

TARTALOM KÍVÁNSÁG SZERINT

Az újmédia kiszabadíthatja a szellemet a palackból?

Két kedvenc sorozatom megy egy időben, de nem akarok lemondani egyikről sem, így az egyiket set-top boxra rögzítem, majd alkalomadtán megnézem. Televíziós programcsomagomat megfejeltem egy filmcsatornacsomaggal, így ha ott valamiről lemaradok, nem jelenti azt, hogy kimaradok, mert megnézhetem on-demand. Tévészési szokásaim igencsak megváltoztak az utóbbi években – de mindez milyen befolyással van az életemre?

◆ IGY (IS) TELEVÍZIÓZUNK MI

A testreszabás vagy KIT (azaz saját magunk által összeállítható készlet) a műsorszórás és műsorkészítés fejlődését is meghatározta. Ha a televízió nem kapcsol időben, akkor elveszítheti a tartalomszolgáltatói piac jelentős részét. Az eNet Internetkutató fogyasztói szokásokat felmérő kutatása szerint a tévének három vetélytárral kell ringbe szállnia a fogyasztók kegyeiért. Az egyik a YouTube, a másik a torrentezés, a harmadik pedig az interneten keresztül egyidejű adatfolyamként (streaming) nézhető televíziós tartalmak, például filmek, sorozatok. Ez utóbbira példa a Netflix, az Amazon Prime vagy a Hulu. Az általuk nyújtott műsorfogyasztási újdonságokat mi, magyarok még csak ízlelgetjük, de a tengerentúlon már jelentősen megbolygatták a műsorszolgáltatói piacot.

A kutatás egyik készítője, Pintér Róbert, az eNet kutatásvezetője és a Corvinus Egyetem Infokommunikációs Tanszékének adjunktusa elmondta, hogy a műsoros tartalmak fogyasztása terén most még párhuzamos világok vannak. Ez azt jelenti, hogy a hagyományos televíziózás mellett jelen van az új típusú, internetalapú médiafogyasztás. Szerinte médiafogyasztási szokásainkat részben az határozza meg, hogy melyik időszakban szocializálódunk. A 60-as és annál idősebb korosztály számára az újság és a rádió, a 40-esek és 50-esek számára a tévé, a 30-asok vagy annál fiatalabbak számára pedig az internet a mérvadó média.

TÉVÉ HALADÓKNAK

Mivel a hagyományos televíziózás kihívói elsősorban az azonnaliságra összpontosítanak, a tévé is felvette a kesztyűt. Az ezredfordulón indult el a *time-shifting*, azaz a késleltetett tévézés: a felvett műsor bármikor megnézhető, egyszerre több is rögzíthető. Ezzel valóban a tévézés kezébe kerül a távirányító, s – amint egy kutatásból kiderült – így élvezhetőbb is a televíziózás. Mindenkinek tetszik, ha saját műsorfolyamot állíthat össze a neki megfelelő programokból. Tetszés szerint alakíthatjuk a nézési időt az on-demand szolgáltatással is. Ez olyan, mint egy digitális videotéka. On-demand, azaz igény szerint válogathatunk a set-top box segítségével a különböző tévéműsorok, filmek között.

ITT ÉS MOST

Ez a tálcán kínált lehetőség egyet jelenthet a kényelemmel, az itt és most élményével. Elsősorban a fiatalabb korosztályok igénye az, hogy valami elérhető legyen bárhol, bármikor. Ám az ezt kiszolgáló technológia behálózta életünket, hosszú távú hatása lehet, hogy fogy a türelem, a késleltetés hiánya pedig a várakozási képességet áthatja alá. „Tovább erősíthet olyan tendenciákat, ami jellemző a mai fiatal generációra: hogy mindent azonnal kapjanak meg” – támasztja alá Ábel Krisztina pszichológus.



SOROZATBARÁTOK, FIGYELEM!

Akár kényszerként is megélhető az a szabadság, amit a digitális környezet kínál azzal, hogy szinte korlátlanul nézhetjük a tartalmakat. Kialakulhat függőség, különösen a sorozatkedvelőknél. A sorozatnézés ma már széles tömegek szabadidős tevékenysége. A pszichológus szerint függésről akkor beszélünk, ha valaki három órát meghaladóan néz sorozatokat, és emellett hajlamos benne maradni abban a világban, ami távol áll a reális élettől. „A való élete unalmassá válik, egy mesterségesen gerjesztett világot tapasztal meg, érzelmeit pedig a sorozat irányítja” – összegzi a szakember. Roger Silverstone, a „Médiaerkölcs” című könyv szerzője szerint a média egyre tolokodóbb alternatívát nyújt arra, amit nem tudunk megtapasztalni a fizikai térben.

AZ ON-DEMAND VILÁGÁBAN

Ha tudatosan használjuk ezt a lehetőséget, úgy érezhetjük, hogy kezünkben a kontroll. Silverstone szerint a műsorsugárzás időbeli beosztásával keretet teremtünk a mindennapok beosztásához, ami csökkenti a bizonytalanságot. A digitalizáció, az információtechnológia lehetőséget ad arra is, hogy kis számú és szétszórtan elhelyezkedő fogyasztók is hozzájussanak a nekik tetsző tartalmakhoz.

„Ez a long tail (hosszú fark) közgazdasági fogalommal magyarázható – mondja Pintér Róbert –, amely a médiafogyasztásra úgy fordítható le, hogy az egyik oldalon áll a kevés tartalom, amely sok embert érdekel, a másikon pedig a sokféle tartalom, amely külön-külön kevés embert vonz, de összességében tömegeket érint. Ez utóbbiakat is figyelembe veszi ez a modell.” Tulajdonképpen végtelen választék alakul ki, ez pedig átalakítja az üzleti modelleket is.

Az on-demand világában más változások is bekövetkeznek. Például, ha saját zenei rádiót állítunk össze egy legálisan használható zeneletöltő segítségével, vagy „saját híradót” kreálunk a minket érdeklő hírfolyamból, akkor nincs szükség olyan szelektálókra, akik megmondják, hogy mit tekintsünk hírnek. Pintér Róbert szerint azonban ezek a szereplők nem tűnnek el, inkább átalakulnak az üzleti modellek.

A változások még nem jelentik a tévé végét. Egy amerikai médiabefektető szerint a televízió tíz éven belül teljesen internetalapú és on-demand lesz. Az on-demand technológia egyik célja a tudatosságra nevelés, segítségével a tévézés tervezhető, értelmes szabadidős alternatívává válik. Egyébként nekünk, a médiakultúra résztvevőinek, tudnunk kell felelősséget vállalni saját részvételünkért. ♦