

Gyenes Fruzsina

A wifi-falu programról

Interjú Maradi Istvánval, a Magyar Telekom műszaki vezérigazgató-helyettesével

Gy. F.: Miért támogatta a Magyar Telekom a wifi-falu programot?

M. I.: Ez a kezdeményezés, vagyis hogy a széles sávú internet eljusson a hátrányos helyzetű vidékeken élő családokhoz is, összhangban van a vállalat elképzeléseivel. Szeretnénk ezekre a területekre is elvinni a Telekom internetszolgáltatását, de ez nem mindig könnyű. Érthető, hogy fölkarolásra érdemesnek gondoltuk a wifi-falu ügyét. Megtetszett a program szelleme és a szervező, az Internet Terjesztéséért Alapítvány lelkesedése is. Olyan technológiát alkalmazunk, amelynek kezelésében otthonosan mozog a Magyar Telekom: mi elvisszük az adott településre a vezetékes technológiát, és onnantól wifi-vel biztosítják a széles sávú internetszolgáltatást.

Gy. F.: Milyen támogatást nyújtott a cég a program megvalósításához?

M. I.: A Magyar Telekom a saját eszközeivel és technológiájával egy kifejezetten erre a célra létrehozott, speciális megoldást dolgozott ki azokban a falvakban, amelyeket az alapítvány megnevezett, a kapcsolat végpontjához pedig az alapítvány szereltette fel a vezeték nélküli kommunikációhoz szükséges berendezéseket. A konstrukciót az alapítványon keresztül 2009 végéig az érintett, igen szerény körülmények között élő fogyasztóknak adományozzuk.

Gy. F.: Az egyeztetések során milyen technológiai, jogi, üzleti és egyéb problémák merültek fel?

M. I.: Az egyik legfontosabb feladat megszerezni az épülettulajdonosok beleegyezését ott, ahol a WiFi-antennát szeretnénk elhelyezni. Ez nem is olyan egyszerű például egy bolt, egy templomtorony vagy egy községháza esetében. Az engedélyek megszerzésében sokat segített az alapítvány. Emellett adódott egy sor műszaki természetű feladat is, például kábelfektetés, villámvédelem, folyamatos áramellátás, de ezeket megoldottuk. És persze sok nehézséget okozott az állandó versenyfutás az idővel.

Gy. F.: Hogyan illeszkedik ez a program a Magyar Telekom támogatási rendszerébe?

M. I.: A Magyar Telekom Magyarországon az elsők között csatlakozott az Európai Uniónak az e-befogadást ösztönző kezdeményezéséhez, melynek célja a hátrányos helyzetű csoportokhoz tartozó állampolgárok, köztük az idősek, a fogyatékosok és a romák segítése és integrálása a hátrányaik leküzdésében való szerepvállalással. Emellett elköteleztünk vagyunk az információs társadalom szélesítése, a digitális szakadék csökkentése, az információs társadalom előnyeinek, hasznainak népszerűsítése mellett. A Magyar Telekom – amellett, hogy a digitális írástudás elterjesztéséért tevékenykedik – több célzott projektben is részt vesz, amelyek az e-befogadást segítik. Ebbe a tevékenységbe illeszkedik a wifi-falvak alapítványon keresztül való

támogatása is. A mi segítségünk mindig akkor a leghatékonyabb, ha a saját termékünk, szolgáltatásunk révén nyújthatunk támogatást. A wifi-falu esetében ez teljes mértékben megvalósul.

Gy. F.: Piacépítésnek is tekinti a cég ezt a programot?

M. I.: Ez a program távol áll a direkt profitszerzés lehetőségétől. A WiFi-s internetet hátrányos helyzetű családok fogják használni, és róluk aligha a nyereség és a piac jut eszünkbe. A Telekom abban lát fantáziát, hogy a program támogatásával tágítani tudja a digitális kultúrával megbarátkozók körét. Azok a gyerekek, akik most számítógéphez, internethez jutnak, később természetes módon fognak használatba venni egy sor világhálós szolgáltatást. Ilyen lesz például az e-ügyintézés és még számtalan más szolgáltatás is, amelyeknek a hátterét a távközlés adja. Ezzel a programmal azt az elvet támogattuk, hogy mindenkinek esélye legyen eljutni a digitális világhoz. Ha ma egy nehezebb sorsú család gyermeke nem fér hozzá ezekhez a lehetőségekhez, csökkennek az esélyei a munkaerőpiacon.

Gy. F.: Vajon azok közül, akik most internethez jutnak, a támogatási szerződés lejárta után hányan fogják továbbra is használni?

M. I.: Nem lehet tudni, hogyan alakul a számuk, amikor majd fizetni kell a szolgáltatásért. De a tapasztalat szerint az, aki belekóstol az internetbe, nehezen szakad el tőle. Persze lesz, aki az ingyenes szakasz után lemond róla, de a többség életébe véglegesen be fog költözni. A felmérések azt mutatják, hogy a háztartásokból nem azért hiányzik az internet, mert az emberek elleneznék, hanem mert még ki sem próbálták. De ha túllépve az első akadályon megismerkednek vele, olyanná válik számukra, mint a vezetékes víz vagy a villany, és az erre fordítandó összeget félre fogják tenni.

Gy. F.: Hogyan formálódhat a wifi-falu működési modellje 2009 után?

M. I.: Ha az alapítvány ügyszeretete és a Telekommal való jó viszonya megmarad, akkor szívesen folytatjuk a támogatást. Mi adjuk a műszaki tudást, s ehhez a lelkesedést és a lendületet a partnernek kell hozzátennie. A puszta technológia mit sem ér a lélek nélkül. Ezt éppen az eddigi együttműködésünk bizonyította. Láttam a fényképeken, ahogyan az alapítvány munkatársai nehéz sorsú embereket tanítottak az internet használatára.

Mikecz Dániel

Kreatív ipar: a tehetség haszna

A Canadian Board on Conference 2008. augusztusi jelentése a kanadai kulturális iparral foglalkozik. Az alábbi cikkben a jelentés kapcsán írunk a kreatív gazdaságról, a kulturális iparról.

Az informatika és az informatikához, az internethez kötődő ágazatok mellett egyre inkább az ún. kreatív ágazatok, a kreatív munkahelyek kerülnek a jövő trendjeit fürkésző tudósok és társadalomtervezők érdeklődésének homlokterébe. Ez a mozgás nyilvánvalóan kapcsolatban áll azzal, hogy az információs társadalmat egyre kevésbé azonosítják az internettel vagy az informatikával. Az új technológiákat és az új tudás birtokosait, a programozókat és az informatikusokat körülvevő csodálat és rajongás elmúltával a stratégiai dokumentumokban, tervezetekben az elkövetkező évek során egyre gyakrabban találkozhatunk majd a „kreatív gazdaság”, a „kreatív ipar” és a „kreatív dolgozók” kifejezésekkel.

A kreatív iparral vagy a kreatív gazdasággal kapcsolatban az első problémát magának a fogalomnak a definíciója okozza, hiszen a legkülönbözőbb ágazatokban lehet szükség kreatív munkára, ugyanakkor a kreatívnek tekintett munkahelyeken sokszor rutinfeladatokat, fordításokat végeznek: elég, ha a Magyarországra kiszervezett informatikai munkákra gondolunk. A témával foglalkozó szakirodalomban gyakran egymás szinonimájaként jelenik meg a „kreatív” és a „kulturális” ipar, ill. gazdaság, ugyanakkor – ahogy az idézett jelentés leszögezi – a kulturális ipar a mérnöki és tudományos tevékenységek mellett a kreatív ipar egyik forrása.

A meghatározás (és a fogalomhasználat) további nehézségét az okozza, hogy a fogalommal a várostervezés, a kultúrátámogatás és a foglalkoztatás területén is találkozhatunk, ami nem csoda, hiszen a koncepció lényegéhez tartozik ezeknek az első hallásra talán távolinak tűnő területeknek az összekapcsolása. A legegyszerűbb meghatározásnak Hesmondhalgh definíciója tűnik, aki szerint a kulturális iparágak azok, amelyek közvetlenül részt vesznek a társadalmi jelentések szimbólumok és szövegek formájában való előállításában. A kanadai jelentés szerint a kreatív gazdaság az alábbi trendek érvényesülése folytán válik egyre nagyobb jelentőségűvé:

- a társadalom öregedése: nagyobb igény a kulturális javak fogyasztására, multi-kulturalitás,
- a széles sávú internet elterjedése, az internetezéssel töltött idő meghosszabbodása,
- „long tail” hatás: a kisebb piaci szegmensek hatékonyabban elérhetők az internet révén,
- a fogyasztói csoportok hálózatosodása,
- a szellemi javak közkinccsé tételének felgyorsulása és olcsóbbá válása az új kommunikációs technológiák révén.

A kreativitás és a kultúra gazdasági hasznosítása, az azokhoz kötődő iparágak terjeszkedése azonban nem csupán a társadalmi-kulturális mozgások eredménye, legalább ilyen fontos lehet az európai versenyképességet a távol-keleti vagy észak-amerikai rivá-

lisoktól féltő politikai stratégia is. Ebből az aspektusból a kreatív ipar koncepciójába egy kis etnocentrikus „piszok” kerül, bár nem ez az egyedüli probléma, ahogy azt a bécsi székhelyű European Institute for Progressive Cultural Policies konferenciaanyaga is jelzi. Monika Mokre hozzászólása tanulságos lehet a kreatív iparágakkal foglalkozni kívánó magyaroknak is. A szerző az osztrák kultúratámogatási hagyományok nézőpontjából vizsgálja Ausztria kreatív gazdaságának helyzetét, amely éppen a központosított kultúrafinanszírozás miatt nem képes a valódi innovatív tevékenység ösztönzésére, ehelyett végül a nagyobb cégek fölözik le az állami pénzeket is.

A konferencia anyagának szerkesztői beköszöntője figyelmeztet: a kultúra „iparosításának” veszélyeire már Adorno és Horkheimer is felhívták a figyelmet *A felvilágosodás dialektikája* című könyvükben. Bár a Frankfurter Iskola leghíresebb teoretikusainak kritikája egy demokratikusabb kultúrafelfogás közegében kevésbé lehet érvényes, a kultúrának nemcsak a végtermékeit, hanem az alapjait (tehetség, társadalmi tőke, innovatív érzék) is nemzetgazdasági (adott esetben háborús) célok alá rendelő politika mélyrehatóbb kockázatokkal, az egyén kognitív szabadságának megszűnésével járhat.