

# NEMZETKÖZI INFORMÁCIÓMÉRLEGEK, MAGYARORSZÁG INFORMÁCIÓMÉRLEGEI, 1990-2002

Dienes István, [homputers@yahoo.com](mailto:homputers@yahoo.com).

## *Abstract*

A short historical review of information accounting is given. The need for information accounting in Hungarian official statistics is discussed. Major aggregates of information accounts are given and their values are analysed in comparison with those for 1990.

After 1990 the accelerating growth of information has continued. Bulk of output is still TV and radio-broadcasting. Structure of consumption imitates that of output. Significance of – uncomensated – information transfers, externalities, and information flows accompanied to economic transactions is growing. Share of domestic productions in domestic output is decreasing. People consume more and more „canned” and less first-hand information. Volume of human knowledge still outweighs that of information products, though its volume is decreasing. Output of digital mass media (portals) is still less than that of newspapers and journals. Volume of digital products is dominant over traditional paper media.

## *Tartalmi kivonat*

Magyarországról ma nem áll az érintettek rendelkezésére olyan átfogó, kormányzati szintű információstatisztika, amely az információfolyamokat és tudást teljességében közös értékbeni és természetes mértékegységekben mutatná be.

## 1. Bevezetés

Egy ország népét szolgálni kívánó kormányzatának az a feladata, hogy a társadalmi-, gazdasági folyamatokat figyelemmel kísérvén, azokat folyamatosan értékelje, s a köz érdekében szükséges intézkedéseket tegye. Bár ettől az ideáltól a mai demokratikus kormányok sokszor elég távol vannak, a mindenkori hivatalos statisztikai szerveknek ettől függetlenül az a feladata, hogy ebből a szemszögből, tehát a köz érdekében megteendő országos szintű intézkedések megtételének érdekében mutassa be a mindenkori jelenségeket és folyamatokat. Ebből a szempontból az az érdekes, hogy

### **Minek, mire, milyen és mekkora hatása van?**

Kissé közelebről: ha információról beszélünk, a „minek” a „mi”-je valamely információs szolgáltatás, vagy termék, például rádióműsor-szolgáltatás, hírszolgáltatás, orvosi, vagy jogi tanács, televízióműsor-szolgáltatás, Internet-szolgáltatás, könyv, zenemű, hanglemez, szoftvertermék. Még közelebről, nem ezek, hiszen ezek nem önmaguk hatnak, hanem ezek előállítása, felhasználása, fogyasztása, felhalmozása, behozatala és kivitele az, amelyet nemcsak nézni, hanem látni kell..

A „Mire?” kérdést kormányzati szempontból vizsgálva nyilván valamennyi, egymással többé-kevésbé ellentétes érdekű résztvevőt vizsgálni kell, az előállítót, a forgalmazót, a felhasználót, a fogyasztót, a felhalmozót, de kormányzati szinten, úgy, hogy abból az országos, vagy nemzeti „nagyobb érdek” megállapítható legyen. Sehol a világon nem hagyható figyelmen kívül a „Rest of the world” a külföldi termelő, fogyasztó, forgalmazó, illetve ezek összessége a „Külföld”. Pontosabban szólva, nem a fogyasztóra, forgalmazóra, felhasználóra, a külföldre gyakorolt hatást kell vizsgálni, hanem ezek jövedelmére, vagyonára, jólétére.

A „Mekkora?” kérdéssel kapcsolatban meg kell állapítani, hogy a sokféle „anyagi” és „nem anyagi” hatást természetesen aligha lehet másként összehasonlítani, mintha azokat közös természetes és pénzübeni mértékegységekben mérjük.

A „Milyen?” kérdésre adandó válaszadás összefüggések keresését jelenti, amelyek leírják, hogy a megfigyelhető, a befolyásolható értékű és a közvetlenül nem befolyásolható célismérvék között milyen összefüggések vannak.

Mindebből a rövid áttekintésből is tehát nyilvánvaló, hogy az információs jelenségek és folyamatok megfigyelését nemzeti vagy országos szinten nem lehet másként vizsgálni, csak a nemzeti számlák szintjén és fogalomkörében, mérlegszerűen végigkövetve az ország információháztartását alkotó vertikumokat. Ez napjainkban, amikor minden ilyen szolgáltatás vagy termék tartalommal válhat vagy azzá is válik, nemcsak szükségessé, hanem lehetségessé is vált.

Vizsgáljuk meg, hogy mennyire tesznek eleget mindezeknek a követelményeknek a legnagyobb volumenű információt közvetítő elektronikus tömegkommunikáció médiumairól szóló mai magyarországi és nemzetközi médiastatisztikák. A az Országos Rádió és Televízió Testület, Központi Statisztikai Hivatal, és az Eurovisual Audiovisual Observatory statisztikáit tekintjük át, majd megemlékezünk a tömegkommunikációs szakma önképéről Terestyéni Tamásnak a Jel-Kép c. folyóiratban megjelent írása kapcsán.

Nem állítjuk, hogy egyes, a továbbiakban általunk hiányolandó adatok egyáltalán nem lelhetők fel, van ilyen is. Állításunk az, hogy társadalmunk, országunk

információháztartásának egészét, annak egészében a köz érdekében való beavatkozás céljából kellene vizsgálnia és bemutatnia a hivatalos statisztikának, s ez így együtt az, ami hiányzik. A részletkérdésekbe visszavonult, bár módszertannal körülbástyázott, hivatalos statisztika t.i. elveszti erejét és hasznát.

### *1.1 Az Országos Rádió és Televízió testület évkönyve*

Az Országos Rádió és Televízió Testület éves beszámolóiban ad számot jogszabály szerinti, többek között statisztikai tevékenységéről. A legutolsó elfogadott és megjelent beszámoló a 2001. évi. Az 551 oldalas kiadvány számos témával foglalkozik, mondanivalóját gazdagon illusztrálva.

A frekvenciagazdálkodás helyzetével indít, bár nem közli a frekvenciák, mint erőforrások hozadékát, az árverések/tárgyalás során elért árakat. Nem tájékoztat arról, hogy a második közszolgálati csatorna változatlanul csak az ország területének felénél kisebb részén vehető, a közszolgálati műsorok terén tehát a helyzet rosszabb, mint tíz évvel ezelőtt. Arról sem szól, hogy a lakihegyi adó üzembehelyezése óta milyen mértékben zsugorodott össze a magyar földi rádióműsorszórás vételkörzete. A II. fejezetben bemutatja a műsorszolgáltatók tulajdonosait, a III. fejezetben vélemény-nyilvánítás szabadságát, s ezen belül tárgyalja a médiapaic és a médiafogyasztási szokásokat, és a műsorkínálatot.

Ez utóbbit az MTA-ELTE kutatócsoport elemzi. 26 táblázatban írják le. Az ORTT adatgyűjtési rendszere nem csomag alapú, így a jelszolgáltatás műsoronkénti mennyiségének mérésére nem, csupán az előfizetői kínálat egy fajta bemutatásra alkalmas. Az összeállítás nem veszi tekintetbe, hogy műsorkínálatról a TK vertikumban legalább öt szinten lehet beszélni: a jelszolgáltatók előtt álló kínálatról, amelyből kiválasztják az általuk továbbítandó műsorokat (műsorszolgáltatói választék - jelszolgáltatói választék) az előfizetők előtt álló kínálatról, amelyből csomagra való előfizetéssel választanak (jelszolgáltatói kínálat - előfizetői választék), végül a csomag előfizetőjeként rendelkezésükre álló kínálatról (előfizetői kínálat – nézői választék). A kábelhálózatba be nem kapcsolt vevő számára a nézői választék azaz a műsorszórói, AM mikro szolgáltatói kínálat – felszereltségétől függően - az egyéni műholdvevő antennával, AM mikro antennával, vagy más antennával vehető műsorok köre.

A fogalmi distinkció hiánya miatt a táblák vagy műsoróra, vagy műsordarab egységekben illetve ezek százalékában készültek, s így eleve nem mutathatják a legérdekesebbet, a vevők különféle választékait, s a választékon túl a kibocsátás/felhasználás láncokat.

Ezzel kapcsolatban idézi azt az ismer tény, hogy a listaáras és a ténystatisztikák szükségképpen különböznek, és nem hangsúlyozza, hogy nincs mindenre kiterjedő részletes reklámstatisztika. Sajnos csak röviden foglalkozik a spotokkal.

Az 1. táblázatban a rádió-hallgatottsági adatokat havi, a 2. táblázatban féléves bontásban kapjuk. A 3. táblázat a leghallgatottabb műsorszámokat tartalmazza, ezek budapesti párjai a 4. és 5. táblázat. A 6. és 7. táblázat a legnézettebb és a legnézettebb hazai gyártású műsorszámokat sorolták fel. Az öt nagy TV csatorna nézettségének napi menetét negyedórás bontásban egy ábrában tanulmányozhatjuk. Ezt követi egy érdekes de igen rövid „nézőtipológia”. A hírműsorok tájékoztatási gyakorlatáról szóló rész a magyar vonatkozású, a magyar és nemzetközi híreket, a pártkapcsolatokat, a kormánymegjelenést tárgyalja, s a közvetlen élőszóbeli megszólalhatóság, siker-kudarcs, erőszak tartalom témáival is foglalkozik.

A kínálatelemzést a megelőző, 2000. évi módszernek megfelelően végzi el. Megállapítja a szórakoztatás változatlan dominanciáját, a külföldi gyártású műsorok jelentős részesedését, a közszolgálati és a kereskedelmi csatornák egyre határozottabb „elkülönözését”.

Jelenleg a közszolgálati műsorkategóriák, a politikai tájékoztatás, kulturális hírek és magazinok, ismeretterjesztés, gazdasági programok, szolgáltatás jellegű információk, dokumentumfilmek, politikai fórumok és viták azok, amelyek a műsorszolgáltatás pozitív társadalmi gazdasági hatásainak elemzésére is felhasználhatók.

A 24. tábla darabszamos megoszlás a műsor gyártási helye szerint. A 26. tábla a műsorcím alapján közszolgálati jellegűnek minősített műsorok az összes műsorszám számához viszonyított mértékét adja meg az országos TV csatornákon.

Az információfolyamok mérlegszerű levezetése, egyáltalán felsorolása, az információ ára, a néző ára, a frekvencia ára, hozadékaik e táblázatokban nem merül fel.

Az évkönyv szerkesztői szólnak még a Panaszirodáról, az ORTT Irodájáról, működésének egyéb területeiről, és működésének statisztikai adatairól.

### *1.2 A szakma önképe*

Terestyéni a szakma évtizedes fontosságátudatában fogant cikkének a címe „A magyarországi televíziózás műsorkínálata” félrevezető, vagy legalábbis pontatlan. A „magyarországi televíziózás” fogalma alá ugyanis nemcsak a műsorszolgáltatás, hanem a műsorvétel, felhasználás is beletartoznék. A cikk valójában csak a magyarországi műsorszolgáltatók kínálatáról szól. A külföldi eredetű műsorszolgáltatók magyarországi kábelen, antennán vagy mikron át vagy közvetlenül elérhető műsorkínálatának bemutatása nélkül nem lehet például vizsgálni a teljes magyarországi műsorpiacot, az egyes szolgáltatók térnyerését vagy térvesztését. Nagyobb gond az, hogy amit a cikk bemutat, az tényszerűen sem kínálat. Kínálat ugyanis az, ami elérhet a fogyasztókhoz, elér a fogyasztók bekapcsolt, vagy kikapcsolt készülékeinek bemenetére. Közismert, hogy a műholdas és AM mikro adások, de a kábeltelevízió sem jut el milliók készülékeire. Az M2 csak azok számára, az ország harmadának kínálat, akikhez eljut. Ezek a statisztikák a műsorszolgáltatók műsorórán mért kínálatát mutatják, a vevő számára felhasználható kínálat csupán a csatornavevőkészülékórán mért kínálat. Az antenna és kábel nélküli vevőknek csak a műsorszórás vevőkészülék-órán mérhető kínálata a kínálat.

A homályos cím elfedi illetve lehetővé teszi azt is, hogy a szerző ne foglalkozzék a magyarországi műsorszolgáltatók külföldre, elsősorban a Kárpát-medencébe szórt illetve továbbított adásaival. Így nem tudjuk meg, hogy az erdélyi, szlovákiai, ungi vagy beregi magyarok mit és mennyit láthatnak és a nézettségi statisztikákkal egybevetve, hogy asszimilációjuk során milyen ütemben szűnnek meg - a magyar nemzeti információvagyion részének lenni.

A cikk anyaga lényegében követi az ORTT előző évi évkönyvében megjelent összefoglalás szerkezetét, ami előnye, hiszen összehasonlítást tesz lehetővé, és hátránya, hiszen mindazok a hiányosságok felfedezhetők, amit ott említettem. Az 1. táblázatban találjuk a műsorok darabszámát a kiválasztott jellemző márciusi hónapban. A műsorok darabszáma azonban inkább a gyártásfinanszírozás, gyártásszervezés, műsorpolitika függvénye, mintsem a műsorok mennyiségének. Természetesen, a műsorstruktúra változatlansága annak is tulajdonítható, hogy a műsor-nómenklatúrának és a tényleges besorolásnak a műsorstruktúra valóságos tartalmához esetenként nincs sok köze. Például az MTV 2003. június 8-án, miközben az egész ország amúgy is érezhette a melegrekord megdőlésével járó kánikulát, a híradó fő-műsoridőben legfontosabb vezető hírként fürdőzőket mutatott, majd tudósított a tűzoltóorvosokról, miközben egyetlen szóval sem emlékezett meg arról csíksomlyói zarándoklatról, amelyen több százezer magyar vett részt. Egy ilyen híradóműsornak a helye kétségtelenül inkább a ”propagandaműsorok” kategóriában lenne a helye, ha lenne ilyen. A hírműsor a szavak nem-újbeszél értelme szerint bizonyára az állampolgárok, a közösség

eligazodását megkönnyítő újdonságértékű közlés, s mint ilyennek a hallgató számára bizonyára van, lenne gazdasági hozadéka is. A propagandának közgazdasági értelemben vett hozadékot viszont a propaganda megcélzottja számára inkább orwelli országokban lehet feltételezni.

Ezt követi a 2. táblázat, amelyben a közszolgálati és a két országos kereskedelmi csatorna műsoridejét közli az év folyamán. A 3. táblázat műsordarab százalék egységekben adja meg az új és ismételt műsorok mennyiségét, ez a táblázat azonban csak azt mutatja, hogy az M2 műsorpolitikája az MTV műsorának ismétléseire épít (a szerző ezeket a csatornákat MTV1 és MTV2-ként említi). A 4. táblázat is az ismétlésekkel foglalkozik.

Információstatisztikai és nemzetgazdasági szempontból egyébként az ismétlések lehetnek pozitív vagy negatív hatásúak. Valamely társadalomromboló program ismételt vetítése több kárral, ellentété több haszonnal jár.

Az 5-6. táblázatban e műsorok célközönségét mutatja be a szerző: Nagyközönség, ifjúság, idősök, nők, nemzetiségiak, falusiak, bontásban. Bár e csoportok kétségkívül egzakt módon definiálhatók, kérdéses, hogy nem inkább élethelyzet szerinti csoportokra kellene tervezni e műsorokat. A 7. táblázat a műsортípusok gyakoriságát mutatja. A szerző egyes műsorfajtákra a „fajsúlyos” ill. a „könnyű szórakoztató” jelzőket használja. A főleg a helyzet változatlanságáról szóló értékelésnél szempont még a „magas kulturális érték”. Az ilyen „értelmiségi” értékelésből soha nem derülhet ki, hogy az adott év, adott időszak alapján vizsgálva a „televíziózás” az előző évhez képest nagyobb, vagy kisebb mértékben járult-e hozzá az emberek tájékozódásához, szellemi tőkéje gyarapodásához, erényesedéséhez, s miért. A műsортípusok hatásuk szerinti főcsoportjai [] lennének alkalmasak arra, hogy ilyen kérdésekre válaszoljunk, ezek azonban az anyagban nem szerepelnek. Alkalmasak lehetnének, ismét, ha nem a műsorszolgáltatók műsoridejére, hanem a vevőkészülékek csatornaórájára vonatkozó adatokat tartalmaznának. A szakmának természetesen érdeke az európai szintű stabilitás tényének hangsúlyozása.

A szerző külön fejezetet szentel a belföldi gyártású műsoroknak. A 17-19. táblákból megismerhetjük a produkciók darabszázalékos megoszlását. A darabszámú megoszlás azonban bár jól korrelált, de nem feltétlenül azonos a hatások mérésére alkalmas, műsoridő szerinti megoszlással, így egy átfogó helyzetkép készítésénél csak becslésre használható.

### *1.3 Központi Statisztikai Hivatal*

Mint ahogy a KSH-nak jelenleg már évek óta nincs átfogó információstatisztikai kiadványa és nincs a tömegkommunikációval foglalkozó átfogó kiadványa sem, vegyük kissé szemügyre a KSH 2001. évi évkönyvét. A 2001. évi hivatali évkönyvben a 12. Kultúra fejezetben bemutatott 25 táblázatból a könyvkiadásról nyolc, a könyvtárakról, filmekről, színházakról, tömegkommunikációról és az olimpiákról (!) kettő, a közművelődési intézményekről, mozikról, hangversenyekről, népi együttesekről, múzeumokról, és a költségvetés kulturális kiadásairól egy-egy táblában találunk adatokat. A könyvtárak, közművelődési intézmények, mozik, színházak, múzeumok és tömegkommunikáció esetén mind a kibocsátásról, mind a felhasználásról közzétesznek nagyvonalú adatokat. Nézzük azonban, hogy ezek az adatok mennyiben alkalmasak arra, hogy azok alapján ne csak olvassunk, hanem tájékozódjunk is.

A tömegkommunikáció bemutatásából eleve teljesen hiányzanak a sajtótermékek. Nem kétséges, hogy a naponta több mint 250 ezer példányban elfogyó napilapok – pusztán mennyiségüknél fogva igen jelentős hatást gyakorolnak olvasóikra, s azok környezetére. Az olvasó tehát eleve nem kaphat átfogó képet, ezen belül nem szerez tudomást az írott sajtó folyamatairól, például a példányszámcsökkenésről, az ingyenes lapok, a bulvársajtó és a

Magyar Nemzet előrenyomulásáról, vagy lapok és a hirdetések aránylag kis terjedelméről például az USA lapjaihoz képest.

Szűkebb területünkön, a rádió-, és televízióval kapcsolatos szolgáltatásokról a 12.19 sz. tábla adatait kapjuk kézhez. Ebben azonban csak a közszolgálati adók műsoridejének műsortípus szerinti megoszlásáról olvashatunk. A rádióadók műsorából hiányzik a regionális adók műsorideje, valamint a, például a BBC-nek, átadott műsoridő. Ismeretes, hogy a közszolgálati adók műsorideje az ország területén vehető bel-, és külföldi műsorszolgáltatók műsoridejének alig néhány százaléka. A közszolgálati TV-adók műsorainak nézőszáma a teljes nézőszám csak 10-20% körüli része.

Ilyen módon e területről akkor sem kapunk világos képet, ha a közölt adatok fajtája ezt lehetővé tenné. A műsoridő megoszlása azonban ismét csak a műsorszolgáltató kibocsátását jellemzi. Az amiből a néző választ, amit a néző fogyaszt, nem a műsorszolgáltató, hanem a (kábeltelevíziós) jelszolgáltató, vagy a műsorszóró szolgáltató szolgáltatása. E tevékenységekre vonatkozóan a 27. Posta és távközlés fejezetben találunk adatokat, egy-egy táblát a rádió-, illetve televízióműsor-szórásról, kettőt a kábeltelevíziós szolgáltatásról. Bár a rádióműsor-szórásról szóló táblák is csak közszolgálati műsorok szórásáról szóló adatokat tartalmaznak, a címben illetve lábjegyzetben erről nem esik szó, így a tájékozatlan olvasó félreinformálódik. A televízióműsor-szórás adatairól szóló táblázat nem logikus, hiszen itt találjuk a műsorszolgáltatás körébe tartozó műsoridő adatokat is, ezúttal a közszolgálati és a két országos kereskedelmi program együttes műsoridejét. Az itt közölt országos éves adat, 34 179 óra, a kulturális fejezetben a közszolgálati TV adókra megadott 23 573 órával összevetve alátámasztja, hogy milyen mértékben hiányos a kulturális fejezetben közzétett statisztika, hiszen még a nagyobb számból is hiányzanak a helyi adók és különösen a külföldi műsorszolgáltatók kábeltelevíziós jelszolgáltatók által továbbított műsorai.

A 12.23 táblának egy oszlopában mutatják be a kötet szerkesztői a televízió-előfizetések számát régióként. Ismeretes, hogy mára csaknem minden háztartásban van legalább egy TV műsorvevő. Ilyen körülmények között az előfizetések számának közzétételével inkább csupán a bliccelők számáról tájékozódhatunk. Az előfizetések száma amúgy sem alkalmas arra, hogy a műsorszolgáltatás fogyasztásáról, sem hogy a jeltovábbító vagy műsorszóró szolgáltatás fogyasztásáról képet kapjunk. A régiós beosztás pedig közismert módon csupán brüsszeli igényeket tükröz, nem valós szociodemográfiai, történelmi, közigazgatási vagy politikai egység.

A kábeltelevíziós szolgáltatásról szóló 27.8 táblából megismerhetjük a bekapcsolt lakások és előfizetők számát. Ilyen módon megtudjuk ugyan, hogy hány háztartás részére nyújtanak a szolgáltatók jelszolgáltatást, azonban nem kapunk választ a „Mekkora” kérdésre, hiszen nem tudjuk, hogy ez hány csatornavevőórát jelent, azaz e fogyasztók részére hány csatornát biztosítottak, de nem kapunk arra nézve adatokat arra nézve sem, hogy e szolgáltatást a készüléktulajdonos hány órára vette igénybe, s különösen nem hallunk a bekapcsolt vevőkészülék-órákról illetve a „peoplemeter” segítségével mérhető nézőórák összes számáról.

Mint a távközlési adatgyűjtések öt éven át volt gazdája, s jó részük megalkotója, tisztában vagyok azzal, hogy az általam hiányolt adatokhoz szükséges felvételek egy része, éppen például a „peoplemeter”-es adatok a KSH hagyományos adatgyűjtési rendszeréből hiányoznak, nincsenek hagyományai. Az U.S. Bureau of Economic Analysis-hez hasonlóan azonban a hivatalnak ilyen helyzetben nem lenne szabad idegenkednie attól, hogy átvegye az országban egyébként rendelkezésre álló adatokat, vagy kidolgoztassa azokat.

Hogy világos legyen, alább bemutatom a rádió-, és TV-vel kapcsolatos szolgáltatások ágazati kapcsolatait, s megismétlem, a KSH évkönyvből nem ismerhetők meg a társadalom

információháztartása szempontjából legfontosabb, hiszen a forgalom zömét adó szolgáltatások I/O adatai természetes mértékegységben.

A KSH más kiadványaiban tájékoztat egyes elektronikus tömegkommunikációs szolgáltatások felhasználásáról. A tíz évente történő *időmérleg felvételekben* megkérdezik, hogy mennyi időt töltenek rádióhallgatással, televízió-nézéssel. Ebből azonban nem lehet megtudni, hogy mennyi időt töltöttek e nézők a különböző adókról származóan hír-, ismeretterjesztő, „szórakoztató”, stb. műsorok nézésével, vagyis hogy mennyit fordítottak szellemi tőkéjük gyarapítására és mennyit saját inaktíválásukra.

A „Vezetékes műsorjel-elosztó szolgáltatások Magyarországon 2001” c. kiadványban a 9. oldalon a jelszolgáltatók jelszolgáltatásának felhasználása is ismertté válik, megtudhatjuk, hogy csatornaszám-csoportonként hány előfizetője van a kábeltelevíziós jelszolgáltatóknak. Ezekből a számokból azonban nem lehet pontos csatornanevőkészülék-óraszámokat számítani az osztályonkénti megadásmód és a műsoridők ismeretlensége miatt. A 7. táblázatból ugyan nyelvenként megtudjuk, hogy hányan fizetnek elő olyan csomagra, amelyben legalább egy ilyen nyelvű műsor van, de ez arra sem alkalmas, hogy a jelszolgáltatók által behozott, illetve sokszorosított műsorjelek mennyiségét kiszámítsuk. A mutató felépítése abból a valótlan feltevésből fakad, hogy a vevőnek mindegy, hogy milyen angol, német stb. nyelvű programot kap. E számok nem alkalmasak arra, hogy ebből a műsorimport mennyiségét vagy a behozott műsorok felhasználásával készült jelszolgáltatás volumenét, pláne ezek felhasználását kiszámítsuk. E kiadvány számai jelenleg teljeskörűsítés nélküli nyers adatok. Ebben a kiadványban találunk egyedül árakat, azok azonban csak csomag, és nem csatorna vagy csatornaóra mértékegységben vannak megadva, vagyis átfogó információstatisztika nem készíthető belőlük.

Ugyanez a helyzet a „Kulturstatistikai adattár” 2002. évi kiadásával is. Ez 5 táblát szentel az összefoglaló adatoknak:

- a kulturális intézmények számának, a rádió-, és televízióműsor-szolgáltatók, a könyvkiadók, lemezkiadók, napilap és folyóiratkiadók nélkül,
- az előadások adatainak, az ezekkel analóg műsoradatok nélkül,
- a látogatóknak, azaz fogyasztóknak, a műsorfogyasztók nélkül
- a művelődés „egyéb lehetőségei”-nek ahol a könyvtárak és a közszolgálati műsorszolgáltatók műsoradatai találhatóak, ez utóbbi általában - a látogatók szerint - a Duna TV nélkül (!)
- a közművelődést jellemző arányszámoknak.

Megnevezésük szerint ez utóbbiak lennének olyanok, mint amelyek az általam felvázolt célokra szolgálhatnának. A tíz mutató közül öt fogyasztószám jellegű (könyvtárlátogatók, mozi, színház, hangverseny, múzeumlátogatók száma), öt kibocsátás jellegű, de hiányzanak az olyan mutatók, amelyek a vertikumok kibocsátásának és felhasználásának viszonyát, és mindezek nemzetgazdasági összefüggéseit mutatnák be.

Az összefoglaló fejezet után a könyvkiadással 14, a könyvtárakkal 9, a közművelődési intézményekkel 10, a mozikkal és a filmgyártással 7, a színpadi szórakoztatással 9, a tömegkommunikációval, beleértve az elektronikus és a nyomtatott sajtót is 5, a muzeális (Sic!) intézményekkel 7 táblában foglalóznak a szerkesztők. Úgy tűnik a szabad könyvpiaci rendszerben nem sikerült megoldani a könyvtárak megfigyelését, vagy a szerkesztőket elrémítették a tények.

Egyik kiadvány szerkesztői sem tartották fontosnak, hogy bemutassák a tömegkommunikációs vertikum működés módját meghatározó gazdasági adatait.

#### 1.4 Az Audiovisual Observatory évkönyve

Az Audiovisual Observatory statisztikája elsősorban a hirdettetőt és a hirdetőt tájékoztatja, „TV channels available”, mekkora a „Coverage” „TV audience market share”. „Total TVHH” vagy „Prime time”, hol hirdessen, mekkora a csatorna értéke, érdemes-e befektetni, csatornát vásárolni. Csupán piaci szempontból közli a „From Hungary towards foreign countries”, és a „TV channels broadcasting from abroad with version in Hungarian”. Ez a kiadvány tartalmaz gazdasági *adathelyeket* is, adatokat Magyarországra nézve csak a MTV-re: Public funds, mkint „Grants”, Licence fees”, „Taxes on goods and services”, valamint a másik piaci bevétel-oldali „Advertising”, „Sponsoring”, „Programme sales” és „Merchandising”. A költségek Engineering, Administration, Transmission és Financial costs. A műsoridők „by genre” megoszlása.

## 2. Megbeszélés

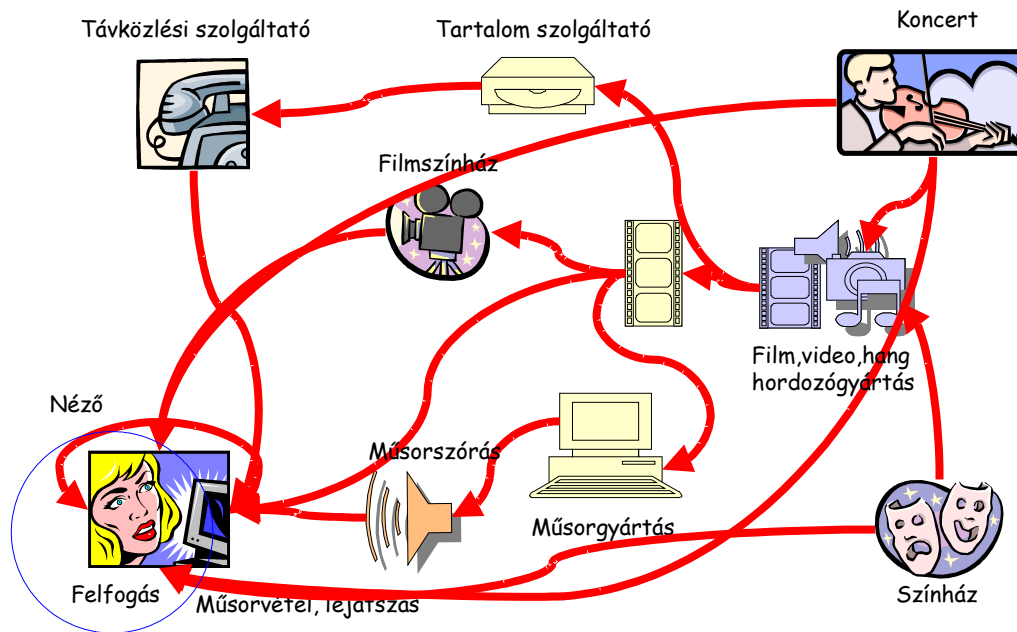
Ami a statisztikákból egészen hiányzik, az a tömegkommunikáció pénzügyi gazdasági oldala. Hiányzanak a műsorszolgáltatók, jelszolgáltatók műsorszórók tulajdoni viszonyai, a keresztf finanszírozásra vonatkozó adatok, a nézők a vételre fordított saját ráfordításai, s végképp hiányzik a szabadidős tevékenység a TK miatt elmaradt hasznának értékelése.

Amint láttuk, a jelenleg használatos átfogó tömegkommunikációs statisztikákból nem rajzolódik ki a magyar és a magyarországi világ egy olyan hivatalos-statisztikai helyzetképe, hogy azokból a cselekedni kívánó politikai vezetők, közigazgatási tisztviselők lássák tennivalóikat és modellezni tudják tervezett intézkedéseik következményeit. Hiányzik az a szemlélet, a fogalmi háttér is, amellyel a kormánynak kellene néznie ezt a világot. A szükség és lehetőség esetén cselekedni kívánó kormányt nyilván nem a szórakoztató és a könnyűzenei műsorok aránya kell érdekelje, hanem az, hogy egy műsor, lett légyen az az egyik vagy másik, vajon hozzájárul-e a néző szellemi gazdagodásához, erkölcsi gyarapodásához, ez kétséges, vagy éppen ellenkezőleg, a műsorok mely része, miért és milyen mértékben kifejezetten káros.

A közszolgálati műsor egy, az ország népessége érdekében működő államban nem attól közszolgálati, hogy sokan nézik, hanem attól, hogy közfinanszírozásban gyarapítja az ország és a nemzet szellemi vagyonát azzal, hogy felhasználható információt szolgáltat az egyes állampolgárok szellemi és erkölcsi gazdagodásához. S ezt azért tudja tenni, mert az erre alkalmas műsorokat olyan mennyiségben és olyan sok embernek szolgáltatja, hogy ezzel az ország információháztartásában mérhető teljesítményt nyújt. Nem pusztán tudásról kell szó legyen, hiszen a tudás, az intellektus, csupán egy része az ember szellemi javainak. Egy ország nem hódítás és kolonizáció útján történő felemelkedéséhez – mint Athén, a feltörekvő, fiatal Egyesült Államok vagy egy másik oldalról fekete Afrika igazolja – nem csupán intellektusra, hanem szorgalomra, az ész tisztületére, tisztességes együttműködésre, összetartásra, általában erényekre is szükség van. A tudástársadalom ideológusai erről elfeledkezvén (?) valójában a társadalmi kohéziót rombolják.



# A TK vertikum



1. ábra

## Információfolyamok az elektronikus tömegkommunikációs vertikumban

Az átlagos magyar állampolgár 2000-ben naponta az AGB Hungary szerint 247 percet, több mint 4 órát tölt TV nézéssel [Média]. A nők 257 percet, a legmagasabb, E vásárlóerő kategóriába esők 320 percet, több mint 5 órát, ébrenlétük csaknem harmadát töltik televíziózással. Mi lenne itt, ha ennek az időnek csak tíz százalékát nem passzív leépüléssel, a virtuális világban, hanem a valós világban töltené, önmagát és a közösséget valóban gazdagító szándékkal és értelmesen tíz millió magyar állampolgár? Ha nem az álomvilágban, hanem a magyar államban élne éber s lenne annak alkotó munkása. A munkaidőalap ma az összes munkavállalóra vetítve kevesebb, mint hat óra. A teljes felnőtt korú népességre vetítve ugyanez kevesebb, mint 5 óra. A televíziózás időalapja ennek ma már 80%-a. Az AGB Hungary szerint [Médiab] 2002-ben a naponta átlagosan a vizsgált csatornákat legalább egy pecig néző 9 082 319 fő a TV2 műsorát 80, az RTL Klub műsorát 79 az MTV műsorát 34 percen keresztül nézte. Az összes külföldi csatornára összesen 10 perc körüli érték jutott.

A reklám hajtotta televíziózás minden tizennégy százalékos csökkenése a munkaidőalap tíz százalékos növekedésével, évenként több mint kétheti munkaidőnek megfelelő mértékű idő felszabadulásával járna elhanyagolt és lepusztult országunkban.

Az öregedő, s így nehezedő helyzetű európai társadalmakat nem mutatványos műsorokkal (a show magyarul mutatványt jelent) kellene szedálni, hanem fel kellene ébreszteni és fenn kellene tartani egykori aktivitását, bármennyire is kockázatosnak tűnhet ez egyes politikusok szemszögéből, márcsak azért is, mert a keleti demográfiai nyomás erősödik. Ezek Európa valóságos kérdései, kormányzati szinten ezekkel kellene foglalkozni. A TV és rádió műsorszolgáltatás olyan kulturális, de legalábbis információs tevékenység, amely méreteit tekintve a legjelentősebb, de mégsem tartozik a kulturális tárca hatáskörébe, sőt sehova sem, ezenközben pedig éber óráink csaknem negyedében befolyásol, hatást gyakorol.

Ma a közügyekben jártas állampolgárok sem veszik tudomásul, hogy a tömegkommunikációban egyáltalában nem érvényesülnek a „pay per view” piaci viszonyok.

A kereskedelmi televíziók megjelenésével változatlanul nem a fogyasztó fizet az általa megnézett, meghallgatott képért, zenéért, szövegért, élményért, látványért, hanem a hirdető, és más, a médiumokra befolyással lévő szervezetek vagy személyek. A hirdető a kereskedelmi műsorszolgáltatónak a néző fejében megjelenő tudattartalomért fizet, s e tranzakciónak nem aktora, hanem tárgya a néző, hallgató. Nyilvánvaló, hogy a gazdasági tranzakcióban tárgyként részvevő lény, így a rabszolga, vagy a hizlalt állat, mely szintén nem fizet azért a gondosan ellenőrzött, vitaminokkal dúsított tápért, amellyel etetik, többnyire rosszul jár. A tömegkommunikáció ma, bár ez a nemzeti számlákból nem derül ki, jelentős jövedelem-újraelosztási folyamat.

A dohányipar századok múltán egyre kevésbé – bár persze még mindig – káros termékeket fejlesztett ki, ahogy az Egyesült Államok egészségtudatos elitje erre rákényszerítette, s ugyanez az elit törvényhozási eszközökkel is szorítja vissza a füstipart, amelynek évtizedeken keresztül sikerült az ellen szóló bizonyítékok előállítását megtorpedóznia vagy elszabotálnia. A tömegkommunikáció ellen ma még nem lép fel egy szellemi egészségtudatos elit, hát egyre kártékonyabb termékekkel jön ki. Az ORTT évkönyvben bemutatott statisztika bizonyítja, hogy a magyar népesség többsége, számos vonatkozásban döntő többsége, e termékek károságának tudatában van, ellenzi. Vajon miért nem követi az Országgyűlés, a pártok a nép akaratát?

Bár ez az Internet próféták számára talán szomorú, de mint azt a számok mutatják, ma is a elektronikus tömegkommunikáció, és nem az Internet illetve számítástechnikai szolgáltatások azok, amelyek dominánsak az ország információhíztartásában. Mégis, nem kevésbé van szükség az Internet és a hagyományos információs szolgáltatások átfogó információstatisztikájára.

A világ az információs javakat szemléletben még nem kezeli megfelelően, vagy talán sohasem fogja. Az időfelhasználási statisztikában az ENSZ Statisztikai Hivatal is önálló csoportként kezeli „Mass media use” címen. [ESA]. Az európai médiaszervezettől nem várható, hogy ilyen irányú módszertani útmutatót bocsát ki, az információhíztartás statisztikájához nem szakmai, hanem kormányzati, nem is kormányzati, hanem országos érdek fűződik. Az Eurostat és az OECD – érthetően – az információs tevékenységek ráfordításait elemzi, érdeklődését az ICT szektor köti le.

Az átfogó információstatisztika mérlegszemléletben megjeleníti a TK vertikum valamennyi szereplőjét is és ez alapján állapítható meg például, hogy a ismeretterjesztő, viselkedésminta-szolgáltató, hírszolgáltató, és más műsorokat felhasználva, az állampolgárok mennyiben gazdagítják országunkat és a közösségi-kapcsolat romboló, passzíváló, munkaidőalap-csökkentő, a fizikai állapotot rontó, agressziót-terjesztő és más hatások révén mennyiben vannak káros hatással reá. Az átfogó nemzetgazdasági szemléletű információstatisztika kérdése a tömegkommunikáció médiumaival kapcsolatban nem az, hogy „Mibe kerül eggyel több néző?”, „Mibe kerül egy perc üzenet eljuttatása 1 millió emberhez?”, nem is az, hogy „Itt kell-e hirdetnem, vagy ott?”, vagy az, hogy „Betartották-e formailag a műsorszolgáltatók a jogszabályban vagy szerződésileg számukra előírt műsorarányokat?” hanem az, hogy „Mi lenne, ha a néző nem ilyen fajta, hanem olyan műsort kapna?”, vagy még inkább; „Mi lenne, ha a néző valamely időtartamban nem is televízió-nézéssel töltené idejét?” A kínálattal kapcsolatban tehát nem a csatornák felcserélhetőségével, hanem a különböző információs tevékenységek felcserélésével, illetve az információs és nem információs tevékenységek felcserélhetőségével, helyettesíthetőségével és helyettesítendőségével foglalkozhatna.

A KSH évtizedek óta kialakult igen hasznos, nemzetközileg is összehasonlítható alapadatokat tesz közzé. Tevékenységét láthatóan a „magas kultúra” iránti figyelem jellemzi.

Ugyanakkor a KSH átfogó kulturális kiadványai nem átfogó szemléletűek, aránytalanok és hiányosak. Nem átfogó szemléletűek, mert nem teszik lehetővé e szolgáltatások kibocsátásának és felhasználásának együttes, természetes-, és pénzmértékegységben mért volumenének és arányainak elemzését és összevetését más szolgáltatások kibocsátásával és felhasználásával. Aránytalanok, mert a legnagyobb volumenű, a legnagyobb társadalmi és pénzügyi kihatású tömegkommunikációs szolgáltatásokkal és termékekkel nem volumenükkel és társadalmi, pénzügyi, valamint kulturális kihatásukkal arányos mértékben foglalkoznak. Például az időmérleg adatok szerint a magyar népesség könyvolvasásra naponta néhány percet szentel, s a kulturisztikai adattár a könyvügyre 23 táblát áldoz. Ezzel szemben annak az elektronikus tömegkommunikációnak, amire a népesség naponta mintegy 200-szor annyi időt (nem tévedés) fordít, mindössze ötöt. Hiányosak is a KSH ilyen kiadványai, s a hiányosságok oldalakon keresztül lennének sorolhatók, csak egyetlen példa: egyetlen adatot sem tartalmaznak a Magyar Köztársaság költségvetése kulturális fejezetének előirányzataiból, sem a tervekről, sem a teljesülésről. A tömegkommunikációs és kulturális statisztikát ezért ma jelentős mértékben diszfunkcionálisnak tarthatjuk.

### **3. Információs elszámolások**

Mint a bevezetésben említettem és a tömegkommunikációs vertikum legfontosabb statisztikai kiadványainak kissé részletesebb, bár igen nagyvonalú elemzésével talán sikerült is bizonyítanom, a hagyományos, ágazati szemléletű statisztika nem ad támpontot a kormányzatoknak ahhoz, hogy országuk információhíztartása tárgyidőszaki működésének lényeges következményeit számba vegye.

Ennek felismerése vezette azokat, akik felvetették az információs elszámolások gondolatát, majd megkezdték ilyenek kidolgozását. Porat, De Sola Pool, Inose munkásságát követően a magyar KSH valamennyi statisztikai hivatalt megelőzően indított, még 1982-ben először kutatási programot, majd vezetett be és tett közzé a nyolcvanas évek végén olyan standard nomenklatúrákat amelyek alkalmasak voltak a társadalom információhíztartásának megismerésére. Az adatokból 1990 és 1997 között átfogó információstatisztika készült, amelyből – információmérlegeket is tartalmazó - kiadványok kerültek az érdeklődők kezébe []. Az információs elszámolások rövid történetét []-ben lehet olvasni.

A legjelentősebb fejlemény e téren a Berkeley egyetemnek az M3 és a U.S. kormány által finanszírozott kutatása []. Ennek során 1999-től médiumonként természetes bit mértékegységben elszámolják nemcsak az Egyesült Államok, hanem az egész Föld információkibocsátását. Külön vizsgálják az „eredeti” példányok (originals) és a „másolatok” (copies) kibocsátását. Számba veszik az információs termékek állományát (stock). Ennek a kutatásnak akkor is nagy a jelentősége, ha az elszámolásban szereplő számos mutató és mérleg közül csupán néhányal foglalkozik, és éppen a tömegkommunikáció számbavételénél elmarad a fogyasztókkal, a nézőkkel és hallgatókkal kapcsolatos folyamatok bemutatása, ami a megrendelők érdeklődésének irányával magyarázható.

2000-2001-ben kísérlet történt az ESA-hoz tartozó európai információs elszámolás kifejlesztésére, azonban végül – informális tájékoztatás szerint a KSH távolmaradása miatt - erre nem került sor. A KSH jelenlegi információstatisztikai vezetőjének hozzáállását egyelőre az jellemezi, hogy a KSH-ban korábban 15 éven át folyt információstatisztikai tevékenységet letagadja: „”, vagy játéknak minősíti.

Ezzel együtt a Központi Statisztikai Hivatal korábbi, többéves gyakorlatával [19, 20] szakítva, évek óta nem tesz közzé a fentiekben megfogalmazott igényű átfogó, divatszavakkal

fogalmazva „minden csak tartalom” szemléletű információstatisztikát sem. A KSH korábban átfogó ilyen információstatisztikát is készített, az 1992-ben megjelent Információstatisztikai adatokban például még voltak információmérlegek, az 1995-ben és 1996-ban elkészült „Információstatisztikai évkönyv” kiadása azonban már elmaradt, azóta pedig – tudomásom szerint - el sem készült.

A KSH vezetői az EUROSTAT-tól várják, hogy majd az meghatározza „az” információstatisztika tárgyát és módszereit, s ezzel megfosztják a magyar kormányt attól, hogy az országban zajló folyamatokat az itthoni problémáknak, szuverenitásnak és döntési hatásköröknek megfelelő nézetben láthassa [12,14]. De miért várnánk, hogy Brüsszel akarná megoldani az alföldi tanyás vidékek telefonellátását, a magyar romák integrációját, vagy különösen a határokon túli magyarság gondjait. Miért is várnánk, hogy Brüsszel keresi azokat a kitorési pontokat, ahol Magyarországnak bármilyen okból a többi tagországnál nagyobb lehetőségei vannak? S ha Brüsszel nem akar ezekkel foglalkozni, miért tervezne ezekre statisztikát? És miért akarnánk lemondani arról, hogy mi magunk keressük azokat a pontokat, ahonnan kiindulva országunk, mint a XIX. századi Magyarországot példaként követő Írország, most az egykor minket követő Írországot példaként követve, nemcsak magához, hanem más országokhoz képest is felemelkedhetne?

Magyarországon divat a bosszantóan sok veszélyes témát felvető helyi valóság helyett, hely és idő nélkül, vagy valamilyen távoli időben és helyen lezajló folyamatokról értekezni, világdívatokat követni, meg hiszen „A tudós hazája a nagyvilág.”. A kis közepes Magyarország akadémiai tudományossága így aztán egyetlen tanulmányt sem szentelt a Magyar Tudomány az információs társadalomnak néhány éve megjelent különszámában a magyarországi helyzet elemzésének. Hogy „az” információs társadalom mai - Hoyle kifejezésével élve – „királyi,, ideológusai a magyar társadalom információháztartásával nem foglalkoznak, s partikuláris részproblémákat állítanak a közfigyelem középpontjába, az érthető. De az információs-társadalom ideológiák, s a valós közügyek ideologizálásának kritikussai is számos illúziót táplálnak. Például [Csorba] szerint: „A média ma egyensúlyozik a baloldali-liberális elköteleződés és az abból adódó szűkítések, információ-visszatartás, szegmentálódás stb. között. A függetlenség és professzionalizmus nem a média „jutalomideológiája”, hanem elsősorban üzlet (mondván, hogy a függetlenség értékesítése a legjobb üzlet).” Ami ugyanúgy nem bizonyos, mint a „tudás felértékelődése” s más ideológikus állítások.

Az országban végbemenő világfolyamatokat fatalizmussal nemcsak elkerülhetetlennek hanem befolyásolhatatlannak is tartják: „Az információ korában a központi kormányok és elitek, a városi értelmiségi centrumok is elveszítik hatalmukat a média globalizálódásával szemben.” Pedig nincs személytelen „a média”, csupán MTV van, RTL van, TV2, Tolvaly László és Pintér Dezső, konkrét vállalkozások, emberek, állami-, és magán ügynök-hálózataik.

Néhány éve, amikor felmerült a reklámtevékenységek megadóztatásának gondolata, a reklámpiac szakmai szervezetei piacuk méretére vonatkozó adataikat egy szakmai nyelven megindokolt elhatározással 300 milliárdról 200 milliárdra csökkentették. Természetesen egy megtört gerincű ország köztisztviselőinek, különösen majd az Únióban, nehéz bármit is tenni e sok száz milliárd urainak előzetes jóváhagyása nélkül. Különösen nehéz reklámstatisztika nélkül.

Két évtizede vita folyt arról, hogy a „fejlett” világ társadalmi vajon egy „leisure” vagy egy „surveillance” society irányában fejlődnek-e. Mára nyilvánvalóvá vált, hogy a „fejlett” országok egy kevésbé vagy inkább „leisure and surveillance” társadalom irányába - menetelnek, amelyben - jelszószerűen fogalmazva - szemmel tartott emberek töltik idejüket a számukra ingyenesen nyújtott szórakozással. Bármely kormányzat kezelheti az információs

társadalom, információgazdaság kérdését olyan érdekegyeztetési játéknak is, amelynek, a klientúrája számára realizálható nyereségét igyekszik maximalizálni. Az ilyen kormány a nemzetközi médiumok mindegyikének embereként igyekszik érdekeiket érvényesíteni, örködve saját hatalmán, miközben panem et circenses ad a népnek. Előfordulhat az is, hogy a kormány a tömegkommunikációt mindössze hatalmi eszköznek tekinti.

Az adatgyűjtési és tájékoztatási terv összeállításával és átfogó tájékoztatás közzétételével ugyanakkor a hivatalos statisztikai apparátus saját felelőssége az ilyen vagy olyan irányú törekvések követése és vagy az útmutatás. Aki hivatalos statisztikusként szakmai és állampolgári tisztességgel kíván dolgozni, meg kell kezdenie a teljes helyzet átlátására és a mindenkor magyar kormány számára a helyzet láttatására alkalmas átfogó hivatalos információstatisztikai rendszer újjáépítését.

#### **4. Magyarország információmérlegei**

Magyarország információmérlegei a <http://free.x3.hu/infostat/balance> helyeken található. Itt csak néhány lényeges megállapítást teszek. 1990 óta folytatódott az információ-kibocsátás gyorsuló ütemű bővülése. Ennek zömét változatlanul az információs szolgáltatások, ezen belül a tömegkommunikáció adja. A fogyasztás szerkezete a kibocsátáshoz hasonló. Növekedett a nem piaci viszonyok között kibocsátott és felhasznált információ részaránya, a transzferek, az externalitások, a gazdasági tranzakciókat kísérő információfolyamok, az állami információ. A transzferek zöme nem egy az ország érdekében tervezett másodlagos információ-elosztás érdekében történik. A hazai kibocsátásban csökkent a hazai eredetű eredeti információ alapján sokszorosított információ részaránya. Egyre nő a tömegkommunikációban felesleges, mert nem, vagy igen kevesek által felhasznált szolgáltatások mennyisége. Csökkent a társadalom rendelkezésére álló humán vagyon mennyisége, a humán vagyon felhalmozása. Növekedett a társadalom függősége a szervezett médiumoktól. Csökkent a közvetlen külföldi tapasztalatszerzés. Az információs termékek, közöttük a digitális termékek mennyisége még mindig jelentősen kisebb, mint a humán tudás volumene. A digitális tömegkommunikáció (Internetes portálok) által kibocsátott információ mennyisége még nem éri el a kép szinten számba vett nyomtatott médiumokét, miközben e portálokon nagy mennyiségű olyan információt is felhalmoztak, amelyet kisebb példányszámban forgalmaznak. A digitális termékek részaránya gyorsan növekszik, ma már meghaladja a hagyományos médiumok információmennyiségét. A szellemi munkások munkaviszony keretében történő interaktív digitális információ-kibocsátása, az ezzel kapcsolatos tudásfelhalmozás, már csak volumene, de különösen a TCP/IP nyíltságából adódó externalitások folytán is a legjelentősebb gazdasági tényezővé vált.

#### **4. Köszönetnyilvánítások**

Ez a tanulmány nem jöhetett volna létre a KSH-ban eltöltött 18 termékeny év, a Berkeley egyetemen eltöltött egy év és az ORTT illetékes vezetőinek támogatása nélkül. Előbbiekért a sorsnak, utóbbiaknak személyesen köszönettel tartozunk.

#### **Hivatkozások**

[1Csorba/a] Csorba József Az állam információs modellje és makrokommunikációs szerkezete

<http://www.ifi.hu>

[2Csorba/b] Csorba József: A globalizáció az információs társadalommal kapcsolatos információtudományos gondolkodásban

<http://www.ifi.hu>

[3Dienes85] Dienes I. (1985):

Statisztikai Szemle

[4ESA] ESA/STAT/AC.59/3

[5Dienes88] Dienes I. (1988): **Önálló, átfogó kormányzintű információpolitika szükségessége Magyarországon**

Bp. Kézirat, 14 old

[KSH]

KSH Számítástechnika-alkalmazási főosztály, Budapest

[Dienes86] Dienes István (1986): **Magnitudes of the Knowledge Stock and Information Flows in the Hungarian Economy (in Hungarian)**

In. Tanulmányok az információgazdaságról KSH-OMIKK, 1996, Bp. pp. 89-101.

[Dienes92] Dienes István (1992): **Information balances of Hungary 1975-90**

**Presentation at the Conference "Information economy, information policy", Budapest, 1992**

<http://free.x3.hu/infostat>

[Dienes93] Dienes István (1993):

**Towards a System of National Information Accounts**

Proceedings of the XXIst Telecommunications Policy Research Conference, Solomons, Maryland

<http://free.x3.hu/infostat>

[7Dienes93] Dienes I. (1993):

Conference paper at TPRC Solomons, U.S.

[8Dienes94] Dienes I. (1994): **National Accounting of Information. Reference Manual of SNIA, Version 1.1**

Manuscript, Berkeley, Budapest.

[Dienes97] Dienes I. (1997):

[9Dienes99] Dienes I. (1999): **Levél 1999. november 18-áról Hüttl Antóniának a KSH akkori**

**elnökhelyettesének a KSH információstatisztikai szemináriumát követően**

Bp. Kézirat 2 old.

[10Dienes00] Dienes I. (2000):

Direkt Marketing Szövetség, Bp. old.

[11Dienes01] Dienes I. (2001): **Nil nocere**

<http://free.x3.hu/infostat>

[12Dienes01b] Dienes I. (2001): **Az információs társadalom és a statisztika, avagy „Quo vadis KSH?”**

Kézirat, Bp. 21 p.

[13Dienes02] Dienes I. (200): **A közszektor adatvagyona: hozzáférés és hasznosítás. Recenzió Hüttl Antónia tanulmányáról.**

Kézirat, Bp. 4 old.

[14Dienes02b] Dienes I. (2002): **A KSH, az EUROSTAT és az OECD információstatisztika-politikája**

Kézirat, Bp 2 old.

[15Dienes02c] Dienes I. (2002): **How much information? Chapters from the history of the accounting of information flows and knowledge stocks**

Conference paper. <http://free.x3.hu/infostat>

[16EAO] **Statistical Yearbook, 2001**

European Audiovisual Observatory

[17Eurostat] (2001): **Information society statistics: Pocketbook**

Luxembourg, 2001

[18Keszthelyi] Keszthelyi Gy (2000): **Magyarország a médiában, Magyar médiastratégia**

HTMH, ORTT, Budapest, 2000

[19KSH91] (2002): **Információstatisztikai zsebkönyv, 1989**

KSH, 1991, Budapest

[20KSH92] (2002): **Információstatisztikai adatok, 1991**

KSH, 1992, Budapest 105 p.

[21KSHb] (2002): **Vezetékes műsorjelelosztó szolgáltatások Magyarországon, 2001**

Időszaki tájékoztató, Bp. 52 old.

[22KSH] **KSH Statisztikai Évkönyv 2001.**

Budapest, 2002, 591 p.

[23KSHc] **KSH Kulturstatisztikai adattár**

Budapest, 2002, 88 p.

[24Média] (2000): **Média hirdetési árak és szolgáltatások**

IX.évfolyam, 2. szám, 17. kiadás

[25Médiab] (2003) **Média hirdetési árak és szolgáltatások**

XII. évfolyam, 1. szám p. 493

[26Sanoma] **Médiafigyelő: Média-, és reklámadatok könyve, 2001-2002**

Sanoma, Budapest

**[27Terestyéni] Terestyéni Tamás (2003):**

A magyarországi televíziózás műsorkínálata

Jel-Kép 2003/1.

**[28SNA] System of National Accounts (1993)**

Inter-Secretariat Working Group on National Accounts, Eurostat, IMF, OECD, UNSO, World Bank.

**[29Lynn02] Richard Lynn, Tatu Vanhanen (2002): IQ and the Wealth of Nations.**

Praeger, Westport, CT.256 pp.

**[30Varian99] Varian, Hal, Lyman Coopers: (1999): How much information?**

<http://www.sims.berkeley.edu/>

**[31ESIA] F. Bellini, Y. Braunstein , G.M. Clavero, M. Deistler, I. Dienes, T. Jellema, Á. Kozák, I. Paterson, E. Skriner, , (2001)**

**European Standard System of Information Accounts**

Project proposal of research consortium, submitted to the 5<sup>th</sup> Programme of the EU

