

BILL PLYMPTON: MUTANT ALIENS

kereső [IMDB.com](#)

[részletes kereső »](#)

2006. június 29.

[hír](#) [premier](#) [zoom](#) [feszta](#) [téma](#) [katedra](#) [nevezz](#) [tölts le](#) [kultmozi](#)

rovatban még

- [Megalakult a Közzszolgálati Televíziós Kerekasztal »](#)
- [III. European Television Dialogue »](#)
- [Negyven tévé indulhat »](#)
- [Kicsi huszárok közt? »](#)
- [Kádár János utolsó beszéde »](#)
- [Újra „Világmozi”! »](#)
- [Drót »](#)
- [Szentek a kosárban »](#)
- [Két emelet boldogság »](#)
- [A nagy test figyel »](#)
- [A lőőr velünk van »](#)
- [Nancy ül a fűben »](#)
- [Törtétek - új sorozat az HBO-n »](#)
- [Itt a Lost Experience »](#)
- [Tévékritika »](#)
- [Buzgár és társai »](#)
- [Az új francia film »](#)
- [Szónokok és pulpitusok »](#)
- [Szex - szerelem - féltékenység »](#)
- [Új vígjátéksorozat az HBO-n »](#)
- [„Infulenza” a médiában »](#)
- [A Filmmúzeum amatőr filmesek segítségét kéri »](#)
- [1956-2006 Emlékév az mtv-n »](#)

téma **tévé**

„A NÉZŐ NÉZI A KÉSZÜLÉKET, VAGY A KÉSZÜLÉK A NÉZŐT?”

III. European Television Dialogue

2006. június 26. 11:45; **BESZÁMOLÓ**
Vajda Judit

Harmadik alkalommal rendezték meg az A COMPANY konzultációs cég és a gotoBavaria által szervezett European Television Dialogue-ot – most először hazánk adott otthont a nemzetközi médiakonferenciának.



[KOMMENT](#) [KÜLDÉS](#) [NYOMTATÁS](#) [BETŰ](#)

kapcsolódó anyagok

[European Television Dialogue - harmadszor](#) **HÍR** »

A június 21-én a budapesti Gerbeaud Házban megrendezett egész napos konferencia a szervezők szándéka szerint a kelet-nyugati eszmecsere fórumává szeretne válni, mivel – ahogy arról a filmhu már korábban beszámolt – a rendezvény elsődleges célja, hogy hozzájáruljon a kelet- és nyugat-európai televíziós piacok közötti kommunikációhoz. A kelet-európai televíziózás rendkívüli mértékben fejlődik – az utóbbi évtizedben fejlődése robbanásszerű volt, ahogy arra Schiffer János főpolgármester-helyettes is kitért nyitóbeszédében –, ugyanakkor ez a gyors tempó rengeteg veszélyt tartogat. Az összeurópai televíziós konferencia ezek elkerülésében is segíteni kívánt – olyan témákat felvetve, mint a sikeres programalkotás, a reklám szerepe a médiában, televízió és demokrácia összefüggései, melyeket kerekasztal-beszélgetések során három tematikai panelben bocsátottak vitára.

Rugalmas formátumok

Az első panel *A programalkotás mint a siker alapja* címmel olyan hozzászólókat vonultatott fel, akik programalkotóként, programigazgatóként szólhatnak bele a televíziók műsorstruktúrájába (Bányai Gábor, a főként a TV2-nek műsorokat gyártó Interaktív kreatív producere, Kolosi Péter, az RTL Klub programigazgatója, Jens Richter, egy német televízió, a SevenOne ügyvezető igazgatója és Ryszard Sibilski, az Endemol műsorgyártó cég lengyelországi részlegének vezetője). A vitavezető Simon András, a Magyar Televízió műsorokért felelős egykori alelnöke, a *Tények és a Jó estét, Magyarország!* korábbi műsorvezetője volt.



Félreértésekhez vezethet, ha a műsoralkotók nem veszik figyelembe a helyi piacok sajátosságait

Bányai szerint nincs egységes európai tévénéző, nem lehet automatikusan átültetni a különböző tévéműsorokat – ahogy például a görög eredetű magyar *orgánium* szó lefordítva a beszélt angol nyelvben férfi nemi szervet jelent (*organ*), ugyanilyen félreértésekhez vezethet, ha a műsoralkotók nem veszik figyelembe a helyi piacok sajátosságait. Bányai Gábor példaként a *Legyen Ön is milliomos!* és az *Áll az alku* című programokat hozta, melyek eredetileg külföldi licencműsorok, ún. formátumok (*formatok*), de véleménye szerint amennyire követik a máshol bevált receptet, annyira el is térnek tőle, és senki más nem vezeti úgy az adott műsort, mint Vágó István vagy Gundel Takács Gábor. Ezt támasztotta alá a német Jens Richter is, aki szerint a fikciós az egyetlen olyan műsортípus, amit változtatás nélkül lehet átvenni.

A *Clever* című tudományos program például Dániában egy nem túl izgalmas, kicsit száraz műsor, melyben különböző kísérleteket mutatnak be. Mindez Olaszországban szombat esti több órás show-ként működött táncoló lányokkal és magas nézettséggel. Ryszard Sibilski a lengyel Endemoltól elismerte, hogy korábban létezett olyan törekvés, amely egységesíteni szeretne volna a különböző közönségeket, mivel a nemzetközi műsorgyártó cégeknek egyszerűbb ugyanazokat a jól bevált műsorokat átadni egyik országból a másikba, de a programok sikere érdekében ez az ötletet elvetették, a formátumok sokkal rugalmasabbá, megváltoztathatókká váltak. Kolosi Péter ugyanakkor arra hívta fel a figyelmet, hogy nemcsak az egyes műsorok sikere a fontos, hanem a nézők csatornahűsége is, ha az illető hazamegy a munkából és bekapcsolja a tévét, nem mindegy, melyik adóra kapcsol először – mivel annak a csatornának lesz a legnagyobb esélye arra, hogy a nap végéig megtartsa a nézőt.

Szegmentáció és fragmentáció

A nézettség mint a televíziók árfolyama: reklámpiac és televízió kölcsönhatása című blokkban az alapvető kérdésfelvetés szerint a nézettség mérése hamarosan el fog tűnni a porondról, és a reklámpiac szereplői az eddigiék (az üzenetet minél nagyobb tömeghez egyszerre eljuttatni) helyett másra koncentrálnak majd (például az ún. *product placementre*, azaz a konkrét termékelhelyezésre, az egyes műsorok szponzorációjára). Ezt az álláspontot elsősorban Macher Szabolcs, az OMD Hungary médiaügynökség ügyvezető igazgatója képviselte, aki szerint a média szegmentációja és fragmentációja miatt a nézettség mérése mintegy 20 év múlva akár teljesen megszűnhet. Pavél Stanchev, a bolgár NOVA TV vezérigazgatója ezzel szemben azon a véleményen volt, hogy Európában is az amerikai minta érvényesül majd. Az Egyesült Államokban a szétaprózódás ugyanis már rég lezajlott, és körülbelül 500 tévécsatorna sugároz egyszerre, de a reklámpiac – annak is elsősorban két legfontosabb szereplője, a Coca Cola és a Procter and Gamble – továbbra is a négy legnagyobb, legerősebb és legnézetesebb tévéadótól vásárol reklámidőt. Lázár Katalin, a Duna Televízió alelnöke is inkább efelé hajlott, viszont felvetette, hogy a nézettséget nem kellene akkora szentségnek tekinteni, ahogy az például a mai magyar médiában is megfigyelhető. Az alelnök szerint köztudott, hogy az emberek 90 százaléka megtagadja a mérésben való részvételt, így csupán a felkértek 10 százaléka az, aki hajlandó részt venni az ún. *ratingben*. Ez pedig olyan hihetetlen torzulásokhoz vezethet, melyek következtében egyszerűen lehetetlen megmondani, mennyiben tükrözi a mérés a valóságot, és mennyiben tér el tőle.

Lázár ugyanakkor elismerte, hogy valamilyen fajta mérésre szükség van (hiszen nem érdemes olyan műsorokat készíteni, amiket senki sem néz), de a mennyiségi mutatók helyett inkább a programok minőségét kellene vizsgálni. Sajnos a kevésbé összeszedett Frei Tamás moderálta második beszélgetés színvonalában nem érte el az elsőt: nem alakult ki valódi párbeszéd résztvevői közt, akik gyakran elbeszéltek egymás mellett.

Vad és erős

Mivel a médiában nagyon sok mindent a társadalmi és politikai környezet határoz meg, az előző témákon kívül a média és a politika kapcsolata is döntő fontosságú a televíziózásban. A konferencia harmadik tematikai panele ennek megfelelően *Televízió, média és demokrácia* viszonyát járta körül. A demokrácia nem létezhet a negyedik hatalmi ág, azaz a szabad média nélkül, emiatt igen fontos a párbeszéd a hatalmon lévők és a hatalmon nem lévők között. Mindig nagy a kísértés, hogy a médiumokat bizonyos politikai érdekek mentén irányítsák – ezt a felszólalók (többek közt Reinhard Klimmt, a European Television Dialogue elnöke, a Saar-vidék korábbi tartományi elnöke és szövetségi minisztere és Cselényi László, a Duna Televízió elnöke) szerint Közép-Kelet-Európában, különösen pedig Magyarországon nem szükséges magyarázni, viszont minderre aktuális példa is akad Európában: Berlusconi túl nagy hatalma az olasz tévék fölött nemrég konkrét választási eredményben csapódott le.

Habár a második kerekasztal-beszélgetés előtt hangzott el, Cselényi Lászlónak az európai televízió új vízióiról szóló, kiáltványának is beillő beszéde, avatikailag inkább a harmadik panelbe passzolt. *A digitális jövő örömei és veszélyei, avagy a néző nézi a készüléket, vagy a készülék a nézőt?* címmel tartott bevezetőjében elhangzottak szerint a pártok beavatkozása a mediatisálási folyamatokba ugyanolyan vad és erős, mint a média szabadságvágya. A tévéelnök úgy véli, az államnak fel kell ismernie, hogy tilos belefolytania a médiába, a televízióknak nem lehet bal és jobb oldala, és a politikai pártoknak le kell szokniuk a közzszolgálati tévé befolyásolásától és fosztogatásától.

A dialógus tehát elkezdődött, és remélhetőleg folytatódik is, a nyugat-európai tapasztalatokra elemi szüksége van a gyakran szerepzavarba kerülő magyar médiának, közös gondolkodás, alapos elemzés nélkül esélyünk sem lehet a minőségi televíziózásra.

belépés

Azonosító
 jelszó
[Elfelejtettem a jelszavam](#)
[regisztráció »](#)

tölts le

Tanyavilág - népmesére hangolva »

- [Konyec »](#)
- [Ópium »](#)
- [Taxidermia »](#)

fórum

- [A 24 filmváltozata »](#)
- [Németek magyar filmekben »](#)

linktár

- [Korda Sándor Filmstúdió »](#)
- [A da Vinci-kód »](#)
- [59. Cannes-i Filmfesztivál »](#)
- [Taxidermia »](#)

játssz

Ha jó vagy filmes szakirodalomból

Nyerj könyvet a Bookline-tól!

vedd meg

Júniusi DVD-ajánló - A Mulholland Drive-től Las Vegas-ig »

pályázat

- **MEDIAWAVE Nemzetközi művészeti tábor**
leadási határidő: **2006. július 10.**
- **Meghosszabbított fiatal filmes pályázat**
leadási határidő: **2006. június 15.**
- **V. Filmtett - Duna Műhely Alkotótábor**
leadási határidő: **2006. június 10.**
- **Animáció Generáció 2006**
leadási határidő: **2006. június 23.**

fesztivál

- **Du grain a démoudre Film Festival**
leadási határidő: **2006. június 15.**
- **Másodszor is Busho**
leadási határidő: **2006. június 04.**
- **3. Fialtal Filmerek Nemzetközi Fesztiválja**
leadási határidő: **2006. június 30.**