

Válaszok és javaslatok a 13. (Audiovizuális) tagozat részéről

A kérdésekre adott válaszaink

1. A szakterületek megnevezése mennyire közérthető, **van-e javaslat a módosításra?**
 - **Tagozatunk elnevezése** folyamatos zavarok forrása, évek óta kérjük annak megváltoztatását. Folyamatosan kommunikáljuk különböző csatornákon, hogy a névvel ellentétben mik is vagyunk, mit is tudunk és mit is csinálunk.

1.sz. javaslat a tagozat nevének megváltoztatására: Marketing és média.

- A szakterületek elnevezése között is van olyan, ami nem alkalmas, illetve nem fed le a teljes tevékenységet. Ezért a jelenlegi **három terület helyett négy szakterületet neveztünk meg.**
-

2.sz. javaslat a tagozat nevének megváltoztatására:

- Marketinggel összefüggő gazdasági kérdések (rég)
- Marketinggel összefüggő nem gazdasági kérdések (rég)
- Média gazdasági és tartalmi kérdései (új)
- Filmgyártással és forgalmazással összefüggő gazdasági, szerkesztési és tartalmi kérdések (új)

3.sz. javaslat: az érintett szakértők, valamint a két érintett tagozati elnök konszenzusos véleménye alapján, a hangtechnikai szakterület kerüljön át a 13. tagozatból a 12. tagozatba.

2. A szakterületek megnevezése mennyire fedik le a szakma területét?

A változtatásra irányuló javaslatunk oka, hogy a tagozat jelenlegi elnevezése semmilyen összhangban sincs a szakmai tagozatok, és a tagok tényleges szakmai tevékenységével, nem fejezi ki kompetenciáikat, viszont az elnevezéshez kapcsolható tevékenységhez jellemzően nincsenek is kompetenciáik.

3. A szakterületek megnevezése és az előírt képzettségi, szakmai gyakorlati követelmények mennyire vannak összhangban?

A fentiekre visszavezethető okok miatt e tekintetben is **konkrét változtatásokat javasolunk**, ami megtalálható a jelen anyag részeként szereplő, és a 9/2006. sz. IM rendelet 13. sz. mellékletének szövegszerű módosításában.

4. A továbbképzési témaköröknek szűkebb szakterületekhez illesztetten vagy tágabb szakmai területenkénti kialakítását tartja célszerűnek?

A két elképzelés nem ellentétes: a **fejlődés, változás**, ami a továbbképzést szükségessé teszi, megjelenhet a szakterületek, de egész tagozatok esetében is. A fontos az, hogy egy megszervezett továbbképzés valóban **tartalmas, az újdonságokat, a fejlődést, a változásokat bemutató tartalmat adjon a résztvevőknek.**

Fel kell arra is hívni a figyelmet, hogy vannak a **kis, és a nagy létszámú tagozatok**, és **kis és nagy létszámú szakterületek** is. Mindegyik esetben a továbbképzés témájának kiválasztása és

megszervezése más és más feltételek között zajlik. Fontos, hogy a **résztevők relatíve homogén igényekkel** lehessenek jelen, hogy a képzés hatékony legyen.

4.sz. Javaslát: érdemes lenne a továbbképzések megszervezését a tagozatokra bízni, ahol pontos ismeretek vannak arról, hogy kik számára és milyen témakörökben kell / érdemes továbbképzést szervezni.

5. A jogosultság fenntartásához célszerűnek tartja-e a továbbképzés kötelezővé tételét és milyen időszakonként? (pl. a jogihoz hasonlóan kétévenként)

Kiinduló pontnak tekintjük, hogy a **szakértők többsége érez belső kényszert a folyamatos önképzésre**, de az is nyilvánvaló, hogy ez egyénenként eltérő.

Az is kérdés, hogy **az önképzés, továbbképzés sokszor pénzügyi problémákat** vet fel, számos szakértőnek nincs megfelelő anyagi lehetősége többnapos konferencia költségeit vállalni, különösen nem külföldön.

5.sz. Javaslát:

- **Minthogy fontos, hogy a szakértők mindegyike folyamatosan fejlődjön, elfogadhatónak tartjuk a továbbképzést kötelezővé tételét, de annak konkrét formáit tagozatonként rugalmasan kialakítva.**
- **A tagozatok tegyenek javaslatot a MISZK elnökségének, hogy milyen továbbképzést javasolnak, és ahhoz milyen pénzügyi támogatást igényelnek. Lehetséges forma egy szakmai konferencia megszervezése, és annak anyagi támogatása, mások esetében pedig a megfelelő szakmai szervezetek által rendezett konferencián való részvételi díj teljes vagy részleges megtérítése.**
- **A szakterületek változásai nagyon eltérőek, ennek megfelelően e tekintetben is a tagozatok tegyenek javaslatot arra, hogy náluk milyen időszak lenne adekvát.**

A kiegészítő melléklet szövegszerű átírása

13. számú melléklet a 9/2006. (II. 27.) IM rendelethez

Igazságügyi szakértői szakterületek és az azokhoz kapcsolódó képesítési feltételek a marketing és média tagozat területén

Szakterület megnevezése	Képesítési feltétel
1. Marketinggel összefüggő gazdasági kérdések	a) a) Közgazdasági felsőoktatásban szerzett egyetemi, szakirányú végzettség, vagy ezen a területen szerzett tudományos fokozat, vagy mesterképzésben szerzett egyetemi szakirányú (marketing) végzettség
2. Marketinggel összefüggő nem gazdasági kérdések	a) a) Közgazdasági felsőoktatásban szerzett egyetemi, szakirányú végzettség, vagy ezen a területen szerzett tudományos fokozat, vagy mesterképzésben szerzett egyetemi szakirányú (marketing) végzettség
3. Média gazdasági és tartalmi kérdései	a) Gazdasági mesterképzésen megszerzett diploma, felsőfokú iparjogvédelmi képesítés, újságíróképzés (MUOSZ, MRTV 2000. év előtti képzései);
4. Filmgyártással és forgalmazással összefüggő gazdasági, szerkesztési és tartalmi kérdések	Felsőoktatási intézményben megszerzett BA / BSC szintű szakirányú diploma, művészeti képzés területén megszerzett MA diploma, újságíróképzés és OKJ-ben szereplő szakirányú képesítés (MUOSZ, MRTV, OPAKFI, 2000. év előtti képzései)

Néhány további pontosítás és javaslat

- **Szakértői feladatok jogosult elvégzésére szóló illetékességek szakterületenként**

6.sz. Javaslat:

Szakterület megnevezése	Szakértői feladatok jogosult elvégzésére szóló illetékességek
1. Marketinggel összefüggő gazdasági kérdések	(1) a vállalati üzleti tevékenységek gazdasági vizsgálata, értékelése a marketingtevékenységekkel összefüggő szempontok alapján (céges stratégiák, termék, ár, értékesítés, kommunikáció, piackutatás); (2) Az üzleti kommunikáció céljai és az egy-egy szerződésben megjelölt tartalmak indokoltságának az elemzése az adott gazdasági társaság valós tevékenysége mentén. (3) a kirendelések vagy megbízások tárgyának vizsgálata, értékelése a marketinggel összefüggő szempontok alapján (céges stratégiák, termék, ár, értékesítés, kommunikáció, piackutatás);(4) vállalkozások piaci magatartásának üzleti-gazdasági értékelése;(5) márkavérték, márkavértékelés, márkavérték számítás;
2. Marketinggel összefüggő nem gazdasági kérdések	(1) A marketing tevékenységet támogatni hivatott, tartalmak (üzenet rendszerek) megfelelési elemzése; (2) az üzleti kommunikáció eszköztárának (reklám, PR, kreatív anyagok, médiahasználat, stb.) megfelelőségének értékelése,
3. Média gazdasági és tartalmi kérdései	"(1) A média iparág társaságainak létrejöttét, működését, piacit értékét érintő gazdasági vizsgálatok; (2) Szakvélemény készítése a média iparág adott szegmensének sajátosságai alapján; (3) Médiaipari magatartás üzleti-gazdasági értékelése; (4) Média szerződések vizsgálata a teljesítések artikuláltsága, valóságtartalma mentén. (5) Az audiovizuális-, online, print, stb. (összességében média iparág) kiadói és szerkesztőségi tevékenységébe tartozó, a társadalmi tudatot befolyásolni képes üzenet rendszerek (műsorok, műsorfolyamok, cikkek, blogok, vlogok, illusztrációk, kiadványok, periodikák) hatásainak teljes körű vizsgálata; (6) média ajánlatok és azok teljesítésének, teljesülésének értékelése (7) tartalom szolgáltatás valamennyi lehetséges alakzatának vizsgálata a megjelölt média szempontok mentén. (8) Szerzői művek felhasználása: audiovizuális művek, fotók, írott és rajzolt alkotások stb., valamint filmkarakterek másodlagos felhasználása.
4. Filmgyártással és forgalmazással összefüggő gazdasági, szerkesztési és tartalmi kérdések	(1) filmalkotások költségvetésének vizsgálata filmszakmai szempontok alapján; (2) felek között kialakult jogviták esetén a per tárgyának vizsgálata filmszakmai szempontoknak megfelelően (gazdasági, szerkesztési, tartalmi); (3) filmalkotások, beleértve minden mozgóképet - műfajától függetlenül -, bekerülési költségeinek vizsgálata; (4) film és televízió alkotások forgalmazásával összefüggő gazdasági kérdések;

- **Kötelező szakmai tapasztalat, gyakorlat**

7.sz javaslat (szakterületek szerint):

Szakterület megnevezése	Elvárt szakmai tapasztalat, gyakorlat
1. Marketinggel összefüggő gazdasági kérdések	Min. 10 év szakterületen megszerzett gyakorlati, benne min. 5 éves vezetői tapasztalat
2. Marketinggel összefüggő nem gazdasági kérdések	Min. 10 év szakterületen megszerzett gyakorlati, benne min. 5 éves vezetői tapasztalat
3. Média gazdasági és tartalmi kérdései	Minimum 10 év szakterületen megszerzett gyakorlat.
4. Filmgyártással és forgalmazással összefüggő gazdasági, szerkesztési és tartalmi kérdések	Minimum 20 év szakterületen megszerzett gyakorlat, benne minimum 10 éves vezetői tapasztalat; vagy szakirányú diploma nélkül minimum 25 év szakterületen megszerzett gyakorlat, benne minimum 15 éves vezetői tapasztalat.

A relatív magas elvárások, ill. a vezetői tapasztalat meghatározását az indokolja, hogy peres ügyeinkben alapvetően vezetői döntések a vita tárgyai, ennek megfelelően a vitatott kérdés megértéséhez, a megfelelő színvonalú szakértés elkészítéséhez **nélkülözhetetlen a tényleges gyakorlati tapasztalat.**

- **Szakértő jelölti időszak**

Feltételezve, hogy jelölt a fentiekben javasolt megfelelő képzettséggel és a fentiekben javasolt hosszúságú szakmai gyakorlattal rendelkezik, a három év elegendő lehet arra, hogy az igazságügyi szakérői munkát elsajátítsa, megértse annak sajátos logikáját, az igazságügyben betöltött szerepét, mind az írásbeli (szakértői szakvélemény) munkájában, mind szóbeli, pl. bíróság előtti szereplésben.

8. sz. Javaslat: 3 éves jelölti időszak

- **Személyiségi kérdések**

Tagozatunk tagjai felvetették, hogy számos olyan szakértő van, akinek személyisége nem feltétlenül teszi alkalmassá őt szakértői tevékenységre, s meg kellene találni annak a módját, hogy ezt előzetesen ki lehessen szűrni.

9.sz Javaslat: felvételi beszélgetés a szakértői munkáról, személyiségről, motivációról, anyagi kérdésekről, ami megelőzhetne későbbi problémákat.

Budapest, 2019. január 29.

dr. Bíró Péter sk.

A 13. (Audiovizuális) tagozat elnöke