében az MTE meg kívánja nyerni a jelentősebb hírközlési, informatikai és médiapiaci szereplőket illetve a gazdaság olyan szereplőit, akik termékeiket gyermekeknek és fiataloknak szánják, hogy támogassák a kezdeményezést, akár saját webes jelenlétük gyermekbarát tartalommal történő bővítésével, akár azzal, hogy közreműködnek nem nyereségérdekelte formában működő művelődési és közintézmények (múzeumok, színházak) gyermekeknek szánt tartalmainak és szolgáltatásainak a fejlesztésében. Az elképzelések szerint a tartalomfejlesztések a leginkább érintettek, az internetes tartalomfejlesztés iránt érdeklődést tanúsító tehetséges gyerekek és fiatalok, bevonásával történne. (prim.hu, 2008. 02. 11.)

*érdekképviselet, tartalomkínálat, fogadtatás (komm., reak.)*

**Online játék gyermekeknek**

Magyar nyelven is hozzáférhető az a számítógépes játék, amelyet az Európa Tanács dolgozott ki gyermekek számára azzal a céllal, hogy az internet biztonságos használatára tanítsa őket. A „Wild Web Woods” elnevezésű játékot azért fejlesztették ki, hogy játékos formában segítsen a gyermekeknek megtanulni a biztonságos internethasználat szabályait.

Ismert mesék felhasználásával vezeti át a játék a gyermekeket a web veszélyes labirintusán, hogy végül biztonságosan eljussanak a csodás E-városba.

A játék elsősorban a 7-10 éves korosztály számára készült, és először angol nyelven tavaly év végén vált hozzáférhetővé az Európa Tanács honlapján. Azóta elkészült francia, spanyol, német, olasz, lengyel, finn, orosz, portugál, görög, román, török, holland és magyar nyelven is.

Az online játék az „Építsük Európát a gyermekekért a gyermekekkel” elnevezésű program szellemében készült. Célja erősíteni a gyermekek jogait, és megvédeni őket az erőszak minden formájától, beleértve az internet veszélyeit is. (hirextra.hu, 2008. 02. 12.)

*EU, tartalomkínálat*

**Jön a gyerekbiztos internet**

Az Európai Bizottság 55 millió euróból nemzeti kapcsolattartási pontokat hozna létre a jogellenes tartalmak bejelentésére, és ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket.

Az új programjavaslat az online jogellenes tartalmakat nemzeti kapcsolattartási pontok felállításával csökkentené, amelyekben lehetőség nyílna azok megjelenésének bejelentésére – írja az EUvonal. Ezen felül a testület ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket, és nemzeti tudatosságnövelési központok hálózatát hozná létre, ahol a szülők és a gyermekek az internet biztonságos használatára vonatkozó tanácsadásban részesülhetnének.

A Bizottság emellett az online gyermekbiztonsággal foglalkozó kutatók európai szintű összefogásával tudásalapot hozna létre az új technológiák gyermekek általi használatáról, ezek által a gyermekekre kifejtett hatásokról, valamint a kapcsolódó kockázatokról. (Az elmúlt tíz év nem volt sikeres az információs társadalom szemszögéből. Bár az alapvető lépésekre sor került, a jelenlegi helyzet ellentmondásos.) (piacprofit.hu, 2008. 02. 29.)

*gazdaság, EU, fogadtatás (reak.)*

**A német állam 50 milliót költ a szélessávra**

2010-ig több mint 99 százalékos lefedettséget szeretne a német kormány elérni a szélessávú internet tekintetében, ez 2 százalékos növekedést jelentene a jelenlegi arányhoz képest. A kormány a következő két évben mindössze ötven millió eurót szán ennek elősegítésére, a többi a piacra bízta, mondta Gerald Reiche a német gazdasági minisztérium szakállamtitkára. A szövetségi kormánynak nem célja, hogy a mostani 25 százalékos internetpenetrációt növeljék, de mindenképpen szeretnék megőrizni Németország vezető helyét az unióban, hangsúlyozta az államtitkár. A célok között azonban szerepel, hogy ne csak a lefedettség, hanem a szolgáltatások minősége is javuljon.

A jelenlegi ADSL-technológia nyújtotta sáv szélesség sokszorosát szeretnék elérni a háztartásokban, tette hozzá. Gerald Reiche kiemelte: Németország szorgalmazza, hogy uniós jogszabály szülessen arról, hogy a jelenleg műsorszórásra használt frekvenciák egy részén a jövőben szélessávú internetszolgáltatások legyenek. Az egységes uniós álláspont kialakítása mellett egyeztetni kell az érintett nemzetközi szervezetekkel a kérdésben és a televíziós műsorszolgáltatókat is meg kell győzni, hangsúlyozta a politikus.



Az Európai Unióban Németország DSL-piaca fejlődik a legjobban, megelőzve Franciaországot, Olaszországot, Spanyolországot és Nagy-Britanniát. Tavalyi adatok szerint összesen körülbelül 19 millió internetvonal működött az országban. (origo.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, fogyasztás, technológia, szabályozás*

***Túl magas támogatást kap az állami televízió?***

Elfogadta a kilátásba helyezett kiegészítő intézkedéseket, és lezárta az Európai Bizottság azokat a vizsgálatokat, amelyek Írország illetve Belgium ellen folytak helyi köztelevízió-csatornáknak adott állami támogatások miatt.

Brüsszel ilyen esetekben elsősorban azt vizsgálja, indokolja-e a közszolgálati funkciók teljesítése a megítélt állami támogatást, illetve a dotáció nem zavarja-e meg a versenyt a nem állami jellegű szolgáltatások piacán.

Ezúttal magántársaságok fordultak a bizottsághoz, mert szerintük a flamand, illetve – természetesen egy különálló beadvány szerint – az ír állami televíziók aránytalanul magas támogatást kapnak az államtól.

Közleményében azonban a végrehajtó testület hangoztatta, hogy a két ország kiegészítő intézkedéseket hozott, amelyben pontosította a közszolgálati jelleghez tartozó feladatokat, emellett független felügyelő bizottság működtetését is megígérték.

Az EU hasonló vizsgálatokat folytatott már Németországban, Spanyolországban, Franciaországban, Olaszországban és Hollandiában is: valamennyi eset az állami támogatási feltételek szigorításával végződött, Hollandiát pedig a támogatás részleges visszafizetésére is kötelezték. (stop.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, szabályozás*

## **Fogadtatás**

### ***Nemzetközi összefogás a biztonságosabb internetért***

Az Európai Safer Internet Day alkalmából a kezdeményezők úgy döntöttek, hogy meghosszabbítják a tavalyi magyarországi rendezvényen bemutatott „Gyermekbarát internet” programot, amelynek célja a gyermekbarát tartalomfejlesztés támogatása. Bár az Európa Unió által támogatott Safer Internet for Children kétéves magyarországi programját a projektben együttműködő szervezetek (az Informatikai Érdekegyeztető Fórum, a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete és a T-Online) sikerrel lezárták, az MTE a továbbiakban is folytatni kívánja tájékoztató, figyelemfelkeltő és képzési programjait.

A Safer Internet for Children program keretében a programban részt vevő szervezetek igyekeztek felhívni a figyelmet arra, hogy az eddiginél nagyobb hangsúlyt kell fektetni az értékes, megbízható és könnyen hozzáférhető magyar nyelvű gyermektartalmak fejlesztésére, elérhetővé tételére és ismertségének növelésére. Az MTE emellett változatlanul fontosnak tartja az állami és piaci szereplők közös fellépését és a hatékony önszabályozást.

Az MTE és az egyszervolt.hu által tavaly újtára indított „Gyermekbarát internet” program előkészítése már 2006-ban elkezdődött, első akciója egy honlap-minősítési rendszer bevezetése volt. A minősítési rendszer létrehozásának célja az internethasználattal kapcsolatos félelmek, negatív attitűdök csökkentése, valamint a gyermekek számára fenntartások nélkül ajánlható digitális tartalmak fejlesztése, terjesztése és népszerűsítése. A minősítési rendszerről részletes információ található a [www.bigyoo.hu](http://www.bigyoo.hu) honlapon.

A program másik fontos célkitűzése volt a pedagógusok képzése és tájékoztatása, ezért a Kurt Lewin Alapítvánnyal közösen elindították a Train the trainer programot, melynek keretében az első tréning 2007 márciusában zárult. A képzés célja az internethasználattal kapcsolatos pozitív attitűdök kialakítása és megerősítése, az alaptalan félelmek feloszlatása, illetve a pedagógusok konkrét, gyakorlati ismeretek átadásával történő felkészítése a gyermekek védelmére a valós veszélyekkel szemben.

A program folytatása keretében az MTE meg kívánja nyerni a jelentősebb hírközlési, informatikai és médiapiaci szereplőket illetve a gazdaság olyan szereplőit, akik termékeiket gyermekeknek és fiataloknak szánják, hogy támogassák a kezdeményezést, akár saját webes jelenlétük gyermekbarát tartalommal történő bővítésével, akár azzal, hogy közreműködnek nem nyereségérdekelt formában működő művelődési és közintézmények (múzeumok, színházak) gyermekeknek szánt tartalmainak és szolgáltatásainak a fejlesztésében. Az elképzelések szerint a tartalomfejlesztések a leginkább érintettek, az internetes tartalomfejlesztés iránt érdeklődést tanúsító tehetséges gyerekek és fiatalok, bevonásával történne. (prim.hu, 2008. 02. 11.)

*érdekképviselő, tartalomkínáló, fogadtatás (komm., reak.)*

### ***Átadták a Fehér György-émlékdíjat***

Fehér György televíziós rendezőre emlékezve adták át a róla elnevezett emlékdíjat.

A díjátadás pillanatáig nem volt nyilvános a zsűri döntése. A három legtovább jutó jelöltet meghívták a díjátadásra. Maga az emlékdíj egy Fehér Györgyöt spirituálisan idéző festmény, Fazakas Tibor alkotása.

Az egyik jelölt Kovalik Balázs volt, mert színész és énekes központúsága rokon Fehér György rendezői attitűdjével. Hajdú Szabolcs, a Fehér tenyér alkotója humanista történetmesélése okán került a jelöltek közé.

A díjat végül Sipos Pál, a Magyar Televízió kulturális főszerkesztőségének vezetője kapta, aki Szinetár szavai szerint „oroszlánként küzd, hogy a kultúrának ismét legyen szerepe a közszolgálati televízióban”.

Sipos Pál hangsúlyozta: ő, aki Fehér György művein nőtt föl, igyekszik megfelelni a

kihívásnak, hogy a rendező emlékéhez méltó művek kerüljenek a képernyőre, és új alkotóknak adjon teret az intézmény.

Fehér szellemi rokonát (nem epigonját) keresik, díjazzák, tehát azt, aki következetesen individualista módon, öntörvényűen, de közérthetően óhajtja megvalósítani művészi céljait, vagy azt a személyt, aki olyan körülményekkel segíti elő az alkotót, vagy alkotókat, hogy saját értékes világa/uk töretlenül megvalósulhasson.

A díjat negyedszer ítélték oda. Az eddigi díjazottak: Kenyeres Bálint filmrendező, Német Gábor Péter dokumentarista, Pintér Béla író-rendező-színész-társulatvezető. (hirado.hu, 2008. 02. 10.)

*fogadtatás (díj)*

### ***Brazil film nyerte az Arany Medvét***

A nemzetközi zsűri a brazil Elit osztag (Tropa de elite) című filmet részesítette a legnagyobb elismerésben. A Josá Padilha rendezte alkotás a kábítószer-maffia elleni könyörtelen harcot és ennek keretében a katonai rendőrség egyik különleges egységének tevékenységét mutatja be.

Az amerikai Paul Thomas Anderson kapta a legjobb rendezőnek járó Ezüst Medvét a Vérző Olaj (There will be Blood) című filmért. A századforduló idején játszódó alkotás Upton Sinclair Olaj című regényének felhasználásával készült, s egy kaliforniai család, egyben az olaj, a hatalom és a végzet történetét mutatja be. (mno.hu, 2008. 02. 06.)

*fogadtatás (díj), rendezvény*

### ***Párbeszéd az erőszakmentes gyerekműsorokért***

Magyar Televízió közös konferenciát rendezett a gyermekbarát televíziózásért. A szakemberek, a társadalmi szervezetek és a televízió alkotói megvitatták, hogyan lehet és kell agresszió nélkül televíziós műsorokat készíteni. A szakmai napot Rudi Zoltán, az MTV elnöke nyitotta meg. „Gyermekeink fejlődésében, értelmük nyiladozásában nemcsak a szülőknek, hanem nekünk, műsorkészítőknek is fontos szerepünk van. Olyan értékeket kell közvetítenünk, amelyek segítik fejlődésüket, s amelyeket a későbbiekben hasznosíthatnak csemetéink” – hangsúlyozta.

A Magyarországi Gyermekbarátok Mozgalmának elnöke, Hanti Vilmos kiemelte, hogy a témával kapcsolatban nélkülözhetetlen a széleskörű párbeszéd, mert „... a televíziózás nap mint nap újabb és újabb kihívás elé néz. Rendkívül fontos, hogy figyelembe vegyük a gyerekek szempontjait is.” Szakértők sorát foglalkoztatja ez a téma, hiszen a televízió egyre inkább meghatározza mindennapjainkat, és erősen hat gyermekeinkre is. A társadalmak önmagukban is erőszakosak, a gyermekeknek pedig meg kell tanulniuk a saját agressziójuk kezelését és a következményeik értékelését. Hanti Vilmos beszámolt az erőszakmentes tévéműsorokért indított kampány 10 évéről, melynek legfontosabb eredménye, hogy sikerült a szakemberek figyelmét e fontos problémára felhívni. A gyermekek egészséges lelki fejlődését veszélyeztető műsorszámokra az ORTT is kiemelt figyelmet fordít.

A MÚOSZ Etikai Bizottságának elnöke, Halák László Előítéletek és a képernyő címmel tartott előadást. A konferencia további előadásai kitértek arra is, hogy a legtöbb gyerek egyedül ül le a képernyő elé, s maga dönti el, melyik műsort választja, és elemezték a megváltozott médiafogyasztási szokások, illetve a reklámok hatását. (orientpress.hu, 2008. 02. 15.)

*fogadtatás (komm.), rendezvény*

### ***Szex vagy TV?***

Egy elektronikai cikket forgalmazó áruház rendelte a felmérést. A kutatás során kétezer brit állampolgárt kérdeztek meg arról, hogy mit adna fel egy nagy képernyős tévéért cserébe. Az eredmények meglepőek: a férfiak 47%-a lemondana a szexről fél évre, míg a nők harmada tenné meg ugyanezt. (netbulvar.hu, 2008. 02. 11.)

*fogadtatás (reak.)*

### ***Még a bűnözés is csökkent, ha Stirlitz kapitány ment a televízióban***

A tavasz 17 pillanata című, 12 részes orosz tévé-filmsorozat 1973-ban készült Julian Szemjonov regénye alapján, Tatyjana Lioznova rendezésében, s a magyar nézők egy évvel később láthatták. Ebben Tyihonov alakította Max Otto von Stirlitz Standartenführer – Makszim Makszimovics Iszajev őrnagy – a zseniális orosz kém szerepét, amely máig elkísérte.

Stirlitz valóságos népi hős lett: Borisz Jelcin elnöksége idején egy felmérés kiderítette, hogy az orosz filmhősök közül a választók legszívesebben Strilitzet látnák az elnöki székben, de a nép emlékezetében szilárd helye van Tyihonovnak is.

A film valamelyik orosz csatornán mindig felbukkan újra, s a bemutatása nyomán főleg a szocialista országokban népszerűvé vált Stirlitz viccek nem csak élnek, hanem újak is keletkeznek, s külön honlapokon olvashatók az interneten.

Számos nyelven – köztük magyarul – kapható a sorozat DVD-n is, ami alighanem ugyancsak azt jelzi, hogy máig népszerű.

A rendező elmondása szerint az első vetítés idején az utcák elnéptelenedtek a Szovjetunióban, csökkent a bűnözés és nőtt az energiafelhasználás, mert mindenki a tévé előtt ült, állítólag maga Leonyid Brezsnyev pártfőttkár is.

A sorozatot állítólag a KGB rendelte, de az elemzők szerint bár a történelmi tényekhez csupán lazán kötődik, a korszakra vonatkozóan az egyik első realista alkotás abból a szempontból, hogy nem csupa alkalmatlan alaknak ábrázolja a németeket. (stop.hu, 2008. 02. 10.)

*fogadtatás (komm., reak.)*

### ***Véget érhet a HD DVD formátumháború?***

A legutóbbi hírek szerint a Toshiba közel 3 millió dollárt költött egy harminc másodperces reklámra, amely a vasárnapi Super Bowl meccsen kerül bemutatásra. A cég az olcsó HD-DVD lejátszóira igyekszik felhívni a figyelmet.

De ugyanakkor az is egyre égetőbb kérdéssé válik, hogy vajon milyen tartalmakat nézhetünk meg az olcsó HD-DVD lemezjátszókon mi, az egyszerű felhasználók, hiszen lassan, de a jelek szerint egyre biztosabban minden nagyobb filmstúdió a konkurens Blu-ray formátumra tér át. Két hete a Warner Bros. filmstúdió bejelentette, hogy teljesen lemond a HD-DVD használatáról, és kizárólag Blu-ray formátumon terjeszti a high definition formátumú mozifilmeket. Ezzel a lépéssel a HD-DVD hollywoodi támogatása egyre gyengébb lesz, ma már csak három nagy filmstúdió, a DreamWorks, a Paramount és az Universal ad ki a Toshiba HD-DVD formátumára kódolt filmeket.

Hiroyuki Shimizu, a Gartner elemzője szerint a Warner lépése végleg pontot tehet a high definition háború kimenetére. A Toshiba természetesen nem így gondolja. A vállalat azt hiszi, hogy az eladások csökkenése a karácsonyi kedvezmények lecsengésével magyarázható, és azzal, hogy egyes Blu-ray lejátszókat HD televíziókkal kedvezményesen vehették meg a vásárlók. (jox.hu, 2008. 02. 01.)

*gazdaság, fogadtatás (komm.), technológia*

### ***Interjú Róbert Ákossal, az RTL Klub vezérigazgató-helyettesével***

– A digitális átállást meg kell előznie az új médiaszabályozás megalkotásának – rögzítette tavaly egy ötpárti megállapodás. A médiapolitikusok a háttérben egyeztetnek, a médiaszereplők ott lobbiznak, ahol tudnak. Az új szabályozás vitaanyaga a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS), melyet az illetékes kormánybiztosság vezetésével készítettek el. Mit gondol, megegyeznek a politikusok az új médiaszabályozásról?

– Ez a történet a 22-es csapdája, és ha a politikai közhangulatot nézzük, akkor épeszű embernek azt kell mondania, nem lesz új médiatörvény. Ugyanakkor, mivel mindenki beszélget a szereplőkkel, páros héten azt gondolom lesz, páratlan héten meg úgy érzem, nem lesz. Másrészt a Nemzeti Hírközlési Hatóság lelkesen pályáztat. Ez a dolga. A Fidesz, ha jól

tudom, közölte, nem járul hozzá a pályázat eredményesnek való hirdetéséhez, amennyiben nincsen új médiatörvény. Nyilvánvaló, hogy ez a mi érdekünk is, hiszen nem szeretnénk egy digitális átállást elkezdni a több, mint tízéves régi médiatörvénnyel. De itt nem csak a mi érdekeinkről van szó, hanem arról, hogy a világ változott meg azóta. Az akkori törvény arra a három-öt televízió-csatornás piacra volt megfelelő, a mai viszonyokra nem jó. Ez egy másik csapda. Nem tudom, hogyan lehet ebből kikeveredni. És a harmadik csapda: egy politikai csapda, amivel kapcsolatban mindenki a homokba dugja a fejét. Lelkesen 2010 körüli lekapcsolásról beszélünk, de az utca emberének gőze sincs, miről beszélünk. Ami mellel a választások éve lesz. És mivel szigetenként kell kikapcsolni, a választások alatt lesznek olyan területek, amiket elvileg már ki kéne kapcsolni. Máshol öt-hatéves procedúra volt. Olyan országokban, ahol százszázalékos a kábeles lefedettség. Finnországban is erősen rácsaptak annak a kezére, aki le akarta kapcsolni az analóg adót – fél évvel halasztották el a lekapcsolást. Miközben kiderült, hogy harmincezer háztartásban még nincsen semmilyen digitális vételi lehetőség, tehát sötétek lesznek a képernyők.

– A digitális átállás magyarországi időpontja 2011 vége. A tervek szerint akkor kapcsolják ki az addigi analóg sugárzást. Megvalósítható-e az átállás addig?

– Magánvéleményem szerint, ha ezt meg tudják csinálni a határidőre, akkor én nagyon sok embernek gratulálni fogok. De az is bekövetkezhet még, hogy minket fognak kérni, 2012 után is sugározzunk.

– Európai uniós követelmény a 2012-es átállás.

– Ez tévedés! 2015 a végső dátum, a 2012 ajánlott. De tudomásom szerint a régi EU-országok nyolcvan százaléka nem fogja bevezetni eddig az időpontig. Az osztrákoknál elég sürgős a kikapcsolás, mert most zajlik az ORF monopóliumának a megtörése, ami nálunk már tíz éve megvolt. Valójában nagyon kevés ország kapcsol át a digitális sugárzásra 2012-ig. Még az angolok is elhalasztották az analóg kikapcsolását az olimpiai közvetítések miatt.

– Angliában még nem történt meg a digitális átállás?

– De, csak nem mindenhol. Vannak még területek, ahol analóg sugároznak. A tervezett időpontot átérték 2013-ra, pedig eredetileg a 2006 és 2010 közötti időszakot tűzték ki céldátumként. Nemrég az Audiovizuális Média Kormánybiztosság vezetője is arról beszélt, hogy veszélybe került a digitális átállás menetrendje, de szerinte főképp amiatt, mert a pártok még nem egyeztek meg az új médiaszabályozásról. Lehet ezt a pártok nyakába varrni, de ez eleve egy iszonyatosan feszes átállási terv volt. Szerintem, ha minden klappolt volna, és már lenne médiatörvény-tervezetünk, amit tavasszal el is fogadnának, akkor sem hiszem, hogy 2011-ig az emberek fejében át lehet állítani az egész rendszert.

– Az emberek fejében mit kellene átállítani? Azon túl, hogy az új technológiát meg kell ismerni, az új technológiai eszközöket nyilvánvalóan be kell szerezni, el kell fogadtatni.

– Ne felejtjük el, ki az a huszonöt százalék, akiről beszélünk? Kinek van manapság kizárólag szobaantennája? Ők nem vesznek plazmatévé. Ha plazmatévé vennének, akkor már lenne kábeltévéjük is, hiszen az ország technikai lefedettsége messze nagyobb, mint a hetvenöt százalék. Ezen kívül mindenki számításon kívül hagyja, hogy a háztartások többségében mára nem egy készülék van. Nem arról beszélünk, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxot megveszik, vagy nem veszik meg, hanem arról, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxszal nem fognak tudni sokkal több csatornát nézni, mint jelenleg.

Az ugyanis csak az MPEG 2-es ötcsatornás rendszerrel fogható. Ahhoz viszont, hogy több csatornájuk legyen, egy 40-50 ezer forintos set-top-boxot kellene venniük, ami az MPEG 4-et is kezeli. Itt már lesz egy csomó előfizetéses adó, és ez már egy más világ lesz a televíziózásban!

– Még a szabvány sem eldöntött, hogy MPEG2 vagy MPEG4. Ez ugye, azért fontos, mert ezek tömörítési eljárások, és ezeken a szabványokon múlik, hogy mekkora adatforgalmat tud bonyolítani a rendszer. Mennyi jelet továbbít, hány csatorna adása fér el a hálózatokban.

– Tudtommal eldőt, hogy vegyes lesz. Az MPEG4-es set-top-box megfelelő lesz az MPEG 2-höz is. Ha egy háztartásban több televíziókészülék van, akkor több set-top-box kell. Nem beszélve az üdülőkről, nem beszélve a horgásztanyákról, a lakókocsikról. Ez Hollandiában kifejezetten probléma volt.

Összegezve, a hazai digitális átállás kifejezetten összetett probléma. Az emberek úgy fogják megélni, hogy megint elvettek tőlük valamit, és ennek az ódiáját nyilvánvalóan a politikának fel kell vállalnia. Ezt nem úgy mondom, mint az RTL Klub egyik vezetője, hanem mint egy, a témával foglalkozó, a téma problémáit ismerő személy.

Az RTL-nek nyilván megvan a saját stratégiája az átállásra. Az RTL Európában majd mindenhol ott van, megélt már néhány digitális átállást a médiacsoport, tehát van tapasztalatunk. Nem félünk tőle. Sőt, minél előbb van a digitális átállás, nekünk annál jobb, mert azért az RTL Klub is – mint minden nagy csatorna – fogy egy kicsit a piac fregmentációja miatt, és ennek a negatív üzleti hatásai ellen nagyon nehezen tudunk védekezni addig, amíg a jelenlegi médiatörvény van hatályban.

– A digitális átállás és az új mediaszabályozás megnyitja a kereskedelmi tévék előtt is az új tematikus csatornák indításának a lehetőségét. Milyen tematikus csatornákat terveznek indítani?

– Mi nem tematikus csatornákat fogunk indítani, hanem önálló csatornát szeretnénk. (hirszerzo.hu, 2008. 02. 27.)

*fogadtatás (komm.), gazdaság, szabályozás, technológia*

### **Beerősített a jobboldal a médiában**

A médiával szemben természetes elvárás, hogy semleges legyen, a valóságban azonban ez nem valósul meg – mondta lapunk kérdésére Szomszéd Orsolya, a Vision Consulting politológus szakértője. Véleménye szerint a médiumok mind valamilyen értéket képviselnek, és különböző kötődéseik is vannak. Azonban a pártos sajtótermékek is lényeges részét képezik a médiastruktúrának, a pluralitás hiánya, a súlyos egyenlőtlenség viszont már probléma, mert nagyban rontja a tiszta versenyt.

Az biztos, hogy könnyű megállapítani, hogy a hazai sajtóban a jobb- vagy a baloldali irányultságú sajtóorgánumok vannak többségben, illetve, hogy melyik politikai irányhoz tartozó médiumokat fogyasztják többen. Míg a hagyományosan balosnak tekintett lapok többsége egyértelmű adatokat közöl olvasottságáról, addig a jobboldali újságok, televíziócsatornák közönségéről kevés adat áll rendelkezésre.

A balliberális médiatúlsúly léteire vonatkozó megállapítás továbbra is jelen van a magyar közéletben – a rendszerváltás utáni heves vitáknak, valamint a médiára általában jellemző baloldali perspektívának köszönhetően – ám komoly változások mentek végbe a piacon, egyrészt a jobboldal törekvései révén, másrészt az újságírók cserélődése következtében – véli Szomszéd Orsolya.

A Fidesz mind napi, mind hetilap terén, majd az elektronikus médiában hatékonyan csökkentette a jobboldal hátrányát. Azonban nem mindegy, hogy az egyes sajtótermékek mekkora közönséget képesek elérni, vagyis mennyire adott számunkra a befolyásolás lehetősége. Ezeknek ugyanis abban van nagy szerepük, hogy meghatározzák, miről gondolkodjanak az állampolgárok, de tartalommal nem ők töltik fel – mondta az elemző.

Mind a mai napig létezik a baloldali médiafölény – szögezte le lapunk kérdésére Szalai Annamária, az ORTT fideszes tagja. A szakpolitikus szerint ehhez elegendő megnézni a testület által minden hónapban elvégzett elemzést, mely azt vizsgálja, hogy a főbb hírműsorokban mely politikai erők mennyit szerepeltek. (A legutóbbi, 2007 augusztusát elemző jelentés szerint a hírműsorokban szereplő emberek 13,9 százaléka kormánypárti, míg 9,7 százaléka ellenzéki politikus volt.)

A „jobboldali párt sajtó” közé tartozik a Hír TV, az Echo TV, a Lánchíd Rádió, a Magyar Hírlap és a Helyi Téma – állította lapunk kérdésére Kozák Márton, a Magyar Televízió

SZDSZ által delegált tagja. Szerinte ezek „echte pártmédiák”, melyeket nem az igazság felderítése, illetve a sajtó hagyományos céljai vezetnek, hanem a Fidesz egy bizonyos csoportjának érdekeit szolgálják. Kozák szerint ez a blokk nemcsak a baloldal ostromozásával van elfoglalva, hanem a Fideszen belüli elhajlások nyesegetése is a feladata, így lehetetlenítve el a párt hivatalos álláspontjától eltérő véleményű politikusokat.

Vélekedése szerint a baloldali orgánok esetében nincsenek ilyen célok, még a Klubrádió és a Népszava is a sajtó hagyományos feladatai között igyekszik a saját igazát bizonyítani. Kozák ezért a „hagyományos sajtó” körébe sorolta ezt a két médiumot is.

A szakpolitikus szerint azonban a magyar nyomtatott és elektronikus sajtó rossz állapotban van, a legtöbb médiummal nem az a baj, hogy pártos, hanem az hogy „egyszerűen rossz”. Ez pedig a magyar nemzet jövőjének egyik komoly hátráltatója. (fn.hu, 2008. 02. 22.)

*fogadtatás (komm.)*

### ***Francia tiltakozás a reklámmentes közszolgálat ellen***

A francia államfő január elején jelentette be, hogy a „civilizációs politikája” jegyében meg akarja tisztítani a két francia közszolgálati televíziós csatornát a reklámoktól, és a kieső bevételt új adók bevezetésével pótolná. Az átszervezések elleni tiltakozásul február közepén a francia közszolgálati média (Radio France, France Télévisions, TV5, RFI) valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek. Sarkozy azonban nem hagyta eltántorítani magát és február 19-én hivatalosan is megkezdte a munkáját a francia közszolgálati média reklámmentesítésére javaslatokat kidolgozó bizottság.

A kiszivárgott tervek szerint Sarkozy átszervezné nem csak a közszolgálati televíziókat és rádiókat, de a külföldre műsorokat sugárzó rádióadókat is. A France 24 hírtelevízióból, a TV5 Monde közszolgálati csatornából és a Radio France Internationale adóból France Monde néven egyetlen nagy holdingot alakítanának ki. A cél a költségek csökkentése lenne.

Sarkozy elképzelése ellen most már nem csak a franciaországi mediaszakma tiltakozik, hanem Svájcban, Belgiumban és a kanadai Quebec tartományban élő francia anyanyelvű emberek is – mondván, féltik a francia nyelvű közszolgálati médiák függetlenségét. „A legnagyobb problémát a TV5-től való függetlenségünk várható elvesztése jelenti. Jelenleg azonban csak annyit tehetünk, hogy tudomásul vesszük a terveket. Mindenesetre már megbeszéléseket folytattunk a kérdéstről a belgiumi és a Quebec tartománybeli kollégáinkkal. Meggyőződésünk, hogy ezekben a fontos döntésekben a mi véleményünknek is számítani kellene. A közös kritikánkat eljuttattuk a francia kormánynak és most a válaszra várunk. Azonban a belgiumi és a kanadai kollégáinkkal várhatóan márciusban ismét összeülünk” – szögezte le Roberto Rivola, a Svájci Szövetségi Kommunikációs Hivatal (BAKOM) sajtószóvivője.

Rendkívül nagy felháborodást okozott az a függetlenséget veszélyeztető lépés, hogy az államfő Christine Ockrent, a francia külügyminiszter élettársát akarja kinevezni a France Monde élére. Ockrenttel kapcsolatban szakmai kifogások nem merültek fel, azonban a média ennek ellenére tiltakozik a döntés ellen, mondván érdekkonfliktusok alakulhatnak ki és egyébként sem jó, ha egy ilyen pozícióba az államfő egyik barátja kerül. A legnagyobb ellenkezést azonban az váltotta ki, hogy a francia elnök egymaga dönt minden kérdésben, nem kéri sem a szakma, sem a civil szervezetek véleményét. Így úgy tűnhet, hogy Sarkozy a személyes ellenőrzése alá akarja vonni a közszolgálati médiát. (sg.hu, 2008. 02. 28.)

*gazdaság, fogadtatás (komm., reak.), társaság, szabályozás*

### ***Jön a gyerekbiztos internet***

Az Európai Bizottság 55 millió euróból nemzeti kapcsolattartási pontokat hozna létre a jogellenes tartalmak bejelentésére, és ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket.

Az új programjavaslat az online jogellenes tartalmakat nemzeti kapcsolattartási pontok felállításával csökkentené, amelyekben lehetőség nyílna azok megjelenésének bejelentésére – írja az EUvonal. Ezen felül a testület ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket, és

nemzeti tudatosságnövelési központok hálózatát hozná létre, ahol a szülők és a gyermekek az internet biztonságos használatára vonatkozó tanácsadásban részesülhetnének.

A Bizottság emellett az online gyermekbiztonsággal foglalkozó kutatók európai szintű összefogásával tudásalapot hozna létre az új technológiák gyermekek általi használatáról, ezek által a gyermekekre kifejtett hatásokról, valamint a kapcsolódó kockázatokról. (Az elmúlt tíz év nem volt sikeres az információs társadalom szemszögéből. Bár az alapvető lépésekre sor került, a jelenlegi helyzet ellentmondásos.) (piacprofit.hu, 2008. 02. 29.)  
*gazdaság, EU, fogadtatás (reak.)*



## Fogyasztás

### **Internethasználat – régiós különbségek**

A GfK Csoport 2007 szeptemberében 13 kelet- és közép-európai országban mérte fel az internethasználatot. Az internetpenetráció mértékét tekintve a régióban Szlovénia 62 százalékkal jár az élen, majd 59 százalékkal Ausztria következik. Az adatok szerint tízből négy magyar használja az internetet, és Magyarországhoz hasonló az arány a Cseh Köztársaságban és Szlovákiában is. A magyarok közel háromötöde minden nap netezik – a régióban ennél többen csak Szlovéniában csatlakoznak a világhálóra napi rendszerességgel.

A kutatás eredményei szerint a régióban főként e-mailezésre használják a fogyasztók a netet. A napi rendszerességgel levelezők legtöbben Szlovéniában vannak, a sorban második helyen Magyarország áll. A legpasszívabbak ezen a téren az ukrán nethasználók.

Az online csevegés a románok körében a legnépszerűbb: a válaszadók 45 százaléka közel napi rendszerességgel él a lehetőséggel, míg a magyarok közel egynegyede használja ezt az online kommunikációs eszközt.

Az internetes híráramba a szlovén nethasználók kapcsolódnak be a legnagyobb arányban: 69 százaléuk nyilatkozott úgy, hogy a hírekről, információkról naponta, vagy majdnem naponta tájékozódik az interneten. Regionális összehasonlításban Lengyelországban ez az arány 68 százalék, Magyarországon 64 százalék, míg Szlovákiában 63 százalék.

A kutatás arra is kitért, hogy mely országokban milyen arányban használják a világhálót a netezők képek, filmek és zeneszámok letöltésére, illetve megosztására. A válaszokból kiderült, hogy Bulgáriában és Ukrajnában a megkérdezettek 56 százaléka legalább havi rendszerességgel tölt le képeket, filmeket és zenéket a világhálóról. Fájlmegosztás terén a bolgár és a szlovák felhasználók vezetnek. A magyar nethasználók 36 százaléka szokott legalább havi rendszerességgel képet, filmet, vagy zeneszámot letölteni, fájlmegosztásra pedig nem egészen harmaduk használja a netet.

Az internetes bankolás – a 13 ország összehasonlításában – egyértelműen Ausztriában a legnépszerűbb szolgáltatás: közel minden második nethasználó intézi pénzügyeit legalább havonta az interneten. Magyarországot ezen a téren megelőzi Lengyelország, Szlovénia, Horvátország, a Cseh Köztársaság és Szlovákia.

Interneten közel minden negyedik osztrák nethasználó rendszeresen, további 34 százalék pedig rendszertelenül ugyan, de vásárol. E tekintetben a régió második helyezettje Csehország, ahol az online rendszeresen vásárlók aránya csak 16 százalék, ám a netezők további 36 százaléka szintén itt intézi alkalmanként beszerzéseit.

Magyarországon mindössze négy százalékat ér el azok aránya, akik rendszeresen használják az internetet vásárlásra. A megkérdezettek 81 százaléka saját bevallása szerint soha nem vásárol a neten. (kreativ.hu, 2008. 02. 06.)

### *fogyasztás, technológia*

### **Intézkedések a rosszhiszemű domain-használat ellen**

Az elmúlt hetekben az internet fenntartásának és működtetésének két fontos szereplője is napirendjére tűzte a honlapcímeikkel elkövetett visszaélések számának csökkentését.

Az elmúlt napokban nyilvánosságot kapott hírek szerint a Google februártól nem szerepelteti a cybersquatting-hez kapcsolódó honlapokat a kereső AdSense nevű hirdetőfelületén. Ezzel egyidejűleg az internet kormányzásáért felelős szervezet, az ICANN is bejelentette, hogy a domain-nevekkal elkövetett visszaélések számának csökkentése érdekében változtat regisztrációs gyakorlatán.

Közkeletű meghatározás szerint a cybersquatting egy másvalaki védjegyét képező domain név (vagy ahhoz nagyon hasonló más elnevezés) rosszhiszemű használatát és az ennek alapján termelt profitot jelenti. A typosquatting a cybersquatting egy fajtája, mely azon

alapul, hogy bizonyos számú felhasználó félre fogja gépelni az URL-ek nevét, így nem az eredetileg megcélzott oldalon köt ki. Számos felmérés igazolja, hogy több millió dolláros éves forgalmat generáló üzlet van az elgévelt honlapcímekre, véletlenül megnyitott oldalak látogatására alapozott hirdetési piac mögött. A cybersquatting-ből származó jövedelem legnagyobb része ugyanis a megtévesztő domaincímen található hirdetésekből származik, a netmarketing más eszközeihez hasonlóan itt is a kattintások számától függ a bevételek alakulása.

A cybersquatting-gel foglalkozó elkövetők munkáját az elmúlt években segítette az internet felügyeletét ellátó szerv, az ICANN domain-regisztrációs szabályozási gyakorlatának, Uniform Domain Name Resolution Policy egyik kiskapuja is. A honlapuk számára domain-t igénylő személyek számára ugyanis az ICANN egy öt napos gondolkodási időt engedélyezett, amely alatt az adott címre való igényt jogkövetkezmények nélkül (tehát díjmentesen, felhasználási kötelezettség mellőzésével) vissza lehetett vonni. A WIPO már korábban felhívta a figyelmet arra, hogy a bejelentések ingyenes visszavonását kihasználva jelentős jogsértő gyakorlat alakult ki.

Az egyik ilyen, angolul „domain name tasting”-nek nevezett jelenség arról szól, hogy a nagy számú domain bejelentő személyek ez alatt az öt napos időszak alatt felméri, hogy mely internetes cím vonzza leginkább a látogatókat (akik akár véletlenül, akár szándékosan kerülnek oda) és a forgalmi adatokból az adott honlap reklámértékére következtetve döntenek az egyes címek fenti célokra történő megtartása vagy törlése mellett. A másik hasonló gyakorlat a „domain kiting”, amivel az öt napos időszakot kihasználva „ingyenesen” használnak egyes címeket olyan felhasználók, akik a határidő lejárta előtt visszavonják bejelentésüket, majd annak újbóli előterjesztésével regisztrációs díj fizetése nélkül tartanak fenn honlapokat.

Az ICANN az elmúlt napokban bejelentette, hogy meg akarja szüntetni az bejelentések visszavonásának ingyenességét, vagyis az eddigiektől eltérően a visszatérített regisztrációs díj egy töredékét (kb. 5 százalékát) megtartja. Az ICANN vezetője, Paul Twomey a tervekről nyilatkozva elmondta, hogy az eljárás költségmentességén egyértelműen a szabályozási kiskapu megszüntetése érdekében akarnak változtatni.

Védjegyjogi szakemberek üdvözölték az ICANN terveit, mert azok megvalósulásával több esélyt látnak a cybersquatting visszaszorítására. Az elkövetők ugyanis legtöbbször az ingyenes honlap-regisztrációval mérték fel a visszaélések elkövetésére létrehozott lapok látogatottságát.

A hamis honlapcímen alapuló, félig legálisan működő cybersquatting-ipar rendkívül koncentrált és mára az ilyen célra tett bejelentések a „valódi” honlapbejelentések többszörösét teszik ki. Az ICANN statisztikái szerint az öt napos gondolkodási idő alatt visszavont bejelentések 95 százaléka egyazon tíz bejelentőhöz köthető, és adataik szerint egyetlen hónapban több mint 45 millió visszavont igényt rögzítettek.

Egy független felmérés szerint a világ legnagyobb vállalatának szinte mindegyike érintett az megtévesztő néven regisztrált honlapokra alapozott üzletben, hiszen a cybersquatterek által készített honlapokon mind a Fortune magazin legnagyobb vállalatokat ismertető rangsorán, mind pedig a New York-i és a londoni tőzsdén szereplő társaságok neve megtalálható.

A kereskedelmi nevekkel és védjegyekkel történő visszaélések egyik leggyakoribb áldozata a Pfizer gyógyszergyártó (a Viagra gyártója), illetve a Microsoft vállalatcsoport. Ez utóbbi szerint például a Microsoft, illetve ahhoz hasonló elnevezést tartalmazó bejelentések száma a teljes világon akár több ezret is elérhet egy napon. (jogiforum.hu, 2008. 02. 06.)

*szabályozás, fogyasztás, gazdaság*

### ***Új csatorna horgászoknak, vadászoknak***

A Coolt, a Film+ és a Sport Klubot is tulajdonló IKO Media Group a jövőben szeretne további tematikus műsorokat sugárzó csatornákat indítani hazánkban. Ennek első lépéseként elindították a magyar nyelvű horgász- és vadásztévét, a The Fishing & Hunting Channelt.

Az indulásakor négyszázezer hazai háztartásban fogható, 24 órában sugárzó új csatorna célcsoportja elsősorban a 18-59 év közötti magyar horgász- és vadásztársadalom. A nagyrészt külföldi készítésű műsorok hatvan százalékban a horgászatról, negyven százalékban pedig a vadászatról, illetve az azt érintő témákról szólnak, de a F&H csatorna a tervek szerint beszámol majd a hazai vadász- és horgászeseményekről is.

Az IKO Media Group a jövőben még több csupán egy-egy témakörrel foglalkozó csatornát tervez indítani, mert szerintük a jövő a tematikus csatornáké. Tervei közt szerepel a Film+2 elindítása is, valamint egy új, sorozatokat vetítő, egy sztárokról szóló és egy humoros műsorokat kínáló adó indítása is napirenden van a cégnél. Kérdés, a sok hasonló tematikájú tévécsatornára tényleg van-e igény hazánkban. Kifejezetten sztárokkal foglalkozó, valamint nagyrészt sorozatokat vetítő csatorna már van a piacon, és hamarosan indul a TV6 is, a férfiaknak szóló tematikus csatorna, melynek tulajdonosa a Viasat cégcsoport, s mely a férfiak összességét célozza meg műsoraival, nem csupán egy szűkebb réteget. (est.hu, 2008. 02. 18.)

*tartalomkínálat, fogyasztás*

### ***Jelentősen nőtt a rendszeresen netezők száma***

A Szonda Ipsos és a GfK Hungária által végzett kutatás keretében több mint 31 ezer személyes interjú készült a 15 évnél idősebb népesség részletes médiahasználati szokásairól.

A Nemzeti MédiaAnalízis szerint 2007-ben 650 ezer új internet-használóval bővült a világhálót rendszeresen böngészők köre a felnőtt lakosság körében. Az internethez hozzáférők száma nem nőtt ilyen mértékben. 2007 második félévében 3,7 millióan rendelkeztek valamilyen módon hozzáféréssel a világhálóhoz, míg 2006 hasonló időszakában még 3,2 millió felnőttől volt elmondható ugyanez.

Ebből következően az internet-hozzáférések kihasználtsága megnőtt: míg 2006-ban a hozzáférőknek csak 71 százaléka internetezett legalább havonta, addig ez a mutató a múlt év második felére 79 százalékra emelkedett.

Az otthoni hozzáférések tekintetében 2 évvel ezelőtt még a felnőtt népesség 21 százaléka tudott online kapcsolódni, addig 2007 második félévében már 30 százaléknak, több mint 2,5 millió felnőttnek volt lehetősége otthonról netezni. Az otthon hozzáférők 84 százaléka esetében az előfizetés szélessávú hozzáférésként definiálható.

A legnagyobb mértékben a 60 évnél idősebb netezők száma nőtt, de így is csak 100 ezer ilyen korú internetezőről beszélhetünk, ami a korcsoportnak mindössze 5 százaléka. A legnagyobb számbeli növekedés a 18-29 és a 30-39 éves internetezők körében volt mérhető, ezek a csoportok megközelítőleg 200-200 ezer új belépővel bővültek 2007 folyamán. Az internethasználat legnagyobb mértékben továbbra is a legfiatalabbakat jellemzi, a 15-17 évesek 76 százaléka internetezik legalább havi rendszerességgel. (mediainfo.hu, 2008. 02. 26.)

*fogyasztás*

### ***A MySpace tulajdonosával tárgyal a Yahoo!***

Párbeszédet kezdeményezett a Yahoo! a News Corporationnel, hogy életképes alternatívát keressen a Microsofttal több, mint 40 milliárd dolláros felvásárlási ajánlatával szemben, értesült a New York Times múlt héten. A lap szerint a tárgyalások, melyek még csak a kezdeti stádiumban tartanak, a News érdekltségébe tartozó online oldalak és a Yahoo! szolgáltatásainak összeolvasztásának lehetőségeit vizsgálják.

A News tulajdonába tartozik többek között a MySpace, mely 300 millió regisztrált felhasználójával a világ legnagyobb, számos nyelven elérhető közösségi portálja, és a világ

hatodik leglátogatottabb oldala. A MySpace a News tulajdonában lévő Fox Interactive Media portfóliójának része, melybe az IGN játékkoldal vagy a Photobucket képmegosztó is tartozik. A Yahoo! a News online érdekeltségével egyesítve tovább növelhetné látogatottsági tömegét, amivel arányaiban is több reklámköltést vonzhatna magához.

A New York Times informátorai szerint a News Corporation nyitott a megbeszélésekre, ugyanis nincs vesztenivalója, ráadásul korábban maga is kimutatta érdeklődését a Yahoo! iránt, melyet akkor a dotkom vállalat hamar visszautasított. A Microsoft nyilvános ajánlatával azonban alapjaiban változott meg a helyzet, a Yahoo! vezetésére nyomás került, hogy meggyőzzék sokszor frusztrált befektetőiket: nem kell a céget eladni. A Yahoo! múlt héten formálisan is visszautasította Redmondot, azzal érvelve, hogy a részvényenként ajánlott 31 dollár jelentősen alulértékeli a vállalatot. (hsw.hu, 2008. 02. 18.)

*gazdaság, fogyasztás, társaság*

#### ***A német állam 50 milliót költ a szélessávra***

2010-ig több mint 99 százalékos lefedettséget szeretne a német kormány elérni a szélessávú internet tekintetében, ez 2 százalékos növekedést jelentene a jelenlegi arányhoz képest. A kormány a következő két évben mindössze ötven millió eurót szán ennek elősegítésére, a többit a piacra bízva, mondta Gerald Reiche a német gazdasági minisztérium szakállamtitkára. A szövetségi kormánynak nem célja, hogy a mostani 25 százalékos internetpenetrációt növeljék, de mindenképpen szeretnék megőrizni Németország vezető helyét az unióban, hangsúlyozta az államtitkár. A célok között azonban szerepel, hogy ne csak a lefedettség, hanem a szolgáltatások minősége is javuljon. A jelenlegi ADSL-technológia nyújtotta sáv szélesség sokszorosát szeretnék elérni a háztartásokban, tette hozzá. Gerald Reiche kiemelte: Németország szorgalmazza, hogy uniós jogszabály szülessen arról, hogy a jelenleg műsorszórásra használt frekvenciák egy részén a jövőben szélessávú internetszolgáltatások legyenek. Az egységes uniós álláspont kialakítása mellett egyeztetni kell az érintett nemzetközi szervezetekkel a kérdésben és a televíziós műsorszolgáltatókat is meg kell győzni, hangsúlyozta a politikus. Az Európai Unióban Németország DSL-piaca fejlődik a legjobban, megelőzve Franciaországot, Olaszországot, Spanyolországot és Nagy-Britanniát. Tavalyi adatok szerint összesen körülbelül 19 millió internetvonal működött az országban. (origo.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, fogyasztás, technológia, szabályozás*

## Gazdaság

### ***Elindult az üzleti Wiki***

Az internet egyik sikerembere, Michael Robertson, új üzleti információs site-ot alapított a Wikipedia mintájára, Dealipedia néven.

Robertson alapította korábban a roppant sikeres MP3.com-ot, majd a Linspire céget is, és abban bíz, hogy a tömegek ugyanolyan lelkesen ellátják majd információval a site-ot, mint a Wikipedia esetében.

A Dealipedia a cégeket érintő különféle információkat terjesztene, többek között a felvásárlásokról, egyesületekről, felszámolásokról, csődökről, befektetésekről stb.

Érdekes rovat a Who Made Money, amelyből kiderül, ki mennyi pénzt „csinált” egy-egy tranzakcióval. A listában maga Robertson is szerepel, aki annak idején 115 millió dollárt nyert az MP3.com eladása révén.

A site érdekes lehet elsősorban a befektetők számára, akik sehol máshol nem elérhető információkra lelhetnek itt. (techline.hu, 2008. 0. 06.)

*gazdaság, tartalomkínálat*

### ***Intézkedések a rosszhiszemű domain-használat ellen***

Az elmúlt hetekben az internet fenntartásának és működtetésének két fontos szereplője is napirendjére tűzte a honlapcímekekkel elkövetett visszaélések számának csökkentését.

Az elmúlt napokban nyilvánosságot kapott hírek szerint a Google februártól nem szerepelteti a cybersquatting-hez kapcsolódó honlapokat a kereső AdSense nevű hirdetőfelületén. Ezzel egyidejűleg az internet kormányzásáért felelős szervezet, az ICANN is bejelentette, hogy a domain-nevekkel elkövetett visszaélések számának csökkentése érdekében változtat regisztrációs gyakorlatán.

Közkeletű meghatározás szerint a cybersquatting egy másvalaki védjegyét képező domain név (vagy ahhoz nagyon hasonlító más elnevezés) rosszhiszemű használatát és az ennek alapján termelt profitot jelenti. A typosquatting a cybersquatting egy fajtája, mely azon alapul, hogy bizonyos számú felhasználó félre fogja gépelni az URL-ek nevét, így nem az eredetileg megcélzott oldalon köt ki. Számos felmérés igazolja, hogy több millió dolláros éves forgalmat generáló üzlet van az elgévelt honlapcímekekre, véletlenül megnyitott oldalak látogatására alapozott hirdetési piac mögött. A cybersquatting-ből származó jövedelem legnagyobb része ugyanis a megtévesztő domaincímen található hirdetésekéből származik, a netmarketing más eszközeihez hasonlóan itt is a kattintások számától függ a bevételek alakulása.

A cybersquatting-gel foglalkozó elkövetők munkáját az elmúlt években segítette az internet felügyeletét ellátó szerv, az ICANN domain-regisztrációs szabályozási gyakorlatának, Uniform Domain Name Resolution Policy egyik kikapuja is. A honlapuk számára domain-t igénylő személyek számára ugyanis az ICANN egy öt napos gondolkodási időt engedélyezett, amely alatt az adott címre való igényt jogkövetkezmények nélkül (tehát díjmentesen, felhasználási kötelezettség mellőzésével) vissza lehetett vonni. A WIPO már korábban felhívta a figyelmet arra, hogy a bejelentések ingyenes visszavonását kihasználva jelentős jogsértő gyakorlat alakult ki.

Az egyik ilyen, angolul „domain name tasting”-nek nevezett jelenség arról szól, hogy a nagy számú domain-t bejelentő személyek ez alatt az öt napos időszak alatt felméri, hogy mely internetes cím vonzza leginkább a látogatókat (akik akár véletlenül, akár szándékosan kerülnek oda) és a forgalmi adatokból az adott honlap reklámértékére következtetve döntenek az egyes címek fenti célokra történő megtartása vagy törlése mellett. A másik hasonló gyakorlat a „domain kiting”, amivel az öt napos időszakot kihasználva „ingyenesen” használnak egyes címeket olyan felhasználók, akik a határidő lejárta előtt visszavonják

bejelentésüket, majd annak újbóli előterjesztésével regisztrációs díj fizetése nélkül tartanak fenn honlapokat.

Az ICANN az elmúlt napokban bejelentette, hogy meg akarja szüntetni az bejelentések visszavonásának ingyenességét, vagyis az eddigiektől eltérően a visszatérített regisztrációs díj egy töredékét (kb. 5 százalékát) megtartja. Az ICANN vezetője, Paul Twomey a tervekről nyilatkozva elmondta, hogy az eljárás költségmentességén egyértelműen a szabályozási kiskapu megszüntetése érdekében akarnak változtatni.

Védjegyjogi szakemberek üdvözölték az ICANN terveit, mert azok megvalósulásával több esélyt látnak a cybersquatting visszaszorítására. Az elkövetők ugyanis legtöbbször az ingyenes honlap-regisztrációval mérték fel a visszaélések elkövetésére létrehozott lapok látogatottságát.

A hamis honlapcímeken alapuló, félig legálisan működő cybersquatting-ipar rendkívül koncentrált és mára az ilyen célra tett bejelentések a „valódi” honlapbejelentések többszörösét teszik ki. Az ICANN statisztikái szerint az öt napos gondolkodási idő alatt visszavont bejelentések 95 százaléka egyazon tíz bejelentőhöz köthető, és adataik szerint egyetlen hónapban több mint 45 millió visszavont igényt rögzítettek.

Egy független felmérés szerint a világ legnagyobb vállalatának szinte mindegyike érintett az megtévesztő néven regisztrált honlapokra alapozott üzletben, hiszen a cybersquatterek által készített honlapokon mind a Fortune magazin legnagyobb vállalatokat ismertető rangsorán, mind pedig a New York-i és a londoni tőzsdén szereplő társaságok neve megtalálható.

A kereskedelmi nevekkkel és védjegyekkel történő visszaélések egyik leggyakoribb áldozata a Pfizer gyógyszergyártó (a Viagra gyártója), illetve a Microsoft vállalatcsoport. Ez utóbbi szerint például a Microsoft, illetve ahhoz hasonló elnevezést tartalmazó bejelentések száma a teljes világon akár több ezret is elérhet egy napon. (jogiforum.hu, 2008. 02. 06.)

*szabályozás, fogyasztás, gazdaság*

#### ***Népszava miatt bírság az MTV-nek***

Félmilliós bírsággal sújtotta a Magyar Televíziót (MTV) a médiahatóság, mert a Nap-kele egyik interjújának felkonferálása során szerintük indokolatlanul mutatták a Népszava fejlécét a képernyőn. Az MTI birtokába jutott határozat szerint a tavaly november 13-i adásban indokolatlanul mutatták 38 másodpercen át a napilap fejlécét, miközben kérdést tett fel Lendvai Ildikó szocialista frakcióvezetőnek a riporter.

„A műsorvezető nem a lapból idézett, azt csak a kezében tartotta. Az országos napilap fejléce a beszélgetés teljes időtartama alatt látható volt” – áll az ORTT döntésben, amely szerint „a periodika címe a felvezető egész időtartama alatt látható volt, és az a beszélgetés tárgyával, annak tartalmával semmiféle kapcsolatot nem mutatott”.

A határozat szerint „a termék közismertsége okán a megjelenítés alkalmas volt a fogyasztásra való igény felkeltésére”; hivatkoznak egyben a Fővárosi Ítéltábla egy döntésére, amelyik a szponzorral előtt készített interjúval kapcsolatban megállapította, hogy „a perbeli logók mindegyike konkrét termékkel, szolgáltatással azonosítható be, így látványa az adott vállalkozás termékeire, szolgáltatásaira irányítja a nézők figyelmét”. (hirextra.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, szabályozás*

#### ***Eladták a Danubius Rádiót***

Az Accession Mezzanine Capital (AMC) megvásárolta a Danubius Rádió 100 százalékos tulajdonrészét az Advent International-től, amely 2003 júniusa óta volt tulajdonosa a rádióknak. A tranzakció értékét nem hozzák nyilvánosságra.

A vevő és az eladó az elmúlt években számos európai befektetést finanszírozott közösen. Korábban, 2003 júniusában, az AMC hitelfinanszírozással segítette az Advent International vezetését a Danubius Rádió kivásárlásában.

Franz Hoerhager, a Mezzanine Management Central Europe GmbH-t képviselő tanácsadó

szerint a Danubius Rádió kiváló befektetésnek számít, a rádiót irányító cég pénzügyileg stabil, a rádió vezetősége szakmailag felkészült. Kiemelte, hogy a Danubius brand a magyar rádiós piac legerősebb márkájaként kiváló üzleti lehetőség az éledező digitális médiakörnyezetben.

Bartucz László, a Danubius vezérigazgatója szerint a cég operatív működésében a tranzakció semmilyen változást nem hoz.

Mezzanine Management csoport Európa egyik legnagyobb független, alárendelt kölcsöntőke hitelezője. Az elmúlt 20 évben, 11 országban több mint 2 milliárd dollár értékében fektetett be. (privatbankar.hu, 2008. 02. 01.)

*gazdaság, társaság*

### ***Viasat3 – egymilliárd alatt nem éri meg híradót gyártania***

Mint ismert a Viasat3-at tavaly áprilisban minősítette országossá az ORTT, a médiatörvény értelmében pedig országos csatornaként napi húszperces összefüggő hírműsort kell sugározni. Az Index szerint a televízió a bírósághoz fordult, hogy ne kelljen végrehajtani a kötelezettséget, de a Fővárosi Ítéltábla elutasította a kérést. A Viasat3 fellebbez, és egyelőre nem készít hírműsort.

Ez azt jelenti, hogy akár most is megbírságozhatja az ORTT a csatornát, amiért nem teljesíti az országos adókra vonatkozó kötelezettségeket.

Kérdés, hogy mekkora büntetést lehet kiszabni a Viasat3-ra, és rákényszeríthetik-e a bíróságok a csatornát egy saját gyártású hírműsor indítására.

A büntetések pontos összegét nem szabályozza a médiatörvény, de az Index számításai szerint egy napi gyártású hírműsor becslések szerint egymilliárd forintnál is nagyobb költséget jelentene, így a Viasat3-nak a bírság drasztikus emeléséig egyszerűen jobban megéri fizetni, mint híradót gyártani.

A csatorna a hiányzó hírműsoron kívül két ponton is összeütközésbe kerülhet a médiatörvényvel, amely kimondja azt is, hogy országos napilapban nem lehet tulajdonrésze országos csatorna tulajdonosának és országos adó nem indíthat másik csatornát.

Ezzel szemben a Viasat3 tulajdonosáé, a Modern Times Groupé (MGT) a Metro ingyenes hírújság, és éppen most indított új adót Tv6 néven. Ezen a két ponton mégis nehezen foghatja meg a csatornát a médiatestület, mivel a törvények az országos napilap meghatározást eladott példányszám alapján határozzák meg, a Metro pedig ingyenes, a Tv6-ot pedig Angliában jegyezték be, onnan is sugároz, így kérdéses, hogy egyáltalán vonatkozhat-e rá a magyar szabályozás.

Az ORTT tavaly április 11-én minősítette országos tévécsatornává a Filmmúzeumot, a Spektrum TV-t, a Viasat 3-at, valamint a Sport1-et.

A közműsor-szolgáltatóként működő Filmmúzeum kivételével az ORTT megállapította az adók műsorszolgáltatási díját is: ez a Spektrum esetében közel 23 millió, a Viasat 3-nál több mint 36 millió, a Sport1-nél 13 és fél millió forintra rúg. (kreativ.hu, 2008. 02. 12. és mfor.hu, 2008. 02. 07)

*gazdaság, szabályozás, társaság, tartalomkínálat*

### ***Jön az ingyenes tévémagazin***

Tele Est Kft. névvel leányvállalatot alapított az econet.hu irányítása alatt álló kapcsolt vállalkozás, a Pesti Est Kft. Az új cég ingyenes, családi tévémagazint ad majd ki – közölte az econet.hu a Budapesti Értéktőzsde honlapján. A közlemény szerint az 50 millió forintos jegyzett tőkével alapított Tele Est 100 százaléka a Pesti Est Kft. tulajdonában van.

A Tele Est Kft. lesz a kiadója az econet.hu által tervezett országos terjesztésű, családi tévémagazinnak. Az új magazin előreláthatólag 2008 áprilisában jelenik meg első alkalommal, a Pesti Esthez hasonlóan ingyenes hozzáféréssel, A/5-ös formátumban, környezetbarát papíron nyomtatva. (origo.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, tartalomkínálat*

### ***Pert nyert a GVH a Colgate ellen***

Első fokon pert nyert a Gazdasági Versenyhivatal a Colgate ellen. A hatóság több mint negyedmilliárdos bírságot szabott ki a vállalatra még 2006 februárjában, megtévesztő reklám miatt.

A hatóság megállapította, hogy a teljes fogorvosi szakma véleményét sugalló állítások nem feleltek meg a valóságnak, hiszen azok a mindennapi értelemben azt jelentették, hogy a szakértelemmel rendelkező fogorvosok többsége a Colgate Total fogkrémet választja, holott a Colgate által készített felmérés szerint is csak mintegy hatodik ajánlja a Colgate Total fogkrémet pácienseinek, illetve negyedük használja maga is azt.

Ebből következik, hogy 5/6-uk más fogkrémet ajánl, és 3/4-ük más fogkrémet használ, így az indoklás szerint megtévesztette a cég a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy „a magyar fogorvosok által leggyakrabban használt és ajánlott fogkrém”. A bírság pontos összege 257 millió forint. (klubradio.hu, 2008. 02. 15.)

*gazdaság, szabályozás*

### ***A román reklámpiacon már 664 millió eurót költenek az idén***

A gazdasági folyamatok kibontakozásának irányát jelzi a reklámpiac gyors bővülése is. A Business Standard című lap a GroupM médiacsoport adatait idézi. A jelentésből kiderül, hogy a reklámmegrendelések zöme, 69,6 százaléka továbbra is a televíziókhoz vándorol. A tévéreklámra fordított összköltségvetés növekedését 37,5 százalékra becsülik, ami azt jelenti, hogy az idén várhatóan 462 millió eurót fordítanak erre a célra a 2007-ben regisztrált 363 millió euróval szemben.

A reklámpiacon változik a sorrend: a rádiók 2008-ban már nagyobb szeletet tudhatnak magukénak a reklámtortából, mint az írott sajtó. A rádiók 63,6 millió euró reklámbevétele számíthatnak, ami 48 százalékos növekedést jelent tavalyhoz képest. A rádiók szerzik meg tehát az idén a romániai reklámpiac egészének 9,6 százalékát.

A harmadik helyre lecsúszott nyomtatott sajtó 2008-ban 54,1 millió euró bevételre számíthat, ami 11,2 százalékkal több az előző évi értékhez képest. A folyóiratok esetében nagyobb növekedés tapasztalható, az ilyen típusú kiadványok a reklámtorta 6,2 százalékát szerzik meg, ami 41 millió eurónak felel meg. (hvg.hu, 2008. 02. 12.)

*gazdaság*

### ***Véget érhet a HD DVD formátumháború?***

A legutóbbi hírek szerint a Toshiba közel 3 millió dollárt költött egy harminc másodperces reklámra, amely a vasárnapi Super Bowl meccsen kerül bemutatásra. A cég az olcsó HD-DVD lejátszóira igyekszik felhívni a figyelmet.

De ugyanakkor az is egyre égetőbb kérdéssé válik, hogy vajon milyen tartalmakat nézhetünk meg az olcsó HD-DVD lemezjátszókon mi, az egyszerű felhasználók, hiszen lassan, de a jelek szerint egyre biztosabban minden nagyobb filmstúdió a konkurens Blu-ray formátumra tér át. Két hete a Warner Bros. filmstúdió bejelentette, hogy teljesen lemond a HD-DVD használatáról, és kizárólag Blu-ray formátumon terjeszti a high definition formátumú mozifilmeket. Ezzel a lépéssel a HD-DVD hollywoodi támogatása egyre gyengébb lesz, ma már csak három nagy filmstúdió, a DreamWorks, a Paramount és az Universal ad ki a Toshiba HD-DVD formátumára kódolt filmeket.

Hiroyuki Shimizu, a Gartner elemzője szerint a Warner lépése végleg pontot tehet a high definition háború kimenetére. A Toshiba természetesen nem így gondolja. A vállalat azt hiszi, hogy az eladások csökkenése a karácsonyi kedvezmények lecsengésével magyarázható, és azzal, hogy egyes Blu-ray lejátszókat HD televíziókkal kedvezményesen vehették meg a vásárlók. (jox.hu, 2008. 02. 01.)

*gazdaság, fogadtatás (komm.), technológia*



### ***Online reklámcéget vett a Yahoo!***

A Yahoo! bejelentette, hogy 160 millió dollárért felvásárolta a Maven Networks online videoreklámok rendszerével foglalkozó amerikai vállalatot. A Yahoo! tervei szerint ezzel bővítené részesedését a netreklámok piacán. Az Egyesült Államokban 20 milliárd dollárt költöttek internetes hirdetésekre tavaly, ugyanakkor ebből mindössze 775 millió dollárt költöttek a videoreklámok online piacán a megrendelők az eMarketer elemző cég szerint. Amerikában a legtöbbet a Coca-Cola és a Nike fordít ilyen jellegű hirdetésekre. (vg.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, társaság*

### ***Lekapcsolják az illegális letöltőket***

A The Times értesülése szerint a brit kormány a betérjeszti ezt a törvényalkotási tervet. Az új jogszabály alapján az internetszolgáltatók törvényi kötelessége lesz fellépni azon felhasználók ellen, akik illegálisan töltenek le zenét vagy filmeket.

A vezető brit napilap által látott tervezet alapján a kalózkodók az első kihágást még megúszhatják egy figyelmeztető e-mail-üzenettel. A második esetben felfüggesztés, a harmadik tettenérés után a szolgáltatás kikapcsolása lenne a büntetés.

Azok a szélessávú szolgáltatók, amelyek nem alkalmazzák ezt a szankciórendszert, maguk is büntetésre számíthatnak, a gyanúsított felhasználók személyes adatait pedig ki lehetne adni a bíróságoknak a készülő törvényjavaslat szerint.

A beszámoló szerint az még eldöntésre vár, hogy a kalóztöltők adatait az egyes szolgáltatók megoszthatják-e egymással.

Becslések szerint évente hatmillió brit – a teljes lakosság tíz százaléka – tölt le számítógépére film- és zenetartalmakat illegálisan, több milliárd font bevételkiesést okozva a terjesztő cégeknek.

A törvénytervezet fő problémás elemei közé tartozik egyebek mellett, hogy a vitatott ügyeket hogyan lehet eldönteni, például abban az esetben, ha egy internetes potyautas másnak a drót nélküli – Wi-Fi – internetjére akaszodik rá. (hirextra.hu, 2008. 02. 12.)

*gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat*

### ***Új mérési rendszert dolgoztak ki az ausztrálok***

Az Ausztrál Közterületi Média Szövetség (Australian Outdoor Media Association, OMA) új kampány-mérőeszközzel számolt be, amit nagy durranásként harangoztak be.

Az eszköz a MOVE (Measurement of Outdoor Visibility and Exposure) nevet viseli és a fejlesztők közlése szerint az első olyan rendszer, amely képes mérni bármely közterületi – legyen akár indoor, akár outdoor – médiumon futó kampány elérését (reach) és gyakoriságát (frequency).

Az eszköz olyan tényezők adatain alapszik, mint a poszter megvilágításának, magasságának és méretének a mértéke. A MOVE-ot 3 év alatt 5 millió ausztrál dollár befektetéssel fejlesztették ki olyan ausztrál köztéri médiatulajdonosok közreműködésével, mint az Eye, az AdShel, a JCDecaux, vagy épp maga a közterületi reklámszövetség.

Az eszközt várhatóan az év második felében helyezik majd üzembe. A mérési módszer arra a régóta fennálló problémára próbál választ adni, hogy eddig alapvetően a nagy formátumokra vonatkozó forgalmi adatokkal dolgoztak, és inkább arra koncentráltak a kutatók, hogy mekkora lehetőség volt egyáltalán találkozni a hirdetéssel, s nem arra, hogy ha egyszer találkoztak vele, akkor az mennyire volt látható, értékelhető felület.

Egyébként a közterület Ausztráliában messze nem áll olyan jól, mint nálunk, hiszen ott csupán a reklámtorta 3,6 százalékát teszi ki, bár az is igaz, hogy dinamikusan fejlődik, tavaly például 12 százalékkal, ami minden más hagyományos médiát megelőzött – derül ki a BrandRepublic adataiból. (mediainfo.hu, 2008. 02. 29.)

*gazdaság, technológia*

**Interjú Róbert Ákossal, az RTL Klub vezérigazgató-helyettesével**

– A digitális átállást meg kell előznie az új médiaszabályozás megalkotásának – rögzítette tavaly egy ötpárti megállapodás. A médiapolitikusok a háttérben egyeztetnek, a médiaszereplők ott lobbiznak, ahol tudnak. Az új szabályozás vitaanyaga a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS), melyet az illetékes kormánybiztosság vezetésével készítettek el. Mit gondol, megegyeznek a politikusok az új médiaszabályozásról?

– Ez a történet a 22-es csapdája, és ha a politikai közhangulatot nézzük, akkor épeszű embernek azt kell mondania, nem lesz új médiatörvény. Ugyanakkor, mivel mindenki beszélget a szereplőkkel, páros héten azt gondolom lesz, páratlan héten meg úgy érzem, nem lesz. Másrészt a Nemzeti Hírközlési Hatóság lelkesen pályáztat. Ez a dolga. A Fidesz, ha jól tudom, közölte, nem járul hozzá a pályázat eredményesnek való hirdetéséhez, amennyiben nincsen új médiatörvény. Nyilvánvaló, hogy ez a mi érdekünk is, hiszen nem szeretnénk egy digitális átállást elkezdni a több, mint tízéves régi médiatörvénnyel. De itt nem csak a mi érdekeinkről van szó, hanem arról, hogy a világ változott meg azóta. Az akkori törvény arra a három-öt televízió-csatornás piacra volt megfelelő, a mai viszonyokra nem jó. Ez egy másik csapda. Nem tudom, hogyan lehet ebből kikeveredni. És a harmadik csapda: egy politikai csapda, amivel kapcsolatban mindenki a homokba dugja a fejét. Lelkesen 2010 körüli lekapcsolásról beszélünk, de az utca emberének gőze sincs, miről beszélünk. Ami mellesleg a választások éve lesz. És mivel szíveteként kell kikapcsolni, a választások alatt lesznek olyan területek, amiket elvileg már ki kéne kapcsolni. Máshol öt-hatéves procedúra volt. Olyan országokban, ahol százszázalékos a kábeles lefedettség. Finnországban is erősen rácsaptak annak a kezére, aki le akarta kapcsolni az analóg adót – fél évvel halasztották el a lekapcsolást. Miközben kiderült, hogy harmincezer háztartásban még nincsen semmilyen digitális vételi lehetőség, tehát sötétek lesznek a képernyők.

– A digitális átállás magyarországi időpontja 2011 vége. A tervek szerint akkor kapcsolják ki az addigi analóg sugárzást. Megvalósítható-e az átállás addig?

– Magánvéleményem szerint, ha ezt meg tudják csinálni a határidőre, akkor én nagyon sok embernek gratulálni fogok. De az is bekövetkezhet még, hogy minket fognak kérni, 2012 után is sugározzunk.

– Európai uniós követelmény a 2012-es átállás.

– Ez tévedés! 2015 a végső dátum, a 2012 ajánlott. De tudomásom szerint a régi EU-országok nyolcvan százaléka nem fogja bevezetni eddig az időpontig. Az osztrákoknál elég sürgős a kikapcsolás, mert most zajlik az ORF monopóliumának a megtörése, ami nálunk már tíz éve megvolt. Valójában nagyon kevés ország kapcsol át a digitális sugárzásra 2012-ig. Még az angolok is elhalasztották az analóg kikapcsolását az olimpiai közvetítések miatt.

– Angliában még nem történt meg a digitális átállás?

– De, csak nem mindenhol. Vannak még területek, ahol analóg sugároznak. A tervezett időpontot átérték 2013-ra, pedig eredetileg a 2006 és 2010 közötti időszakot tűzték ki céldátumként. Nemrég az Audiovizuális Média Kormánybiztosság vezetője is arról beszélt, hogy veszélybe került a digitális átállás menetrendje, de szerinte főképp amiatt, mert a pártok még nem egyeztek meg az új médiaszabályozásról. Lehet ezt a pártok nyakába varrni, de ez eleve egy iszonyatosan feszes átállási terv volt. Szerintem, ha minden klappolt volna, és már lenne médiatörvény-tervezetünk, amit tavasszal el is fogadnának, akkor sem hiszem, hogy 2011-ig az emberek fejében át lehet állítani az egész rendszert.

– Az emberek fejében mit kellene átállítani? Azon túl, hogy az új technológiát meg kell ismerni, az új technológiai eszközöket nyilvánvalóan be kell szerezni, el kell fogadtatni.

– Ne felejtjük el, ki az a huszonöt százalék, akiről beszélünk? Kinek van manapság kizárólag szobaantennája? Ők nem vesznek plazmatévét. Ha plazmatévét vennének, akkor már lenne kábeltévénk is, hiszen az ország technikai lefedettsége messze nagyobb, mint a hetvenöt százalék. Ezen kívül mindenki számításon kívül hagyja, hogy a háztartások többségében

mára nem egy készülék van. Nem arról beszélünk, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxot megveszik, vagy nem veszik meg, hanem arról, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxszal nem fognak tudni sokkal több csatornát nézni, mint jelenleg.

Az ugyanis csak az MPEG 2-es ötcsatornás rendszerrel fogható. Ahhoz viszont, hogy több csatornájuk legyen, egy 40-50 ezer forintos set-top-boxot kellene venniük, ami az MPEG 4-et is kezeli. Itt már lesz egy csomó előfizetéses adó, és ez már egy más világ lesz a televíziózásban!

– Még a szabvány sem eldöntött, hogy MPEG2 vagy MPEG4. Ez ugye, azért fontos, mert ezek tömörítési eljárások, és ezeken a szabványokon múlik, hogy mekkora adatforgalmat tud bonyolítani a rendszer. Mennyi jelet továbbít, hány csatorna adása fér el a hálózatokban.

– Tudtommal eldölt, hogy vegyes lesz. Az MPEG4-es set-top-box megfelelő lesz az MPEG 2-höz is. Ha egy háztartásban több televíziókészülék van, akkor több set-top-box kell. Nem beszélve az üdülőkről, nem beszélve a horgásztanyákról, a lakókocsikról. Ez Hollandiában kifejezetten probléma volt.

Összegezve, a hazai digitális átállás kifejezetten összetett probléma. Az emberek úgy fogják megélni, hogy megint elvettek tőlük valamit, és ennek az ódiúmat nyilvánvalóan a politikának fel kell vállalnia. Ezt nem úgy mondom, mint az RTL Klub egyik vezetője, hanem mint egy, a témával foglalkozó, a téma problémáit ismerő személy.

Az RTL-nek nyilván megvan a saját stratégiája az átállásra. Az RTL Európában majd mindenhol ott van, megélt már néhány digitális átállást a médiacsoport, tehát van tapasztalatunk. Nem félünk tőle. Sőt, minél előbb van a digitális átállás, nekünk annál jobb, mert azért az RTL Klub is – mint minden nagy csatorna – fogy egy kicsit a piac fregmentációja miatt, és ennek a negatív üzleti hatásai ellen nagyon nehezen tudunk védekezni addig, amíg a jelenlegi médiatörvény van hatályban.

– A digitális átállás és az új médiaszabályozás megnyitja a kereskedelmi tévék előtt is az új tematikus csatornák indításának a lehetőségét. Milyen tematikus csatornákat terveznek indítani?

– Mi nem tematikus csatornákat fogunk indítani, hanem önálló csatornát szeretnénk. (hirszerzo.hu, 2008. 02. 27.)

*fogadtatás (komm.), gazdaság, szabályozás, technológia*

### ***A MySpace tulajdonosával tárgyal a Yahoo!***

Párbeszédet kezdeményezett a Yahoo! a News Corporationnel, hogy életképes alternatívát keressen a Microsofttal több, mint 40 milliárd dolláros felvásárlási ajánlatával szemben, értesült a New York Times múlt héten. A lap szerint a tárgyalások, melyek még csak a kezdeti stádiumban tartanak, a News érdekltségébe tartozó online oldalak és a Yahoo! szolgáltatásainak összeolvasztásának lehetőségeit vizsgálják.

A News tulajdonába tartozik többek között a MySpace, mely 300 millió regisztrált felhasználójával a világ legnagyobb, számos nyelven elérhető közösségi portálja, és a világ hatodik leglátogatottabb oldala. A MySpace a News tulajdonában lévő Fox Interactive Media portfóliójának része, melybe az IGN játékololdal vagy a Photobucket képmegosztó is tartozik. A Yahoo! a News online érdekltségével egyesítve tovább növelhetné látogatottsági tömegét, amivel arányaiban is több reklámköltséget vonzhatna magához.

A New York Times informátorai szerint a News Corporation nyitott a megbeszélésekre, ugyanis nincs vesztenivalója, ráadásul korábban maga is kimutatta érdeklődését a Yahoo! iránt, melyet akkor a dotkom vállalat hamar visszautasított. A Microsoft nyilvános ajánlatával azonban alapjaiban változott meg a helyzet, a Yahoo! vezetésére nyomás került, hogy meggyőzzék sokszor frusztrált befektetőiket: nem kell a céget eladni. A Yahoo! múlt héten formálisan is visszautasította Redmondot, azzal érvelve, hogy a részvényenként ajánlott 31 dollár jelentősen alulértékeli a vállalatot. (hsw.hu, 2008. 02. 18.)

*gazdaság, fogyasztás, társaság*

### ***Francia tiltakozás a reklámmentes közszolgálat ellen***

A francia államfő január elején jelentette be, hogy a „civilizációs politikája” jegyében meg akarja tisztítani a két francia közszolgálati televíziós csatornát a reklámoktól, és a kieső bevételt új adók bevezetésével pótolná. Az átszervezések elleni tiltakozásul február közepén a francia közszolgálati média (Radio France, France Télévisions, TV5, RFI) valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek. Sarkozy azonban nem hagyta eltántorítani magát és február 19-én hivatalosan is megkezdte a munkáját a francia közszolgálati média reklámmentesítésére javaslatokat kidolgozó bizottság.

A kiszivárgott tervek szerint Sarkozy átszervezné nem csak a közszolgálati televíziókat és rádiókat, de a külföldre műsorokat sugárzó rádióadókat is. A France 24 hírtelevízióból, a TV5 Monde közszolgálati csatornából és a Radio France Internationale adóból France Monde néven egyetlen nagy holdingot alakítanának ki. A cél a költségek csökkentése lenne.

Sarkozy elképzelése ellen most már nem csak a franciaországi mediaszakma tiltakozik, hanem Svájcban, Belgiumban és a kanadai Quebec tartományban élő francia anyanyelvű emberek is – mondván, féltik a francia nyelvű közszolgálati médiák függetlenségét. „A legnagyobb problémát a TV5-től való függetlenségünk várható elvesztése jelenti. Jelenleg azonban csak annyit tehetünk, hogy tudomásul vesszük a terveket. Mindenesetre már megbeszéléseket folytattunk a kérdésről a belgiumi és a Quebec tartománybeli kollégáinkkal. Meggyőződésünk, hogy ezekben a fontos döntésekben a mi véleményünknek is számítani kellene. A közös kritikánkat eljuttattuk a francia kormánynak és most a válaszra várunk. Azonban a belgiumi és a kanadai kollégáinkkal várhatóan márciusban ismét összeülünk” – szögezte le Roberto Rivola, a Svájci Szövetségi Kommunikációs Hivatal (BAKOM) sajtószóvivője.

Rendkívül nagy felháborodást okozott az a függetlenséget veszélyeztető lépés, hogy az államfő Christine Ockrent, a francia külügyminiszter élettársát akarja kinevezni a France Monde élére. Ockrenttel kapcsolatban szakmai kifogások nem merültek fel, azonban a média ennek ellenére tiltakozik a döntés ellen, mondván érdekkonfliktusok alakulhatnak ki és egyébként sem jó, ha egy ilyen pozícióba az államfő egyik barátja kerül. A legnagyobb ellenkezést azonban az váltotta ki, hogy a francia elnök egymaga dönt minden kérdésben, nem kéri sem a szakma, sem a civil szervezetek véleményét. Így úgy tűnhet, hogy Sarkozy a személyes ellenőrzése alá akarja vonni a közszolgálati médiát. (sg.hu, 2008. 02. 28.)

*gazdaság, fogadtatás (komm., reak.), társaság, szabályozás*

### ***Bizottság a francia közszolgálati média reklámmentesítésére***

Nicolas Sarkozy francia államfő döntése nyomán megkezdte működését az a nemzetgyűlési képviselőkből és mediaszakemberekből álló bizottság, amelynek feladata javaslatokkal szolgálni az új, reklámmentes közszolgálati médiumok jövőbeni finanszírozására.

A testületnek május végéig kell megfogalmaznia javaslatait. Az államfő azután döntött a bizottság felállításáról, hogy a francia közszolgálati média – Radio France, France Télévisions, TV5, RFI – valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek, így tiltakozva az ellen, hogy a köztelevízióban és a közzségi rádióban megszüntetendő reklámok miatt kieső bevételek kompenzálására egyelőre semmilyen állami garanciát nem kaptak, és így működésük veszélybe került.

Sarkozy ígéretet tett arra, hogy egyetlen csatornát sem fog privatizálni a kormány, mert szerinte a digitalizáció korában csak az olyan, több csatornás választékot kínáló televízióknak van értelmük és értékük, mint amilyen a közszolgálati France Télévisions. Az elnök azt is megígérte, hogy minden kieső eurót pótolni fog az állam. „A közszolgálati média nemcsak a legműveltebbeké, hanem kivétel nélkül minden közönséghez szólania kell” – hangzott Sarkozy az elnöki hivatalban tartott sajtótájékoztatóján.

Az államfő a reklámok eltörlésére két lehetőség megfontolását javasolta a bizottságnak: az első szerint a közszolgálati tévécsatornákon 2009. január 1-től egyáltalán nem lesz reklám, a

második szerint a reklámok fokozatosan tűnnének el, eleinte csak este 8 órától. A reklámok megszűnése 840 millió eurós bevételkiesést jelent a köztelevízióknak és 40 millió eurós hiányt a közzérádióknak. A France Télévisions bevételeinek 30 százalékát, a Radio France-nak pedig 8 százalékát biztosítják a reklámok. A köztvévé vezetősége szerint viszont 1,2 milliárd euróra becsülhető a teljes hiányzó összeg, ugyanis a felszabaduló műsoridőt kitöltő programok gyártási költségeit is biztosítani kell az államnak.

Az évi 116 eurós (30 ezer forintos) előfizetési díjat a francia elnök nem kívánja emelni, hanem inkább 1-2 százalékos adót vetne ki minden új vásárlású televízióra, számítógépre, mobiltelefonra vagy DVD-lejátszóra. Elképzelése szerint az így befolyó 170-340 millió eurós összeget a közmédiumok támogatására fordítaná a kormányzat, és a bevételkiesés többi részét a kereskedelmi csatornák hirdetési bevételére kivetendő adóból finanszírozná. (sg.hu, 2008. 02. 20.)

*gazdaság, szabályozás*

### ***Tévésorozat-epizódokat árul a BBC***

A BBC Worldwide Ltd., a közszolgálati BBC kereskedelmi szárnya megállapodást írt alá az Apple-lel arról, hogy a cég iTunes nevű online áruházában letölthető legyen számos brit tévéprogram. A népszerű sorozatok minden egyes epizódjáért 1,89 fontot (660 forint) kell fizetni.

A lépésre igazából a BBC-nek van szüksége, mert az előfizetési díjon keresztül állami támogatás nem nő az inflációval megegyező mértékben. Az előfizetési díj 2008 és 2009-ben egyaránt 3 százalékkal emelkedik, így a jelenlegi 135,5 fontról 2012-re 151,5 fontra nő. A BBC eredetileg azt kérte, hogy évente infláció plusz 2,3 százalékponttal emeljék az előfizetési díjat hét éven keresztül 2007 áprilisától kezdődően.

A BBC emellett azzal próbálja csökkenteni kiadásait, hogy a közeljövőben 2500 munkahelyet szüntet meg, eladja székházát, és kevesebb programot készít. A BBC Worldwide, amely DVD-ket és magazinokat is árul, tavaly felvásárolta a Lonely Planet kiadót, valamint online videócsatornát indított a MySpace-szel. (napi.hu, 2008. 02. 19.)

*gazdaság, társaság, tartalomkínálat*

### ***Jön a gyerekbiztos internet***

Az Európai Bizottság 55 millió euróból nemzeti kapcsolattartási pontokat hozna létre a jogellenes tartalmak bejelentésére, és ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket.

Az új programjavaslat az online jogellenes tartalmakat nemzeti kapcsolattartási pontok felállításával csökkentené, amelyekben lehetőség nyílna azok megjelenésének bejelentésére – írja az EU-vonal. Ezen felül a testület ösztönözné az önszabályozási kezdeményezéseket, és nemzeti tudatosságnövelési központok hálózatát hozná létre, ahol a szülők és a gyermekek az internet biztonságos használatára vonatkozó tanácsadásban részesülhetnének.

A Bizottság emellett az online gyerekbiztonsággal foglalkozó kutatók európai szintű összefogásával tudásalapot hozna létre az új technológiák gyermekek általi használatáról, ezek által a gyermekekre kifejtett hatásokról, valamint a kapcsolódó kockázatokról. (Az elmúlt tíz év nem volt sikeres az információs társadalom szemszögéből. Bár az alapvető lépésekre sor került, a jelenlegi helyzet ellentmondásos.) (piacprofit.hu, 2008. 02. 29.)

*gazdaság, EU, fogadtatás (reak.)*

### ***A német állam 50 milliót költ a szélessávra***

2010-ig több mint 99 százalékos lefedettséget szeretne a német kormány elérni a szélessávú internet tekintetében, ez 2 százalékos növekedést jelentene a jelenlegi arányhoz képest. A kormány a következő két évben mindössze ötven millió eurót szán ennek elősegítésére, a többit a piacra bízta, mondta Gerald Reiche a német gazdasági minisztérium szakállamtitkára. A szövetségi kormánynak nem célja, hogy a mostani 25 százalékos internetpenetrációt növeljék, de mindenképpen szeretnék megőrizni Németország vezető helyét az unióban, hangsúlyozta az államtitkár. A célok között azonban szerepel, hogy ne

csak a lefedettség, hanem a szolgáltatások minősége is javuljon. A jelenlegi ADSL-technológia nyújtotta sáv szélesség sokszorosát szeretnék elérni a háztartásokban, tette hozzá. Gerald Reiche kiemelte: Németország szorgalmazza, hogy uniós jogszabály szülessen arról, hogy a jelenleg műsorszórásra használt frekvenciák egy részén a jövőben szélessávú internetszolgáltatások legyenek. Az egységes uniós álláspont kialakítása mellett egyeztetni kell az érintett nemzetközi szervezetekkel a kérdésben és a televíziós műsorszolgáltatókat is meg kell győzni, hangsúlyozta a politikus. Az Európai Unióban Németország DSL-piacát fejldik a legjobban, megelőzve Franciaországot, Olaszországot, Spanyolországot és Nagy-Britanniát. Tavalyi adatok szerint összesen körülbelül 19 millió internetvonal működött az országban. (origo.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, fogyasztás, technológia, szabályozás*

### ***Túl magas támogatást kap az állami televízió?***

Elfogadta a kilátásba helyezett kiegészítő intézkedéseket, és lezárta az Európai Bizottság azokat a vizsgálatokat, amelyek Írország illetve Belgium ellen folytak helyi köztelevízió-csatornáknak adott állami támogatások miatt.

Brüsszel ilyen esetekben elsősorban azt vizsgálja, indokolja-e a közszolgálati funkciók teljesítése a megítélt állami támogatást, illetve a dotáció nem zavarja-e meg a versenyt a nem állami jellegű szolgáltatások piacán.

Ezúttal magántársaságok fordultak a bizottsághoz, mert szerintük a flamand, illetve – természetesen egy különálló beadvány szerint – az ír állami televíziók aránytalanul magas támogatást kapnak az államtól.

Közleményében azonban a végrehajtó testület hangoztatta, hogy a két ország kiegészítő intézkedéseket hozott, amelyben pontosította a közszolgálati jelleghez tartozó feladatokat, emellett független felügyelő bizottság működtetését is megígérték.

Az EU hasonló vizsgálatokat folytatott már Németországban, Spanyolországban, Franciaországban, Olaszországban és Hollandiában is: valamennyi esetben az állami támogatási feltételek szigorításával végződött, Hollandiát pedig a támogatás részleges visszafizetésére is kötelezték. (stop.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, szabályozás*

### ***Hiánnyal számol a Magyar Rádió***

Hiánnyal számol idei üzleti tervében a Magyar Rádió (MR). Such György, az intézmény vezetője közölte: közmédiumot felügyelő kuratórium által elfogadott sarokszámok alapján 17,3 milliárd forintos bevétel áll szemben 19 milliárdos kiadási tervvel.

„Hogy az MR 2008-ban a kitűzött céljait sikeresen megvalósíthassa, hitelfelvétel szükséges” – jegyezte meg, hozzátéve, hogy azzal kalkulálnak: az év végére két és háromnegyed milliárdos hitelállománya lesz a társaságnak.

Emlékeztetett arra: tavaly mintegy 350 emberrel csökkent a közzérádió jelenleg körülbelül ezres létszáma; „mindenekelőtt a szigorú költség-takarékosságnak köszönhetően” körülbelül egymilliárddal csökkent 2,718 milliárdosra tervezett hiányuk.

Such György kérdésre válaszolva úgy nyilatkozott: 2008-as terveikben nem szerepelnek újabb leépítések. (hirextra.hu, 2008. 02. 18.)

*gazdaság, társaság*

## **Rendezvény**

### ***Brazil film nyerte az Arany Medvét***

A nemzetközi zsűri a brazil Elit osztag (Tropa de elite) című filmet részesítette a legnagyobb elismerésben. A Josá Padilha rendezte alkotás a kábítószer-maffia elleni könyörtelen harcot és ennek keretében a katonai rendőrség egyik különleges egységének tevékenységét mutatja be.

Az amerikai Paul Thomas Anderson kapta a legjobb rendezőnek járó Ezüst Medvét a Vértó Olaj (There will be Blood) című filmért. A századforduló idején játszódó alkotás Upton Sinclair Olaj című regényének felhasználásával készült, s egy kaliforniai család, egyben az olaj, a hatalom és a végtet történetét mutatja be. (mno.hu, 2008. 02. 06.)

*fogadtatás (díj), rendezvény*

### ***Párbeszéd az erőszakmentes gyermekműsorokért***

Magyar Televízió közös konferenciát rendezett a gyermekbarát televíziózásért. A szakemberek, a társadalmi szervezetek és a televízió alkotói megvitatták, hogyan lehet és kell agresszió nélkül televíziós műsorokat készíteni. A szakmai napot Rudi Zoltán, az MTV elnöke nyitotta meg. „Gyermekeink fejlődésében, értelmük nyiladozásában nemcsak a szülőknek, hanem nekünk, műsorkészítőknek is fontos szerepünk van. Olyan értékeket kell közvetítenünk, amelyek segítik fejlődésüket, s amelyeket a későbbiekben hasznosíthatnak csemetéink” – hangsúlyozta.

A Magyarországi Gyermekbarátok Mozgalmának elnöke, Hanti Vilmos kiemelte, hogy a témával kapcsolatban nélkülözhetetlen a széleskörű párbeszéd, mert „... a televíziózás nap mint nap újabb és újabb kihívás elé néz. Rendkívül fontos, hogy figyelembe vegyük a gyerekek szempontjait is.” Szakértők sorát foglalkoztatja ez a téma, hiszen a televízió egyre inkább meghatározza mindennapjainkat, és erősen hat gyermekeinkre is. A társadalmak önmagukban is erőszakosak, a gyermekeknek pedig meg kell tanulniuk a saját agressziójuk kezelését és a következményeik értékelését. Hanti Vilmos beszámolt az erőszakmentes tévéműsorokért indított kampány 10 évéről, melynek legfontosabb eredménye, hogy sikerült a szakemberek figyelmét e fontos problémára felhívni. A gyermekek egészséges lelki fejlődését veszélyeztető műsorszámokra az ORTT is kiemelt figyelmet fordít.

A MÚOSZ Etikai Bizottságának elnöke, Halák László Előítéletek és a képernyő címmel tartott előadást. A konferencia további előadásai kitértek arra is, hogy a legtöbb gyerek egyedül ül le a képernyő elé, s maga dönti el, melyik műsort választja, és elemezték a megváltozott médiafogyasztási szokások, illetve a reklámok hatását. (orientpress.hu, 2008. 02. 15.)

*fogadtatás (komm.), rendezvény*

## *Szabályozás*

### ***Intézkedések a rosszhiszemű domain-használat ellen***

Az elmúlt hetekben az internet fenntartásának és működtetésének két fontos szereplője is napirendjére tűzte a honlapcímeikkel elkövetett visszaélések számának csökkentését.

Az elmúlt napokban nyilvánosságot kapott hírek szerint a Google februártól nem szerepelteti a cybersquatting-hez kapcsolódó honlapokat a kereső AdSense nevű hirdetőfelületén. Ezzel egyidejűleg az internet kormányzásáért felelős szervezet, az ICANN is bejelentette, hogy a domain-nevekkel elkövetett visszaélések számának csökkentése érdekében változtat regisztrációs gyakorlatán.

Közkeletű meghatározás szerint a cybersquatting egy másvalaki védjegyét képező domain név (vagy ahhoz nagyon hasonlító más elnevezés) rosszhiszemű használatát és az ennek alapján termelt profitot jelenti. A typosquatting a cybersquatting egy fajtája, mely azon alapul, hogy bizonyos számú felhasználó félre fogja gépelni az URL-ek nevét, így nem az eredetileg megcélzott oldalon köt ki. Számos felmérés igazolja, hogy több millió dolláros éves forgalmat generáló üzlet van az elgépelt honlapcímekekre, véletlenül megnyitott oldalak látogatására alapozott hirdetési piac mögött. A cybersquatting-ből származó jövedelem legnagyobb része ugyanis a megtévesztő domaincímen található hirdetésekéből származik, a netmarketing más eszközeihez hasonlóan itt is a kattintások számától függ a bevételek alakulása.

A cybersquatting-gel foglalkozó elkövetők munkáját az elmúlt években segítette az internet felügyeletét ellátó szerv, az ICANN domain-regisztrációs szabályozási gyakorlatának, Uniform Domain Name Resolution Policy egyik kiskapuja is. A honlapuk számára domain-t igénylő személyek számára ugyanis az ICANN egy öt napos gondolkodási időt engedélyezett, amely alatt az adott címre való igényt jogkövetkezmények nélkül (tehát díjmentesen, felhasználási kötelezettség mellőzésével) vissza lehetett vonni. A WIPO már korábban felhívta a figyelmet arra, hogy a bejelentések ingyenes visszavonását kihasználva jelentős jogsértő gyakorlat alakult ki.

Az egyik ilyen, angolul „domain name tasting”-nek nevezett jelenség arról szól, hogy a nagy számú domain-t bejelentő személyek ez alatt az öt napos időszak alatt felméri, hogy mely internetes cím vonzza leginkább a látogatókat (akik akár véletlenül, akár szándékosan kerülnek oda) és a forgalmi adatokból az adott honlap reklámértékére következtetve döntenek az egyes címek fenti célokra történő megtartása vagy törlése mellett. A másik hasonló gyakorlat a „domain kiting”, amivel az öt napos időszakot kihasználva „ingyenesen” használnak egyes címeket olyan felhasználók, akik a határidő lejárta előtt visszavonják bejelentésüket, majd annak újbóli előterjesztésével regisztrációs díj fizetése nélkül tartanak fenn honlapokat.

Az ICANN az elmúlt napokban bejelentette, hogy meg akarja szüntetni az bejelentések visszavonásának ingyenességét, vagyis az eddigiektől eltérően a visszatérített regisztrációs díj egy töredékét (kb. 5 százalékát) megtartja. Az ICANN vezetője, Paul Twomey a tervekről nyilatkozva elmondta, hogy az eljárás költségmentességén egyértelműen a szabályozási kiskapu megszüntetése érdekében akarnak változtatni.

Védjegyjogi szakemberek üdvözölték az ICANN terveit, mert azok megvalósulásával több esélyt látnak a cybersquatting visszaszorítására. Az elkövetők ugyanis legtöbbször az ingyenes honlap-regisztrációval mérték fel a visszaélések elkövetésére létrehozott lapok látogatottságát.



A hamis honlapcímeken alapuló, félig legálisan működő cybersquatting-ipar rendkívül koncentrált és mára az ilyen célra tett bejelentések a „valódi” honlapbejelentések többszörösét teszik ki. Az ICANN statisztikái szerint az öt napos gondolkodási idő alatt visszavont bejelentések 95 százaléka egyazon tíz bejelentőhöz köthető, és adataik szerint egyetlen hónapban több mint 45 millió visszavont igényt rögzítettek.

Egy független felmérés szerint a világ legnagyobb vállalatainak szinte mindegyike érintett az megtévesztő néven regisztrált honlapokra alapozott üzletben, hiszen a cybersquatterek által készített honlapokon mind a Fortune magazin legnagyobb vállalatokat ismertető rangsorán, mind pedig a New York-i és a londoni tőzsdén szereplő társaságok neve megtalálható.

A kereskedelmi nevekkkel és védjegyekkel történő visszaélések egyik leggyakoribb áldozata a Pfizer gyógyszergyártó (a Viagra gyártója), illetve a Microsoft vállalatcsoport. Ez utóbbi szerint például a Microsoft, illetve ahhoz hasonló elnevezést tartalmazó bejelentések száma a teljes világon akár több ezret is elérhet egy napon. (jogiforum.hu, 2008. 02. 06.)

*szabályozás, fogyasztás, gazdaság*

### ***Népszava miatt bírság az MTV-nek***

Félmilliós bírsággal sújtotta a Magyar Televíziót (MTV) a médiahatóság, mert a Nap-kele egyik interjújának felkonferálása során szerintük indokolatlanul mutatták a Népszava fejlécét a képernyőn. Az MTI birtokába jutott határozat szerint a tavaly november 13-i adásban indokolatlanul mutatták 38 másodpercen át a napilap fejlécét, miközben kérdést tett fel Lendvai Ildikó szocialista frakcióvezetőnek a riporter.

„A műsorvezető nem a lapból idézett, azt csak a kezében tartotta. Az országos napilap fejléce a beszélgetés teljes időtartama alatt látható volt” – áll az ORTT döntésben, amely szerint „a periodika címe a felvezető egész időtartama alatt látható volt, és az a beszélgetés tárgyával, annak tartalmával semmiféle kapcsolatot nem mutatott”.

A határozat szerint „a termék közismertsége okán a megjelenítés alkalmas volt a fogyasztásra való igény felkeltésére”; hivatkoznak egyben a Fővárosi Ítéltábla egy döntésére, amelyik a szponzorfall előtt készített interjúval kapcsolatban megállapította, hogy „a perbeli logók mindegyike konkrét termékkel, szolgáltatással azonosítható be, így látványa az adott vállalkozás termékeire, szolgáltatásaira irányítja a nézők figyelmét”. (hirextra.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, szabályozás*

### ***Viasat3 – egymilliárd alatt nem éri meg híradót gyártania***

Mint ismert a Viasat3-at tavaly áprilisban minősítette országossá az ORTT, a médiatörvény értelmében pedig országos csatornaként napi húszperces összefüggő hírműsort kell sugározni. Az Index szerint a televízió a bírósághoz fordult, hogy ne kelljen végrehajtani a kötelezettséget, de a Fővárosi Ítéltábla elutasította a kérést. A Viasat3 fellebbez, és egyelőre nem készít hírműsort.

Ez azt jelenti, hogy akár most is megbírságozhatja az ORTT a csatornát, amiért nem teljesíti az országos adókra vonatkozó kötelezettségeket.

Kérdés, hogy mekkora büntetést lehet kiszabni a Viasat3-ra, és rákényszeríthetik-e a bírságok a csatornát egy saját gyártású hírműsor indítására.

A büntetések pontos összegét nem szabályozza a médiatörvény, de az Index számításai szerint egy napi gyártású hírműsor becslések szerint egymilliárd forintnál is nagyobb költséget jelentene, így a Viasat3-nak a bírság drasztikus emeléséig egyszerűen jobban megéri fizetni, mint híradót gyártani.

A csatorna a hiányzó hírműsoron kívül két ponton is összeütközésbe kerülhet a médiatörvénnyel, amely kimondja azt is, hogy országos napilapban nem lehet tulajdonrésze országos csatorna tulajdonosának és országos adó nem indíthat másik csatornát.

Ezzel szemben a Viasat3 tulajdonosáé, a Modern Times Groupé (MGT) a Metro ingyenes hírújság, és éppen most indított új adót Tv6 néven. Ezen a két ponton mégis nehezen foghatja

meg a csatornát a médiatestület, mivel a törvények az országos napilap meghatározást eladott példányszám alapján határozzák meg, a Metro pedig ingyenes, a Tv6-ot pedig Angliában jegyezték be, onnan is sugároz, így kérdéses, hogy egyáltalán vonatkozhat-e rá a magyar szabályozás.

Az ORTT tavaly április 11-én minősítette országos tévécsatornává a Filmmúzeumot, a Spektrum TV-t, a Viasat 3-at, valamint a Sport1-et.

A közműsor-szolgáltatóként működő Filmmúzeum kivételével az ORTT megállapította az adók műsorszolgáltatási díját is: ez a Spektrum esetében közel 23 millió, a Viasat 3-nál több mint 36 millió, a Sport1-nél 13 és fél millió forintra rúg. (kreativ.hu, 2008. 02. 12. és mfor.hu, 2008. 02. 07)

*gazdaság, szabályozás, társaság, tartalomkínálat*

### ***Pert nyert a GVH a Colgate ellen***

Első fokon pert nyert a Gazdasági Versenyhivatal a Colgate ellen. A hatóság több mint negyedmilliárdos bírságot szabott ki a vállalatra még 2006 februárjában, megtévesztő reklám miatt.

A hatóság megállapította, hogy a teljes fogorvosi szakma véleményét sugalló állítások nem feleltek meg a valóságnak, hiszen azok a mindennapi értelemben azt jelentették, hogy a szakértelemmel rendelkező fogorvosok többsége a Colgate Total fogkrémet választja, holott a Colgate által készített felmérés szerint is csak mintegy hatodik ajánlja a Colgate Total fogkrémet pácienseinek, illetve negyedük használja maga is azt.

Ebből következik, hogy 5/6-uk más fogkrémet ajánl, és 3/4-ük más fogkrémet használ, így az indoklás szerint megtévesztette a cég a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy „a magyar fogorvosok által leggyakrabban használt és ajánlott fogkrém”. A bírság pontos összege 257 millió forint. (klubradio.hu, 2008. 02. 15.)

*gazdaság, szabályozás*

### ***Dohányreklám – precedensértékű bírósági döntés***

A fogyasztók hozzájárulásával nem minősül közzétett dohányreklámnak a dohányipari cégek direkt marketing tevékenysége, ezért ez a forma a reklámtörvény szerint megengedett – hozta meg ítéletét a Legfelsőbb Bíróság. A pernyertes British American Tobacco (BAT) Hungary és az Önszabályozó Reklámtestület (ÖRT) szerint az ügyben precedensértékű döntés született. Február 13-án zárult le az a hosszas ítélezési folyamat, amely a Napi Gazdaság szerint fogyasztóvédelmi eljárás miatt indult a BAT ellen. A Legfelsőbb Bíróság az ügyben a BAT és az ÖRT szerint is precedensértékű döntést hozott, ami szerint a fogyasztó előzetes hozzájárulásán alapuló és számára kiküldött reklámküldemény nem minősül közzétett dohányreklámnak.

A BAT és a szakmai szervezet szerint a döntés felgyorsíthatja az új reklámtörvény megalkotásának folyamatát. Megyer Örs, az ÖRT elnöke úgy véli, hogy az ítélet nemcsak a dohányipari piac szereplőire, hanem több reklámtevékenységet folytató iparág szereplőire is hatással lehet, és a későbbiekben jelentősen befolyásolhatja azok marketing- és reklámtevékenységét.

„Számunkra ez azt is jelenti, hogy a fogyasztók engedélyhez kötött tájékoztatása, a permission marketing a Legfelsőbb Bíróság döntése értelmében elfogadható” – mondta Megyer Örs. A szakember szerint a bíróság ítélete egyértelművé teszi, hogy a 2001-es reklámtörvény több helyen pontatlan és hiányos, vagyis szükség van az új törvény mielőbbi megalkotására és elfogadására. (kreativ.hu, 2008. 02. 14.)

*szabályozás*

### ***Tilos alkoholt reklámozni a franciáknak az interneten***

Egy francia bíróság döntésének értelmében tilos alkoholtartalmú italokat reklámozni az interneten. A bíróság három hetet adott a holland Heinekennek, hogy eltávolítsa francia weboldaláról hirdetéseit. A sörgyártó franciaországi oldala jelenleg egyébként nem elérhető.

A holland söróriást egy alkoholizmus ellen küzdő társaság perelte be a weboldalán látható reklámok miatt, mert az ellentétes egy 1991-ben hozott jogszabállyal. Az úgynevezett Evin-törvény kitiltotta a szeszreklámokat a televíziókból, és csak a nyomtatott sajtóban, rádióban és a boltokban engedélyezte azokat.

A Heineken azzal érvelt, hogy a törvény szövegében nem szerepel az internet tiltása. A bíróság viszont az alkoholizmus elleni társasággal értett egyet, akik szerint, mivel nincsen engedélyezve a netes reklám, ez azt jelenti, hogy tilos.

Nem ez az első eset, hogy a Heineken szembe került a francia reklámtörvénnyel. A 2007-es rögbi világbajnokság alatt kellett levenni a cég hirdetéseit, mert a törvény megtiltja, hogy sporteseményekkel alkoholos italokat reklámozzanak. (hrtv.hu, 2008. 02. 14.)

*szabályozás*

### ***Lekapcsolják az illegális letöltőket***

A The Times értesülése szerint a brit kormány a betervezi ezt a törvényalkotási tervet. Az új jogszabály alapján az internetszolgáltatók törvényi kötelessége lesz fellépni azon felhasználók ellen, akik illegálisan töltenek le zenét vagy filmeket.

A vezető brit napilap által látott tervezet alapján a kalózkodók az első kihágást még megúszhatják egy figyelmeztető e-mail-üzenettel. A második esetben felfüggesztés, a harmadik tettenérés után a szolgáltatás kikapcsolása lenne a büntetés.

Azok a szélessávú szolgáltatók, amelyek nem alkalmazzák ezt a szankciórendszert, maguk is büntetésre számíthatnak, a gyanúsított felhasználók személyes adatait pedig ki lehetne adni a bíróságoknak a készülő törvényjavaslat szerint.

A beszámoló szerint az még eldöntésre vár, hogy a kalóztöltők adatait az egyes szolgáltatók megoszthatják-e egymással.

Becslések szerint évente hatmillió brit – a teljes lakosság tíz százaléka – tölt le számítógépére film- és zenetartalmakat illegálisan, több milliárd font bevételkiesést okozva a terjesztő cégeknek.

A törvénytervezet fő problémás elemei közé tartozik egyebek mellett, hogy a vitatott ügyeket hogyan lehet eldönteni, például abban az esetben, ha egy internetes potyautas másnak a drót nélküli – Wi-Fi – internetjére akaszodik rá. (hirextra.hu, 2008. 02. 12.)

*gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat*

### ***Interjú Róbert Ákossal, az RTL Klub vezérigazgató-helyettesével***

– A digitális átállást meg kell előznie az új médiaszabályozás megalkotásának – rögzítette tavaly egy ötpárti megállapodás. A médiapolitikusok a háttérben egyeztetnek, a médiaszereplők ott lobbiznak, ahol tudnak. Az új szabályozás vitaanyaga a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS), melyet az illetékes kormánybiztosság vezetésével készítettek el. Mit gondol, megegyeznek a politikusok az új médiaszabályozásról?

– Ez a történet a 22-es csapdája, és ha a politikai közhangulatot nézzük, akkor épeszű embernek azt kell mondania, nem lesz új médiatörvény. Ugyanakkor, mivel mindenki beszélget a szereplőkkel, páros héten azt gondolom lesz, páratlan héten meg úgy érzem, nem lesz. Másrészt a Nemzeti Hírközlési Hatóság lelkesen pályáztat. Ez a dolga. A Fidesz, ha jól tudom, közölte, nem járul hozzá a pályázat eredményesnek való hirdetéséhez, amennyiben nincsen új médiatörvény. Nyilvánvaló, hogy ez a mi érdekünk is, hiszen nem szeretnénk egy digitális átállást elkezdni a több, mint tízéves régi médiatörvénnyel. De itt nem csak a mi érdekeinkről van szó, hanem arról, hogy a világ változott meg azóta. Az akkori törvény arra a három-öt televízió-csatornás piacra volt megfelelő, a mai viszonyokra nem jó. Ez egy másik csapda. Nem tudom, hogyan lehet ebből kikeveredni. És a harmadik csapda: egy politikai csapda, amivel kapcsolatban mindenki a homokba dugja a fejét. Lelkesen 2010 körüli lekapcsolásról beszélünk, de az utca emberének gőze sincs, miről beszélünk. Ami mellel a választások éve lesz. És mivel szigetenként kell kikapcsolni, a választások alatt lesznek olyan területek, amiket elvileg már ki kéne kapcsolni. Máshol öt-hatéves procedúra volt. Olyan

országokban, ahol százszázalékos a kábeles lefedettség. Finnországban is erősen rácsaptak annak a kezére, aki le akarta kapcsolni az analóg adót – fél évvel halasztották el a lekapcsolást. Miközben kiderült, hogy harmincezer háztartásban még nincsen semmilyen digitális vételi lehetőség, tehát sötétek lesznek a képernyők.

– A digitális átállás magyarországi időpontja 2011 vége. A tervek szerint akkor kapcsolják ki az addigi analóg sugárzást. Megvalósítható-e az átállás addig?

– Magánvéleményem szerint, ha ezt meg tudják csinálni a határidőre, akkor én nagyon sok embernek gratulálni fogok. De az is bekövetkezhet még, hogy minket fognak kérni, 2012 után is sugározzunk.

– Európai uniós követelmény a 2012-es átállás.

– Ez tévedés! 2015 a végső dátum, a 2012 ajánlott. De tudomásom szerint a régi EU-országok nyolcvan százaléka nem fogja bevezetni eddig az időpontig. Az osztrákoknál elég sürgős a kikapcsolás, mert most zajlik az ORF monopóliumának a megtörése, ami nálunk már tíz éve megvolt. Valójában nagyon kevés ország kapcsol át a digitális sugárzásra 2012-ig. Még az angolok is elhalasztották az analóg kikapcsolását az olimpiai közvetítések miatt.

– Angliában még nem történt meg a digitális átállás?

– De, csak nem mindenhol. Vannak még területek, ahol analóg sugároznak. A tervezett időpontot átérték 2013-ra, pedig eredetileg a 2006 és 2010 közötti időszakot tűzték ki céldátumként. Nemrég az Audiovizuális Média Kormánybiztosság vezetője is arról beszélt, hogy veszélybe került a digitális átállás menetrendje, de szerinte főképp amiatt, mert a pártok még nem egyeztek meg az új médiaszabályozásról. Lehet ezt a pártok nyakába varrni, de ez eleve egy iszonyatosan feszes átállási terv volt. Szerintem, ha minden klappolt volna, és már lenne médiatörvény-tervezetünk, amit tavasszal el is fogadnának, akkor sem hiszem, hogy 2011-ig az emberek fejében át lehet állítani az egész rendszert.

– Az emberek fejében mit kellene átállítani? Azon túl, hogy az új technológiát meg kell ismerni, az új technológiai eszközöket nyilvánvalóan be kell szerezni, el kell fogadtatni.

– Ne felejtjük el, ki az a huszonöt százalék, akiről beszélünk? Kinek van manapság kizárólag szobaantennája? Ők nem vesznek plazmatévét. Ha plazmatévét vennének, akkor már lenne kábeltévénk is, hiszen az ország technikai lefedettsége messze nagyobb, mint a hetvenöt százalék. Ezen kívül mindenki számításon kívül hagyja, hogy a háztartások többségében mára nem egy készülék van. Nem arról beszélünk, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxot megveszik, vagy nem veszik meg, hanem arról, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxszal nem fognak tudni sokkal több csatornát nézni, mint jelenleg.

Az ugyanis csak az MPEG 2-es ötcsatornás rendszerrel fogható. Ahhoz viszont, hogy több csatornájuk legyen, egy 40-50 ezer forintos set-top-boxot kellene venniük, ami az MPEG 4-et is kezeli. Itt már lesz egy csomó előfizetési adó, és ez már egy más világ lesz a televíziózásban!

– Még a szabvány sem eldöntött, hogy MPEG2 vagy MPEG4. Ez ugye, azért fontos, mert ezek tömörítési eljárások, és ezeken a szabványokon múlik, hogy mekkora adatforgalmat tud bonyolítani a rendszer. Mennyi jelet továbbít, hány csatorna adása fér el a hálózatokban.

– Tudtommal eldőlt, hogy vegyes lesz. Az MPEG4-es set-top-box megfelelő lesz az MPEG 2-höz is. Ha egy háztartásban több televíziókészülék van, akkor több set-top-box kell. Nem beszélve az üdülőkről, nem beszélve a horgásztanyákról, a lakókocsikról. Ez Hollandiában kifejezetten probléma volt.

Összegezve, a hazai digitális átállás kifejezetten összetett probléma. Az emberek úgy fogják megélni, hogy megint elvettek tőlük valamit, és ennek az ódiámát nyilvánvalóan a politikának fel kell vállalnia. Ezt nem úgy mondom, mint az RTL Klub egyik vezetője, hanem mint egy, a témával foglalkozó, a téma problémáit ismerő személy.

Az RTL-nek nyilván megvan a saját stratégiája az átállásra. Az RTL Európában majd mindenhol ott van, megélt már néhány digitális átállást a médiacsoport, tehát van

tapasztalatunk. Nem félünk tőle. Sőt, minél előbb van a digitális átállítás, nekünk annál jobb, mert azért az RTL Klub is – mint minden nagy csatorna – fogy egy kicsit a piac fregmentációja miatt, és ennek a negatív üzleti hatásai ellen nagyon nehezen tudunk védekezni addig, amíg a jelenlegi médiatörvény van hatályban.

– A digitális átállítás és az új mediaszabályozás megnyitja a kereskedelmi tévék előtt is az új tematikus csatornák indításának a lehetőségét. Milyen tematikus csatornákat terveznek indítani?

– Mi nem tematikus csatornákat fogunk indítani, hanem önálló csatornát szeretnénk. (hirszerzo.hu, 2008. 02. 27.)

*fogadtatás (komm.), gazdaság, szabályozás, technológia*

### **Francia tiltakozás a reklámmentes közszolgálat ellen**

A francia államfő január elején jelentette be, hogy a „civilizációs politikája” jegyében meg akarja tisztítani a két francia közszolgálati televíziós csatornát a reklámoktól, és a kieső bevételt új adók bevezetésével pótolná. Az átszervezések elleni tiltakozásul február közepén a francia közszolgálati média (Radio France, France Télévisions, TV5, RFI) valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek. Sarkozy azonban nem hagyta eltántorítani magát és február 19-én hivatalosan is megkezdte a munkáját a francia közszolgálati média reklámmentesítésére javaslatokat kidolgozó bizottság.

A kiszivárgott tervek szerint Sarkozy átszervezné nem csak a közszolgálati televíziókat és rádiókat, de a külföldre műsorokat sugárzó rádióadókat is. A France 24 hírtelevízióból, a TV5 Monde közszolgálati csatornából és a Radio France Internationale adóból France Monde néven egyetlen nagy holdingot alakítanának ki. A cél a költségek csökkentése lenne.

Sarkozy elképzelése ellen most már nem csak a franciaországi médiaszakma tiltakozik, hanem Svájcban, Belgiumban és a kanadai Quebec tartományban élő francia anyanyelvű emberek is – mondván, féltik a francia nyelvű közszolgálati médiák függetlenségét. „A legnagyobb problémát a TV5-től való függetlenségünk várható elvesztése jelenti. Jelenleg azonban csak annyit tehetünk, hogy tudomásul vesszük a terveket. Mindenesetre már megbeszéléseket folytattunk a kérdésről a belgiumi és a Quebec tartománybeli kollégáinkkal. Meggyőződésünk, hogy ezekben a fontos döntésekben a mi véleményünknek is számítania kellene. A közös kritikánkat eljuttattuk a francia kormánynak és most a válaszra várunk. Azonban a belgiumi és a kanadai kollégáinkkal várhatóan márciusban ismét összeülünk” – szögezte le Roberto Rivola, a Svájci Szövetségi Kommunikációs Hivatal (BAKOM) sajtószóvivője.

Rendkívül nagy felháborodást okozott az a függetlenséget veszélyeztető lépés, hogy az államfő Christine Ockrent, a francia külügyminiszter élettársát akarja kinevezni a France Monde élére. Ockrenttel kapcsolatban szakmai kifogások nem merültek fel, azonban a média ennek ellenére tiltakozik a döntés ellen, mondván érdekkonfliktusok alakulhatnak ki és egyébként sem jó, ha egy ilyen pozícióba az államfő egyik barátja kerül. A legnagyobb ellenkezést azonban az váltotta ki, hogy a francia elnök egymaga dönt minden kérdésben, nem kéri sem a szakma, sem a civil szervezetek véleményét. Így úgy tűnhet, hogy Sarkozy a személyes ellenőrzése alá akarja vonni a közszolgálati médiát. (sg.hu, 2008. 02. 28.)

*gazdaság, fogadtatás (komm., reak.), társaság, szabályozás*

### **Bizottság a francia közszolgálati média reklámmentesítésére**

Nicolas Sarkozy francia államfő döntése nyomán megkezdte működését az a nemzetgyűlési képviselőkkel és mediaszakemberekből álló bizottság, amelynek feladata javaslatokkal szolgálni az új, reklámmentes közszolgálati médiumok jövőbeni finanszírozására.

A testületnek május végéig kell megfogalmaznia javaslatait. Az államfő azután döntött a bizottság felállításáról, hogy a francia közszolgálati média – Radio France, France Télévisions, TV5, RFI – valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek, így tiltakozva az ellen, hogy a köztelevízióban és a közzsugárzóban megszüntetendő reklámok miatt

kieső bevételek kompenzálására egyelőre semmilyen állami garanciát nem kaptak, és így működésük veszélybe került.

Sarkozy ígéretet tett arra, hogy egyetlen csatornát sem fog privatizálni a kormány, mert szerinte a digitalizáció korában csak az olyan, több csatornás választékot kínáló televízióknak van értelmük és értékük, mint amilyen a közszolgálati France Télévisions. Az elnök azt is megígérte, hogy minden kieső eurót pótolni fog az állam. „A közszolgálati nemcsak a legműveltebbeké, hanem kivétel nélkül minden közönséghez szólnia kell” – hangzott Sarkozy az elnöki hivatalban tartott sajtótájékoztatóján.

Az államfő a reklámok eltörlésére két lehetőség megfontolását javasolta a bizottságnak: az első szerint a közszolgálati tévécsatornákon 2009. január 1-től egyáltalán nem lesz reklám, a második szerint a reklámok fokozatosan tűnnének el, eleinte csak este 8 órától. A reklámok megszűnése 840 millió eurós bevételkiesést jelent a köztelevízióknak és 40 millió eurós hiányt a köztévének. A France Télévisions bevételeinek 30 százalékát, a Radio France-nak pedig 8 százalékát biztosítják a reklámok. A köztévé vezetősége szerint viszont 1,2 milliárd euróra becsülhető a teljes hiányzó összeg, ugyanis a felszabaduló műsoridőt kitöltő programok gyártási költségeit is biztosítani kell az államnak.

Az évi 116 eurós (30 ezer forintos) előfizetési díjat a francia elnök nem kívánja emelni, hanem inkább 1-2 százalékos adót vetne ki minden új vásárlású televízióra, számítógépre, mobiltelefonra vagy DVD-lejátszóra. Elképzelése szerint az így befolyó 170-340 millió eurós összeget a közmédia támogatására fordítaná a kormányzat, és a bevételkiesés többi részét a kereskedelmi csatornák hirdetési bevételére kivetendő adóból finanszírozná. (sg.hu, 2008. 02. 20.)

*gazdaság, szabályozás*

#### ***A német állam 50 milliót költ a szélessávra***

2010-ig több mint 99 százalékos lefedettséget szeretne a német kormány elérni a szélessávú internet tekintetében, ez 2 százalékos növekedést jelentene a jelenlegi arányhoz képest. A kormány a következő két évben mindössze ötven millió eurót szán ennek elősegítésére, a többit a piacra bízta, mondta Gerald Reiche a német gazdasági minisztérium szakállamtitkára. A szövetségi kormánynak nem célja, hogy a mostani 25 százalékos internetpenetrációt növeljék, de mindenképpen szeretnék megőrizni Németország vezető helyét az unióban, hangsúlyozta az államtitkár. A célok között azonban szerepel, hogy ne csak a lefedettség, hanem a szolgáltatások minősége is javuljon. A jelenlegi ADSL-technológia nyújtotta sáv szélesség sokszorosát szeretnék elérni a háztartásokban, tette hozzá. Gerald Reiche kiemelte: Németország szorgalmazza, hogy uniós jogszabály szülessen arról, hogy a jelenleg műsorszórásra használt frekvenciák egy részén a jövőben szélessávú internetszolgáltatások legyenek. Az egységes uniós álláspont kialakítása mellett egyeztetni kell az érintett nemzetközi szervezetekkel a kérdésben és a televíziós műsorszolgáltatókat is meg kell győzni, hangsúlyozta a politikus. Az Európai Unióban Németország DSL-piacát fejleszti a legjobban, megelőzve Franciaországot, Olaszországot, Spanyolországot és Nagy-Britanniát. Tavalyi adatok szerint összesen körülbelül 19 millió internetvonal működött az országban. (origo.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, fogyasztás, technológia, szabályozás*

#### ***Túl magas támogatást kap az állami televízió?***

Elfogadta a kilátásba helyezett kiegészítő intézkedéseket, és lezárta az Európai Bizottság azokat a vizsgálatokat, amelyek Írország illetve Belgium ellen folytak helyi köztelevízió-csatornáknak adott állami támogatások miatt.

Brüsszel ilyen esetekben elsősorban azt vizsgálja, indokolja-e a közszolgálati funkciók teljesítése a megítélt állami támogatást, illetve a dotáció nem zavarja-e meg a versenyt a nem állami jellegű szolgáltatások piacán.

Ezúttal magántársaságok fordultak a bizottsághoz, mert szerintük a flamand, illetve –

természetesen egy különálló beadvány szerint – az ír állami televíziók aránytalanul magas támogatást kapnak az államtól.

Közleményében azonban a végrehajtó testület hangoztatta, hogy a két ország kiegészítő intézkedéseket hozott, amelyben pontosította a közszolgálati jelleghez tartozó feladatokat, emellett független felügyelő bizottság működtetését is megígérték.

Az EU hasonló vizsgálatokat folytatott már Németországban, Spanyolországban, Franciaországban, Olaszországban és Hollandiában is: valamennyi eset az állami támogatási feltételek szigorításával végződött, Hollandiát pedig a támogatás részleges visszafizetésére is kötelezték. (stop.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, szabályozás*

## Tartalomkínálat

### ***Nemzetközi összefogás a biztonságosabb internetért***

Az Európai Safer Internet Day alkalmából a kezdeményezők úgy döntöttek, hogy meghosszabbítják a tavalyi magyarországi rendezvényen bemutatott „Gyermekbarát internet” programot, amelynek célja a gyermekbarát tartalomfejlesztés támogatása. Bár az Európa Unió által támogatott Safer Internet for Children kétéves magyarországi programját a projektben együttműködő szervezetek (az Informatikai Érdekegyeztető Fórum, a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete és a T-Online) sikerrel lezárták, az MTE a továbbiakban is folytatni kívánja tájékoztató, figyelemfelkeltő és képzési programjait.

A Safer Internet for Children program keretében a programban részt vevő szervezetek igyekeztek felhívni a figyelmet arra, hogy az eddiginél nagyobb hangsúlyt kell fektetni az értékes, megbízható és könnyen hozzáférhető magyar nyelvű gyermektartalmak fejlesztésére, elérhetővé tételére és ismertségének növelésére. Az MTE emellett változatlanul fontosnak tartja az állami és piaci szereplők közös fellépését és a hatékony önszabályozást.

Az MTE és az egyszervolt.hu által tavaly újtára indított „Gyermekbarát internet” program előkészítése már 2006-ban elkezdődött, első akciója egy honlap-minősítési rendszer bevezetése volt. A minősítési rendszer létrehozásának célja az internethasználattal kapcsolatos félelmek, negatív attitűdök csökkentése, valamint a gyermekek számára fenntartások nélkül ajánlható digitális tartalmak fejlesztése, terjesztése és népszerűsítése. A minősítési rendszerről részletes információ található a [www.bigyoo.hu](http://www.bigyoo.hu) honlapon.

A program másik fontos célkitűzése volt a pedagógusok képzése és tájékoztatása, ezért a Kurt Lewin Alapítvánnyal közösen elindították a Train the trainer programot, melynek keretében az első tréning 2007 márciusában zárult. A képzés célja az internet-használattal kapcsolatos pozitív attitűdök kialakítása és megerősítése, az alaptalan félelmek feloszlátása, illetve a pedagógusok konkrét, gyakorlati ismeretek átadásával történő felkészítése a gyermekek védelmére a valós veszélyekkel szemben.

A program folytatása keretében az MTE meg kívánja nyerni a jelentősebb hírközlési, informatikai és médiapiaci szereplőket illetve a gazdaság olyan szereplőit, akik termékeiket gyermekeknek és fiataloknak szánják, hogy támogassák a kezdeményezést, akár saját webes jelenlétük gyermekbarát tartalommal történő bővítésével, akár azzal, hogy közreműködnek nem nyereségérdekelt formában működő művelődési és közintézmények (múzeumok, színházak) gyermekeknek szánt tartalmainak és szolgáltatásainak a fejlesztésében. Az elképzelések szerint a tartalomfejlesztések a leginkább érintettek, az internetes tartalomfejlesztés iránt érdeklődést tanúsító tehetséges gyerekek és fiatalok, bevonásával történne. (prim.hu, 2008. 02. 11.)

*érdekképviselő, tartalomkínálat, fogadtatás (komm., reak.)*

### ***Elindult az üzleti Wiki***

Az internet egyik sikerembere, Michael Robertson, új üzleti információs site-ot alapított a Wikipedia mintájára, Dealipedia néven.

Robertson alapította korábban a roppant sikeres MP3.com-ot, majd a Linspire céget is, és abban bízik, hogy a tömegek ugyanolyan lelkesen ellátják majd információval a site-ot, mint a Wikipedia esetében.

A Dealipedia a cégeket érintő különféle információkat terjesztene, többek között a felvásárlásokról, egyesületekről, felszámolásokról, csődökről, befektetésekről stb.

Érdekes rovat a Who Made Money, amelyből kiderül, ki mennyi pénzt „csinált” egy-egy tranzakcióval. A listában maga Robertson is szerepel, aki annak idején 115 millió dollárt nyert az MP3.com eladása révén.



A site érdekes lehet elsősorban a befektetők számára, akik sehol máshol nem elérhető információkra lelhetnek itt. (techline.hu, 2008. 0. 06.)

*gazdaság, tartalomkínálat*

### ***Viasat3 – egymilliárd alatt nem éri meg híradót gyártania***

Mint ismert a Viasat3-at tavaly áprilisban minősítette országossá az ORTT, a médiatörvény értelmében pedig országos csatornaként napi húszperces összefüggő hírműsort kell sugározni. Az Index szerint a televízió a bírósághoz fordult, hogy ne kelljen végrehajtani a kötelezettséget, de a Fővárosi Ítéltábla elutasította a kérést. A Viasat3 fellebbez, és egyelőre nem készít hírműsort.

Ez azt jelenti, hogy akár most is megbírságozhatja az ORTT a csatornát, amiért nem teljesíti az országos adókra vonatkozó kötelezettségeket.

Kérdés, hogy mekkora büntetést lehet kiszabni a Viasat3-ra, és rákényszeríthetik-e a bíróságok a csatornát egy saját gyártású hírműsor indítására.

A büntetések pontos összegét nem szabályozza a médiatörvény, de az Index számításai szerint egy napi gyártású hírműsor becslések szerint egymilliárd forintnál is nagyobb költséget jelentene, így a Viasat3-nak a bírság drasztikus emeléséig egyszerűen jobban megéri fizetni, mint híradót gyártani.

A csatorna a hiányzó hírműsoron kívül két ponton is összeütközésbe kerülhet a médiatörvényvel, amely kimondja azt is, hogy országos napilapban nem lehet tulajdonrésze országos csatorna tulajdonosának és országos adó nem indíthat másik csatornát.

Ezzel szemben a Viasat3 tulajdonosáé, a Modern Times Groupé (MGT) a Metro ingyenes hírújság, és éppen most indított új adót Tv6 néven. Ezen a két ponton mégis nehezen foghatja meg a csatornát a médiatestület, mivel a törvények az országos napilap meghatározást eladott példányszám alapján határozzák meg, a Metro pedig ingyenes, a Tv6-ot pedig Angliában jegyezték be, onnan is sugároz, így kérdéses, hogy egyáltalán vonatkozhat-e rá a magyar szabályozás.

Az ORTT tavaly április 11-én minősítette országos tévécsatornává a Filmmúzeumot, a Spektrum TV-t, a Viasat 3-at, valamint a Sport1-et.

A közműsor-szolgáltatóként működő Filmmúzeum kivételével az ORTT megállapította az adók műsorszolgáltatási díját is: ez a Spektrum esetében közel 23 millió, a Viasat 3-nál több mint 36 millió, a Sport1-nél 13 és fél millió forintba rúg. (kreativ.hu, 2008. 02. 12. és mfor.hu, 2008. 02. 07)

*gazdaság, szabályozás, társaság, tartalomkínálat*

### ***Jön az ingyenes tévémagazin***

Tele Est Kft. névvel leányvállalatot alapított az econet.hu irányítása alatt álló kapcsolt vállalkozás, a Pesti Est Kft. Az új cég ingyenes, családi tévémagazint ad majd ki – közölte az econet.hu a Budapesti Értéktőzsde honlapján. A közlemény szerint az 50 millió forintos jegyzett tőkével alapított Tele Est 100 százaléka a Pesti Est Kft. tulajdonában van.

A Tele Est Kft. lesz a kiadója az econet.hu által tervezett országos terjesztésű, családi tévémagazinnak. Az új magazin előreláthatólag 2008 áprilisában jelenik meg első alkalommal, a Pesti Esthez hasonlóan ingyenes hozzáféréssel, A/5-ös formátumban, környezetbarát papíron nyomtatva. (origo.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, tartalomkínálat*

### ***Történelmi blogok divatja***

Divat lett régi naplók, leveleket blogként felvinni az internetre.

Látogatók sokasága kíséri már jó ideje figyelemmel Harry Lamin angol katona sorsát szeretteihez írt levelein keresztül. Unokája, Bill Lamin teszi fel ezeket a hálóra pontosan abban a hónapban és napon, amikor az első világháború idején a levelek keletkeztek – írta az El País című spanyol napilap. Ötletét azóta mások is átvették.

Egy újfajta blog született, amelyben a múlt időt jelenként élik át újra a látogatók olyan személyekkel, akik sok évvel ezelőtt éltek.

Ha folytatódik ez a sorozat, ma még anonimnak számító történetek ezrei kerülhetnek ki a poros ládákából, és rajtuk keresztül korunk megismerheti az előző generációk életét, érzelmeit, hitelesebben, mint a filmekből és regényekből. (sg.hu, 2008. 02. 18.)

*tartalomkínálat*

### ***Lekapcsolják az illegális letöltőket***

A The Times értesülése szerint a brit kormány a beterjeszti ezt a törvényalkotási tervet. Az új jogszabály alapján az internetszolgáltatók törvényi kötelessége lesz fellépni azon felhasználók ellen, akik illegálisan töltenek le zenét vagy filmeket.

A vezető brit napilap által látott tervezet alapján a kalózkodók az első kihágást még megúszhatják egy figyelmeztető e-mail-üzenettel. A második esetben felfüggesztés, a harmadik tettenérés után a szolgáltatás kikapcsolása lenne a büntetés.

Azok a szélessávú szolgáltatók, amelyek nem alkalmazzák ezt a szankciórendszert, maguk is büntetésre számíthatnak, a gyanúsított felhasználók személyes adatait pedig ki lehetne adni a bíróságoknak a készülő törvényjavaslat szerint.

A beszámoló szerint az még eldöntésre vár, hogy a kalóztöltők adatait az egyes szolgáltatók megoszthatják-e egymással.

Becslések szerint évente hatmillió brit – a teljes lakosság tíz százaléka – tölt le számítógépére film- és zenetartalmakat illegálisan, több milliárd font bevételkiesést okozva a terjesztő cégeknek.

A törvénytervezet fő problémás elemei közé tartozik egyebek mellett, hogy a vitatott ügyeket hogyan lehet eldönteni, például abban az esetben, ha egy internetes potyautas másnak a drót nélküli – Wi-Fi – internetjére akaszodik rá. (hirextra.hu, 2008. 02. 12.)

*gazdaság, szabályozás, tartalomkínálat*

### ***Online játék gyermekeknek***

Magyar nyelven is hozzáférhető az a számítógépes játék, amelyet az Európa Tanács dolgozott ki gyermekek számára azzal a céllal, hogy az internet biztonságos használatára tanítsa őket. A „Wild Web Woods” elnevezésű játékot azért fejlesztették ki, hogy játékos formában segítsen a gyermekeknek megtanulni a biztonságos internethasználat szabályait.

Ismert mesék felhasználásával vezeti át a játék a gyermekeket a web veszélyes labirintusán, hogy végül biztonságosan eljussanak a csodás E-városba.

A játék elsősorban a 7-10 éves korosztály számára készült, és először angol nyelven tavaly év végén vált hozzáférhetővé az Európa Tanács honlapján. Azóta elkészült francia, spanyol, német, olasz, lengyel, finn, orosz, portugál, görög, román, török, holland és magyar nyelven is.

Az online játék az „Építsük Európát a gyermekekért a gyermekekkel” elnevezésű program szellemében készült. Célja erősíteni a gyermekek jogait, és megvédeni őket az erőszak minden formájától, beleértve az internet veszélyeit is. (hirextra.hu, 2008. 02. 12.)

*EU, tartalomkínálat*

### ***Új csatorna horgászoknak, vadászoknak***

A Coolt, a Film+-t és a Sport Klubot is tulajdonló IKO Media Group a jövőben szeretne további tematikus műsorokat sugárzó csatornákat indítani hazánkban. Ennek első lépéseként elindították a magyar nyelvű horgász- és vadásztévét, a The Fishing & Hunting Channelt.

Az indulásakor négyszázezer hazai háztartásban fogható, 24 órában sugárzó új csatorna célcsoportja elsősorban a 18-59 év közötti magyar horgász- és vadásztársadalom. A nagyrészt külföldi készítésű műsorok hatvan százalékban a horgászatról, negyven százalékban pedig a vadászatról, illetve az azt érintő témákról szólnak, de a F&H csatorna a tervek szerint beszámol majd a hazai vadász- és horgászeseményekről is.

Az IKO Media Group a jövőben még több csupán egy-egy témakörrel foglalkozó csatornát

tervez indítani, mert szerintük a jövő a tematikus csatornáké. Tervei közt szerepel a Film+2 elindítása is, valamint egy új, sorozatokat vetítő, egy sztárokról szóló és egy humoros műsorokat kínáló adó indítása is napirenden van a cégnél. Kérdés, a sok hasonló tematikájú tévécsatornára tényleg van-e igény hazánkban. Kifejezetten sztárokkal foglalkozó, valamint nagyrészt sorozatokat vetítő csatorna már van a piacon, és hamarosan indul a TV6 is, a férfiaknak szóló tematikus csatorna, melynek tulajdonosa a Viasat cégcsoport, s mely a férfiak összességét célozza meg műsoraival, nem csupán egy szűkebb réteget. (est.hu, 2008. 02. 18.)

*tartalomkínálat, fogyasztás*

### ***Tévésorozat-epizódokat árul a BBC***

A BBC Worldwide Ltd., a közszolgálati BBC kereskedelmi szárnya megállapodást írt alá az Apple-lel arról, hogy a cég iTunes nevű online áruházában letölthető legyen számos brit tévéprogram. A népszerű sorozatok minden egyes epizódjáért 1,89 fontot (660 forint) kell fizetni.

A lépésre igazából a BBC-nek van szüksége, mert az előfizetési díjon keresztüli állami támogatás nem nő az inflációval megegyező mértékben. Az előfizetési díj 2008 és 2009-ben egyaránt 3 százalékkal emelkedik, így a jelenlegi 135,5 fontról 2012-re 151,5 fontra nő. A BBC eredetileg azt kérte, hogy évente infláció plusz 2,3 százalékponttal emeljék az előfizetési díjat hét éven keresztül 2007 áprilisától kezdődően.

A BBC emellett azzal próbálja csökkenteni kiadásait, hogy a közeljövőben 2500 munkahelyet szüntet meg, eladja székházát, és kevesebb programot készít. A BBC Worldwide, amely DVD-ket és magazinokat is árul, tavaly felvásárolta a Lonely Planet kiadót, valamint online videócsatornát indított a MySpace-szel. (napi.hu, 2008. 02. 19.)

*gazdaság, társaság, tartalomkínálat*

## **Társaság**

### ***Eladták a Danubius Rádiót***

Az Accession Mezzanine Capital (AMC) megvásárolta a Danubius Rádió 100 százalékos tulajdonrészét az Advent International-től, amely 2003 júniusa óta volt tulajdonosa a rádiónak. A tranzakció értékét nem hozzák nyilvánosságra.

A vevő és az eladó az elmúlt években számos európai befektetést finanszírozott közösen. Korábban, 2003 júniusában, az AMC hitelfinanszírozással segítette az Advent International vezetését a Danubius Rádió kivásárlásában.

Franz Hoerhager, a Mezzanine Management Central Europe GmbH-t képviselő tanácsadó szerint a Danubius Rádió kiváló befektetésnek számít, a rádiót irányító cég pénzügyileg stabil, a rádió vezetősége szakmailag felkészült. Kiemelte, hogy a Danubius brand a magyar rádiós piac legerősebb márkájaként kiváló üzleti lehetőség az éledező digitális médiakörnyezetben.

Bartucz László, a Danubius vezérigazgatója szerint a cég operatív működésében a tranzakció semmilyen változást nem hoz.

Mezzanine Management csoport Európa egyik legnagyobb független, alárendelt kölcsöntőke hitelezője. Az elmúlt 20 évben, 11 országban több mint 2 milliárd dollár értékében fektetett be. (privatbankar.hu, 2008. 02. 01.)

*gazdaság, társaság*

### ***Viasat3 – egymilliárd alatt nem éri meg híradót gyártania***

Mint ismert a Viasat3-at tavaly áprilisban minősítette országossá az ORTT, a médiatörvény értelmében pedig országos csatornaként napi húszperces összefüggő hírműsort kell sugározni. Az Index szerint a televízió a bírósághoz fordult, hogy ne kelljen végrehajtani a kötelezettséget, de a Fővárosi Ítéltábla elutasította a kérést. A Viasat3 fellebbez, és egyelőre nem készít hírműsort. Ez azt jelenti, hogy akár most is megbírságozhatja az ORTT a csatornát, amiért nem teljesíti az országos adókra vonatkozó kötelezettségeket.

Kérdés, hogy mekkora büntetést lehet kiszabni a Viasat3-ra, és rákényszeríthetik-e a bíróságok a csatornát egy saját gyártású hírműsor indítására.

A büntetések pontos összegét nem szabályozza a médiatörvény, de az Index számításai szerint egy napi gyártású hírműsor becslések szerint egymilliárd forintnál is nagyobb költséget jelentene, így a Viasat3-nak a bírság drasztikus emeléséig egyszerűen jobban megéri fizetni, mint híradót gyártani.

A csatorna a hiányzó hírműsoron kívül két ponton is összeütközésbe kerülhet a médiatörvénnyel, amely kimondja azt is, hogy országos napilapban nem lehet tulajdonrésze országos csatorna tulajdonosának és országos adó nem indíthat másik csatornát.

Ezzel szemben a Viasat3 tulajdonosáé, a Modern Times Groupé (MGT) a Metro ingyenes hírújság, és éppen most indított új adót Tv6 néven. Ezen a két ponton mégis nehezen foghatja meg a csatornát a médiatestület, mivel a törvények az országos napilap meghatározást eladott példányszám alapján határozzák meg, a Metro pedig ingyenes, a Tv6-ot pedig Angliában jegyezték be, onnan is sugároz, így kérdéses, hogy egyáltalán vonatkozhat-e rá a magyar szabályozás.

Az ORTT tavaly április 11-én minősítette országos tévécsatornává a Filmmúzeumot, a Spektrum TV-t, a Viasat 3-at, valamint a Sport1-et.

A közműsor-szolgáltatóként működő Filmmúzeum kivételével az ORTT megállapította az adók műsorszolgáltatási díját is: ez a Spektrum esetében közel 23 millió, a Viasat 3-nál több mint 36 millió, a Sport1-nél 13 és fél millió forintra rúg. (kreativ.hu, 2008. 02. 12. és mfor.hu, 2008. 02. 07)

*gazdaság, szabályozás, társaság, tartalomkínálat*

### ***Online reklámcéget vett a Yahoo!***

A Yahoo! bejelentette, hogy 160 millió dollárért felvásárolta a Maven Networks online videoreklámok rendszerével foglalkozó amerikai vállalatot. A Yahoo! tervei szerint ezzel bővítené részesedését a netreklámok piacán. Az Egyesült Államokban 20 milliárd dollárt költöttek internetes hirdetésekre tavaly, ugyanakkor ebből mindössze 775 millió dollárt költöttek a videoreklámok online piacán a megrendelők az eMarketer elemző cég szerint. Amerikában a legtöbbet a Coca-Cola és a Nike fordít ilyen jellegű hirdetésekre. (vg.hu, 2008. 02. 14.)

*gazdaság, társaság*

### ***A MySpace tulajdonosával tárgyal a Yahoo!***

Párbeszédet kezdeményezett a Yahoo! a News Corporationnel, hogy életképes alternatívát keressen a Microsofttal több, mint 40 milliárd dolláros felvásárlási ajánlatával szemben, értesült a New York Times múlt héten. A lap szerint a tárgyalások, melyek még csak a kezdeti stádiumban tartanak, a News érdekeltségébe tartozó online oldalak és a Yahoo! szolgáltatásainak összeolvasztásának lehetőségeit vizsgálják.

A News tulajdonába tartozik többek között a MySpace, mely 300 millió regisztrált felhasználójával a világ legnagyobb, számos nyelven elérhető közösségi portálja, és a világ hatodik leglátogatottabb oldala. A MySpace a News tulajdonában lévő Fox Interactive Media portfóliójának része, melybe az IGN játékkoldal vagy a Photobucket képmegosztó is tartozik. A Yahoo! a News online érdekeltségeivel egyesítve tovább növelhetné látogatottsági tömegét, amivel arányaiban is több reklámköltést vonzhatna magához.

A New York Times informátorai szerint a News Corporation nyitott a megbeszélésekre, ugyanis nincs vesztenivalója, ráadásul korábban maga is kimutatta érdeklődését a Yahoo! iránt, melyet akkor a dotkom vállalat hamar visszautasított. A Microsoft nyilvános ajánlatával azonban alapjaiban változott meg a helyzet, a Yahoo! vezetésére nyomás került, hogy meggyőzzék sokszor frusztrált befektetőiket: nem kell a céget eladni. A Yahoo! múlt héten formálisan is visszautasította Redmondot, azzal érvelve, hogy a részvényenként ajánlott 31 dollár jelentősen alulértékeli a vállalatot. (hws.wu, 2008. 02. 18.)

*gazdaság, fogyasztás, társaság*

### ***Francia tiltakozás a reklámmentes közszolgálat ellen***

A francia államfő január elején jelentette be, hogy a „civilizációs politikája” jegyében meg akarja tisztítani a két francia közszolgálati televíziós csatornát a reklámoktól, és a kieső bevételt új adók bevezetésével pótolná. Az átszervezések elleni tiltakozásul február közepén a francia közszolgálati média (Radio France, France Télévisions, TV5, RFI) valamennyi csatornájának munkatársai sztrájkot hirdettek. Sarkozy azonban nem hagyta eltántorítani magát és február 19-én hivatalosan is megkezdte a munkáját a francia közszolgálati média reklámmentesítésére javaslatokat kidolgozó bizottság.

A kiszivárgott tervek szerint Sarkozy átszervezné nem csak a közszolgálati televíziókat és rádiókat, de a külföldre műsorokat sugárzó rádióadókat is. A France 24 hírtelevízióból, a TV5 Monde közszolgálati csatornából és a Radio France Internationale adóból France Monde néven egyetlen nagy holdingot alakítanának ki. A cél a költségek csökkentése lenne.

Sarkozy elképzelése ellen most már nem csak a franciaországi mediaszakma tiltakozik, hanem Svájcban, Belgiumban és a kanadai Quebec tartományban élő francia anyanyelvű emberek is – mondván, féltik a francia nyelvű közszolgálati médiák függetlenségét. „A legnagyobb problémát a TV5-től való függetlenségünk várható elvesztése jelenti. Jelenleg azonban csak annyit tehetünk, hogy tudomásul vesszük a terveket. Mindenesetre már megbeszéléseket folytattunk a kérdéssel a belgiumi és a Quebec tartománybeli kollégáinkkal. Meggyőződésünk, hogy ezekben a fontos döntésekben a mi véleményünknek is számítani kellene. A közös kritikánkat eljuttattuk a francia kormánynak és most a válasza várunk. Azonban a belgiumi és a kanadai kollégáinkkal várhatóan márciusban ismét összeülünk” –

szögezte le Roberto Rivola, a Svájci Szövetségi Kommunikációs Hivatal (BAKOM) sajtószóvivője.

Rendkívül nagy felháborodást okozott az a függetlenséget veszélyeztető lépés, hogy az államfő Christine Ockrent, a francia külügyminiszter élettársát akarja kinevezni a France Monde élére. Ockrenttel kapcsolatban szakmai kifogások nem merültek fel, azonban a média ennek ellenére tiltakozik a döntés ellen, mondván érdekkonfliktusok alakulhatnak ki és egyébként sem jó, ha egy ilyen pozícióba az államfő egyik barátja kerül. A legnagyobb ellenkezést azonban az váltotta ki, hogy a francia elnök egymaga dönt minden kérdésben, nem kéri sem a szakma, sem a civil szervezetek véleményét. Így úgy tűnhet, hogy Sarkozy a személyes ellenőrzése alá akarja vonni a közszolgálati médiát. (sg.hu, 2008. 02. 28.)

*gazdaság, fogadtatás (komm., reak.), társaság, szabályozás*

#### ***Tévésorozat-epizódokat árul a BBC***

A BBC Worldwide Ltd., a közszolgálati BBC kereskedelmi szárnya megállapodást írt alá az Apple-lel arról, hogy a cég iTunes nevű online áruházában letölthető legyen számos brit tévéprogram. A népszerű sorozatok minden egyes epizódjáért 1,89 fontot (660 forint) kell fizetni.

A lépésre igazából a BBC-nek van szüksége, mert az előfizetési díjon keresztül állami támogatás nem nő az inflációval megegyező mértékben. Az előfizetési díj 2008 és 2009-ben egyaránt 3 százalékkal emelkedik, így a jelenlegi 135,5 fontról 2012-re 151,5 fontra nő. A BBC eredetileg azt kérte, hogy évente infláció plusz 2,3 százalékponttal emeljék az előfizetési díjat hét éven keresztül 2007 áprilisától kezdődően.

A BBC emellett azzal próbálja csökkenteni kiadásait, hogy a közeljövőben 2500 munkahelyet szüntet meg, eladja székházát, és kevesebb programot készít. A BBC Worldwide, amely DVD-ket és magazinokat is árul, tavaly felvásárolta a Lonely Planet kiadót, valamint online videósatornát indított a MySpace-szel. (napi.hu, 2008. 02. 19.)

*gazdaság, társaság, tartalomkínálat*

#### ***Hiánnyal számol a Magyar Rádió***

Hiánnyal számol idei üzleti tervében a Magyar Rádió (MR). Such György, az intézmény vezetője közölte: közmédiumot felügyelő kuratórium által elfogadott sarokszámok alapján 17,3 milliárd forintos bevétel áll szemben 19 milliárdos kiadási tervvel.

„Hogy az MR 2008-ban a kitűzött céljait sikeresen megvalósíthassa, hitelfelvétel szükséges” – jegyezte meg, hozzátéve, hogy azzal kalkulálnak: az év végére két és háromnegyed milliárdos hitelállománya lesz a társaságnak.

Emlékeztetett arra: tavaly mintegy 350 emberrel csökkent a közrádió jelenleg körülbelül ezres létszáma; „mindenekelőtt a szigorú költségtakarékosságnak köszönhetően” körülbelül egymilliárddal csökkent 2,718 milliárdosra tervezett hiányuk.

Such György kérdésre válaszolva úgy nyilatkozott: 2008-as terveikben nem szerepelnek újabb leépítések. (hirextra.hu, 2008. 02. 18.)

*gazdaság, társaság*

## Technológia

### **Internethasználat – régiós különbségek**

A GfK Csoport 2007 szeptemberében 13 kelet- és közép-európai országban mérte fel az internethasználatot. Az internetpenetráció mértékét tekintve a régióban Szlovénia 62 százalékkal jár az élen, majd 59 százalékkal Ausztria következik. Az adatok szerint tízből négy magyar használja az internetet, és Magyarországhoz hasonló az arány a Cseh Köztársaságban és Szlovákiában is. A magyarok közel háromötöde minden nap netezik – a régióban ennél többen csak Szlovéniában csatlakoznak a világhálóra napi rendszerességgel.

A kutatás eredményei szerint a régióban főként e-mailezésre használják a fogyasztók a netet. A napi rendszerességgel levelezők legtöbben Szlovéniában vannak, a sorban második helyen Magyarország áll. A legpasszívabbak ezen a téren az ukrán nethasználók.

Az online csevegés a románok körében a legnépszerűbb: a válaszadók 45 százaléka közel napi rendszerességgel él a lehetőséggel, míg a magyarok közel egynegyede használja ezt az online kommunikációs eszközt.

Az internetes híráramba a szlovén nethasználók kapcsolódnak be a legnagyobb arányban: 69 százaléuk nyilatkozott úgy, hogy a hírekről, információkról naponta, vagy majdnem naponta tájékozódik az interneten. Regionális összehasonlításban Lengyelországban ez az arány 68 százalék, Magyarországon 64 százalék, míg Szlovákiában 63 százalék.

A kutatás arra is kitért, hogy mely országokban milyen arányban használják a világhálót a netezők képek, filmek és zeneszámok letöltésére, illetve megosztására. A válaszokból kiderült, hogy Bulgáriában és Ukrajnában a megkérdezettek 56 százaléka legalább havi rendszerességgel tölt le képeket, filmeket és zenéket a világhálóról. Fájlmegosztás terén a bolgár és a szlovák felhasználók vezetnek. A magyar nethasználók 36 százaléka szokott legalább havi rendszerességgel képet, filmet, vagy zeneszámot letölteni, fájlmegosztásra pedig nem egészen harmaduk használja a netet.

Az internetes bankolás – a 13 ország összehasonlításában – egyértelműen Ausztriában a legnépszerűbb szolgáltatás: közel minden második nethasználó intézi pénzügyeit legalább havonta az interneten. Magyarországot ezen a téren megelőzi Lengyelország, Szlovénia, Horvátország, a Cseh Köztársaság és Szlovákia.

Interneten közel minden negyedik osztrák nethasználó rendszeresen, további 34 százalék pedig rendszertelenül ugyan, de vásárol. E tekintetben a régió második helyezettje Csehország, ahol az online rendszeresen vásárlók aránya csak 16 százalék, ám a netezők további 36 százaléka szintén itt intézi alkalmanként beszerzéseit.

Magyarországon mindössze négy százalékot ér el azok aránya, akik rendszeresen használják az internetet vásárlásra. A megkérdezettek 81 százaléka saját bevallása szerint soha nem vásárol a neten. (kreativ.hu, 2008. 02. 06.)

### *fogyasztás, technológia*

### **Hamarosan három dimenzióban televíziózhatunk**

Öt éven belül elkészülhet annak a televíziónak a prototípusa, amely úgy lesz képes háromdimenziós képet közvetíteni, hogy a kép érzékeléséhez nem kell furcsa szemüveget viselnünk.

A kutatók már dolgoznak azon a háromdimenziós holografikus kijelzőn, amely jelenleg még csak a sci-fi filmekben létezik. Azt mondják: a prototípus elkészítéséhez öt évre van szükségük.

Háromdimenziós képeket eddig csak akkor láthattak a nézők, ha felvettek egy furcsa szemüveget, amelynek a két lencséje eltérő színű, az egyik általában zöldes, míg a másik pirosas árnyalatú.

A szuperkijelző elkészítéséhez egy különleges anyagot használnak. Az egyesült államokbeli

Arizónai Egyetem kutatói szerint a különleges televíziót nemcsak a háztartásokban lehet majd hasznosítani, hanem a kutatóknak is hasznos lehet.

A fejlesztők már képesek voltak megjeleníteni egy agymolekulát és egy autót három dimenzióban, a termék prototípusának kifejlesztése azonban még fél évtizedet vesz igénybe.

A holografikus kép megjelenítéséhez lézersugarakat használnak. Ha képesek a technológiát úgy megalkotni, hogy a különböző frekvenciájú sugarak kellő gyorsasággal váltsák egymást, akkor mozgóképet is képesek létrehozni.

Jelenleg csak olyan képeket tudnak létrehozni a fejlesztők, amelyek nem elég gyorsak, de bíznak abban, hogy az informatika fejlődésével hamarosan növelhetik a mozgás sebességét. (inforadio.hu, 2008. 02. 07.)

*technológia*

#### ***Áttörés a digitális rádiózásban: megoldódott a legnagyobb probléma***

A digitális rádiózásra történő átállás egyik legnagyobb problémájának a készülékek kompatibilitását tartják. Szakemberek szerint ugyanis nehezen elképzelhető például, hogy több millió autórádiót a tulajdonosok a határidőként tervezett 2014-es dátumig digitális készülékre cserélnének. Pedig a jelek szerint van megoldás.

A megoldás a digitális átállás egyik legnagyobb gondjára pedig egy egyszerű, az autóban is könnyen felszerelhető készülék, amelyet – a szükséges hatósági engedélyek birtokában – Magyarországon is lehet majd használni.

A Highway névre hallgató készülék külsőre leginkább egy GPS-hez hasonlít, ráadásul az iPodra és az MP3 lejátszóra letöltött zenéket is képes lejátszani. A készüléket az autó szivargyújtójára kell csatlakoztatni, majd a jobb vétel érdekében lehetőleg a szélvédőre rögzíteni.

A készülék képes a digitális (DAB) jeleket fogadni, majd azokat egy szabad FM-frekvenciára sugározni. Ráadásul a hullámhosszt sem nekünk kell keresgélni, hiszen a Highway megadja a pontos koordinátákat.

Ez azt jelenti, hogy a digitális rádiózás minden előnyét kihasználhatjuk a saját, jól megszokott autórádiókon. Így például megállíthatjuk és visszatekerhetjük az éppen hallgatott adást.

A készülék fejhallgató segítségével önmagában is használható, és természetesen az otthoni rádiók frekvenciájára is ugyanúgy ráhangolható, mint az autó esetében. (inforadio.hu, 2008. 02. 11.)

*technológia*

#### ***Véget érhet a HD DVD formátumháború?***

A legutóbbi hírek szerint a Toshiba közel 3 millió dollárt költött egy harminc másodperces reklámra, amely a vasárnapi Super Bowl meccsen kerül bemutatásra. A cég az olcsó HD-DVD lejátszóira igyekszik felhívni a figyelmet.

De ugyanakkor az is egyre égetőbb kérdéssé válik, hogy vajon milyen tartalmakat nézhetünk meg az olcsó HD-DVD lemezjátszókon mi, az egyszerű felhasználók, hiszen lassan, de a jelek szerint egyre biztosabban minden nagyobb filmstúdió a konkurens Blu-ray formátumra tér át. Két hete a Warner Bros. filmstúdió bejelentette, hogy teljesen lemond a HD-DVD használatáról, és kizárólag Blu-ray formátumon terjeszti a high definition formátumú mozifilmeket. Ezzel a lépéssel a HD-DVD hollywoodi támogatása egyre gyengébb lesz, ma már csak három nagy filmstúdió, a DreamWorks, a Paramount és az Universal ad ki a Toshiba HD-DVD formátumára kódolt filmeket.



Hiroyuki Shimizu, a Gartner elemzője szerint a Warner lépése végleg pontot tehet a high definition háború kimenetére. A Toshiba természetesen nem így gondolja. A vállalat azt hiszi, hogy az eladások csökkenése a karácsonyi kedvezmények lecsengésével magyarázható, és azzal, hogy egyes Blu-ray lejátszókat HD televíziókkal kedvezményesen vehették meg a vásárlók. (jox.hu, 2008. 02. 01.)

*gazdaság, fogadtatás (komm.), technológia*

### **Új mérési rendszert dolgoztak ki az ausztrálok**

Az Ausztrál Közterületi Média Szövetség (Australian Outdoor Media Association, OMA) új kampány-mérőeszköztől számolt be, amit nagy durranásként harangoztak be.

Az eszköz a MOVE (Measurement of Outdoor Visibility and Exposure) nevet viseli és a fejlesztők közlése szerint az első olyan rendszer, amely képes mérni bármely közterületi – legyen akár indoor, akár outdoor – médiumon futó kampány elérését (reach) és gyakoriságát (frequency).

Az eszköz olyan tényezők adatain alapszik, mint a poszter megvilágításának, magasságának és méretének a mértéke. A MOVE-ot 3 év alatt 5 millió ausztrál dollár befektetéssel fejlesztették ki olyan ausztrál köztéri médiatulajdonosok közreműködésével, mint az Eye, az AdShel, a JCDecaux, vagy épp maga a közterületi reklámszövetség.

Az eszközt várhatóan az év második felében helyezik majd üzembe. A mérési módszer arra a régóta fennálló problémára próbál választ adni, hogy eddig alapvetően a nagy formátumokra vonatkozó forgalmi adatokkal dolgoztak, és inkább arra koncentráltak a kutatók, hogy mekkora lehetőség volt egyáltalán találkozni a hirdetéssel, s nem arra, hogy ha egyszer találtak vele, akkor az mennyire volt látható, értékelhető felület.

Egyébként a közterület Ausztráliában messze nem áll olyan jól, mint nálunk, hiszen ott csupán a reklámtorta 3,6 százalékát teszi ki, bár az is igaz, hogy dinamikusan fejlődik, tavaly például 12 százalékkal, ami minden más hagyományos médiát megelőzött – derül ki a BrandRepublic adataiból. (mediainfo.hu, 2008. 02. 29.)

*gazdaság, technológia*

### **Interjú Róbert Ákossal, az RTL Klub vezérigazgató-helyettesével**

– A digitális átállást meg kell előznie az új médiaszabályozás megalkotásának – rögzítette tavaly egy ötpárti megállapodás. A médiapolitikusok a háttérben egyeztetnek, a médiaszereplők ott lobbiznak, ahol tudnak. Az új szabályozás vitaanyaga a Nemzeti Audiovizuális Média Stratégia (NAMS), melyet az illetékes kormánybiztosság vezetésével készítettek el. Mit gondol, megegyeznek a politikusok az új médiaszabályozásról?

– Ez a történet a 22-es csapdája, és ha a politikai közhangulatot nézzük, akkor épeszű embernek azt kell mondania, nem lesz új médiatörvény. Ugyanakkor, mivel mindenki beszélget a szereplőkkel, páros héten azt gondolom lesz, páratlan héten meg úgy érzem, nem lesz. Másrészt a Nemzeti Hírközlési Hatóság lelkesen pályáztat. Ez a dolga. A Fidesz, ha jól tudom, közölte, nem járul hozzá a pályázat eredményesnek való hirdetéséhez, amennyiben nincsen új médiatörvény. Nyilvánvaló, hogy ez a mi érdekünk is, hiszen nem szeretnénk egy digitális átállást elkezdni a több, mint tízéves régi médiatörvénnyel. De itt nem csak a mi érdekeinkről van szó, hanem arról, hogy a világ változott meg azóta. Az akkori törvény arra a három-öt televízió-csatornás piacra volt megfelelő, a mai viszonyokra nem jó. Ez egy másik csapda. Nem tudom, hogyan lehet ebből kikeveredni. És a harmadik csapda: egy politikai csapda, amivel kapcsolatban mindenki a homokba dugja a fejét. Lelkesen 2010 körüli lekapcsolásról beszélünk, de az utca emberének gőze sincs, miről beszélünk. Ami mellel a választások éve lesz. És mivel szigetenként kell kikapcsolni, a választások alatt lesznek olyan területek, amiket elvileg már ki kéne kapcsolni. Máshol öt-hatéves procedúra volt. Olyan országokban, ahol százszázalékos a kábeles lefedettség. Finnországban is erősen rácsaptak annak a kezére, aki le akarta kapcsolni az analóg adót – fél évvel halasztották el a lekapcsolást. Miközben kiderült, hogy harmincezer háztartásban még nincsen semmilyen

digitális vételi lehetőség, tehát sötétek lesznek a képernyők.

– A digitális átállás magyarországi időpontja 2011 vége. A tervek szerint akkor kapcsolják ki az addigi analóg sugárzást. Megvalósítható-e az átállás addig?

– Magánvéleményem szerint, ha ezt meg tudják csinálni a határidőre, akkor én nagyon sok embernek gratulálni fogok. De az is bekövetkezhet még, hogy minket fognak kérni, 2012 után is sugározzunk.

– Európai uniós követelmény a 2012-es átállás.

– Ez tévedés! 2015 a végső dátum, a 2012 ajánlott. De tudomásom szerint a régi EU-országok nyolcvan százaléka nem fogja bevezetni eddig az időpontig. Az osztrákoknál elég sürgős a kikapcsolás, mert most zajlik az ORF monopóliumának a megtörése, ami nálunk már tíz éve megvolt. Valójában nagyon kevés ország kapcsol át a digitális sugárzásra 2012-ig. Még az angolok is elhalasztották az analóg kikapcsolását az olimpiai közvetítések miatt.

– Angliában még nem történt meg a digitális átállás?

– De, csak nem mindenhol. Vannak még területek, ahol analóg sugároznak. A tervezett időpontot átérték 2013-ra, pedig eredetileg a 2006 és 2010 közötti időszakot tűzték ki céldátumként. Nemrég az Audiovizuális Média Kormánybiztosság vezetője is arról beszélt, hogy veszélybe került a digitális átállás menetrendje, de szerinte főképp amiatt, mert a pártok még nem egyeztek meg az új médiaszabályozásról. Lehet ezt a pártok nyakába varrni, de ez eleve egy iszonyatosan feszes átállási terv volt. Szerintem, ha minden klappolt volna, és már lenne médiatörvény-tervezetünk, amit tavasszal el is fogadnának, akkor sem hiszem, hogy 2011-ig az emberek fejében át lehet állítani az egész rendszert.

– Az emberek fejében mit kellene átállítani? Azon túl, hogy az új technológiát meg kell ismerni, az új technológiai eszközöket nyilvánvalóan be kell szerezni, el kell fogadtatni.

– Ne felejtjük el, ki az a huszonöt százalék, akiről beszélünk? Kinek van manapság kizárólag szobaantennája? Ők nem vesznek plazmatévé. Ha plazmatévé vennének, akkor már lenne kábeltévénk is, hiszen az ország technikai lefedettsége messze nagyobb, mint a hetvenöt százalék. Ezen kívül mindenki számításon kívül hagyja, hogy a háztartások többségében mára nem egy készülék van. Nem arról beszélünk, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxot megveszik, vagy nem veszik meg, hanem arról, hogy az 5-10 ezer forintos set-top-boxszal nem fognak tudni sokkal több csatornát nézni, mint jelenleg.

Az ugyanis csak az MPEG 2-es ötcsatornás rendszerrel fogható. Ahhoz viszont, hogy több csatornájuk legyen, egy 40-50 ezer forintos set-top-boxot kellene venniük, ami az MPEG 4-et is kezeli. Itt már lesz egy csomó előfizetéses adó, és ez már egy más világ lesz a televíziózásban!

– Még a szabvány sem eldöntött, hogy MPEG2 vagy MPEG4. Ez ugye, azért fontos, mert ezek tömörítési eljárások, és ezeken a szabványokon múlik, hogy mekkora adatforgalmat tud bonyolítani a rendszer. Mennyi jelet továbbít, hány csatorna adása fér el a hálózatokban.

– Tudtommal eldőlt, hogy vegyes lesz. Az MPEG4-es set-top-box megfelelő lesz az MPEG 2-höz is. Ha egy háztartásban több televíziókészülék van, akkor több set-top-box kell. Nem beszélve az üdülőkről, nem beszélve a horgásztanyákról, a lakókocsikról. Ez Hollandiában kifejezetten probléma volt.

Összegezve, a hazai digitális átállás kifejezetten összetett probléma. Az emberek úgy fogják megélni, hogy megint elvettek tőlük valamit, és ennek az ódiáját nyilvánvalóan a politikának fel kell vállalnia. Ezt nem úgy mondom, mint az RTL Klub vezetője, hanem mint egy, a témával foglalkozó, a téma problémáit ismerő személy.

Az RTL-nek nyilván megvan a saját stratégiája az átállásra. Az RTL Európában majd mindenhol ott van, megélt már néhány digitális átállást a médiacsoport, tehát van tapasztalatunk. Nem félünk tőle. Sőt, minél előbb van a digitális átállás, nekünk annál jobb, mert azért az RTL Klub is – mint minden nagy csatorna – fogy egy kicsit a piac fregmentációja miatt, és ennek a negatív üzleti hatásai ellen nagyon nehezen tudunk

védekezni addig, amíg a jelenlegi médiatörvény van hatályban.

– A digitális átállás és az új médiaszabályozás megnyitja a kereskedelmi tévék előtt is az új tematikus csatornák indításának a lehetőségét. Milyen tematikus csatornákat terveznek indítani?

– Mi nem tematikus csatornákat fogunk indítani, hanem önálló csatornát szeretnénk. (hirszerzo.hu, 2008. 02. 27.)

*fogadtatás (komm.), gazdaság, szabályozás, technológia*

#### ***A német állam 50 milliót költ a szélessávra***

2010-ig több mint 99 százalékos lefedettséget szeretne a német kormány elérni a szélessávú internet tekintetében, ez 2 százalékos növekedést jelentene a jelenlegi arányhoz képest. A kormány a következő két évben mindössze ötven millió eurót szán ennek elősegítésére, a többit a piacra bízza, mondta Gerald Reiche a német gazdasági minisztérium szakállamtitkára. A szövetségi kormánynak nem célja, hogy a mostani 25 százalékos internetpenetrációt növeljék, de mindenképpen szeretnék megőrizni Németország vezető helyét az unióban, hangsúlyozta az államtitkár. A célok között azonban szerepel, hogy ne csak a lefedettség, hanem a szolgáltatások minősége is javuljon. A jelenlegi ADSL-technológia nyújtotta sáv szélesség sokszorosát szeretnék elérni a háztartásokban, tette hozzá. Gerald Reiche kiemelte: Németország szorgalmazza, hogy uniós jogszabály szülessen arról, hogy a jelenleg műsorszórásra használt frekvenciák egy részén a jövőben szélessávú internetszolgáltatások legyenek. Az egységes uniós álláspont kialakítása mellett egyeztetni kell az érintett nemzetközi szervezetekkel a kérdésben és a televíziós műsorszolgáltatókat is meg kell győzni, hangsúlyozta a politikus. Az Európai Unióban Németország DSL-piac a fejlődik a legjobban, megelőzve Franciaországot, Olaszországot, Spanyolországot és Nagy-Britanniát. Tavalyi adatok szerint összesen körülbelül 19 millió internetvonal működött az országban. (origo.hu, 2008. 02. 28.)

*EU, gazdaság, fogyasztás, technológia, szabályozás*