

OTDK-dolgozat

Péteri Barbara

BA

2013

„Ez már lejárt lemez...”

„Out of Trend...”

PÉTERI BARBARA

Kézirat lezárása: Zalaegerszeg, 2012.11.19.

Tartalomjegyzék:

I. BEVEZETŐ	1
II KUTATÁSI CÉLKITŰZÉS ÉS KUTATÁSI MÓDSZERTAN	2
III.TÉNYLEG AZ „ŐSKORBAN” VOLT	5
3.1 X GENERÁCIÓS SAJÁTOSSÁGOK.....	5
3.2 Y GENERÁCIÓS SAJÁTOSSÁGOK.....	6
3.3 A „SZABADSÁG GYERMEKEI”, AVAGY A Z GENERÁCIÓ SZÜLÖTTEI	7
IV. HELYZETLEMZÉS SAJÁT EMPIRIKUS TAPASZTALAT ALAPJÁN	9
4.1 AZ X GENERÁCIÓ SZEMSZÖGE, AVAGY AHOGY AZ ANYU LÁTJA	10
4.2 AMIKOR MI NÉZÜNK FILMET.	12
4.3 A Z GENERÁCIÓ SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEI, AVAGY AMIKOR „KOCKUL” A FIATAL	13
4.3.1 Hogy is kell letölteni egy filmet?	14
4.3.2 Jó volt a film.. letöltöm a következőt... ..	15
4.3.3 A rendszer hibát észlelt, és leáll	15
4.3.4. Amikor kopogtatnak az ajtón	16
V.EGY KIS TÖRTÉNELEM.....	19
VI. A JOG ÚTVESZTŐIRŐL.....	20
6.1. KALÓZKODÁS	22
6.2. TULAJDON, LOPÁS.....	23
VII.KINEK IS ÉRI EZ MEG?.....	24
VIII.ÖSSZEGZÉS, AVAGY EZ VÁR RÁNK A JÖVŐBEN?	28
FELHASZNÁLT IRODALMAK JEGYZÉKE.....	31
ONLINE HIVATKOZÁSOK JEGYZÉKE.....	31
MELLÉKLETEK	I
SZLENG SZÓTÁR	II
ONLINE KÉRDŐÍV	III

Ábrajegyzék:

1. ábra: Kutatási célkitűzés.....	2
2. ábra: Kutatási módszertan	4
3. ábra: A generációk idősíkja	5
4. ábra: A rendszeresen internetezők arányának változása az egyes életkori csoportokban	8
5. ábra SWOT-Analízis	9
6. ábra: A megkérdezett sokaság generációk szerinti megoszlása	10
7. ábra: Mozijegy vásárlási hajlandóság generációk szerinti megoszlása	11
8. ábra: Történeti áttekintés	19
9. ábra: Mozi látogatások száma (2000-2011).....	25
10. ábra A magyar mozik bevételeinek alakulása 2011-ben	26

Képjegyzék:

1. kép: Az X generáció sajátosságai	6
2. kép: Larry Page és Sergey Brin	7
3. kép: A Google alkalmazások	7
4. kép: Popcorn-cola	12
5. kép: Regisztráció	14
6. kép: A Ransomware vírus	16
7. kép: Szoftverrendőrség	17
9. kép: Paragrafus jel	20
10. kép: Napster	21
11. kép: Figyelmeztetés	23
12. kép: Illusztráció	23
13. kép: Mozijegy	27
14. kép: A jövő mobiltelefonjai	29
15. kép: " A csúcstechnológia netovábbja"	29
16. kép: "A nem kívánatos jövő"	30
17. kép: Összefogás	30

I. BEVEZETŐ

„Miért fizetnél olyan dolgokért, amiket ingyen is letölthetsz, vagy helyettesíthetsz? Ingyen filmek, zenék, játékok, programok és további érdekességek letöltésének tárhelye...”

Kutatásom célja, annak bemutatása, hogy a generációs változások hatásait egy jól elhatárolt, a szabadidő eltöltésének megfelelő részterületen vázolhassam fel.

Korosztályi sajátosságunk a film, a sorozat, a zene, a közösségi oldalak expressz fokozaton való használata/élvezete. Egy nem reprezentatív felmérése eredményeképpen derül fény arra, hogy két óra közötti szünetben is lehet családi állapotot változtatni, esetleg „likeolhatunk” úgy egy fényképet, hogy még csak a szereplőket sem ismerjük.

Amíg, szüleink, nagyszüleink idejében, a mozi, mint kuriózum merült fel, addig a „technológia örültjeinek” eme szolgáltatás igen ritkán merült fel kikapcsolódási lehetőségként.

Hiszen vegyük napjainkat, mikor már egy diákjegy ára – nem 3D-s filmre – 1.000,- Ft körül van. Az átlagembernek sajnos mérlegelni kell, hogy ez az 1.000,- Ft mi másra költhető még el, mikor egy felhasználónév és egy jelszó birtokában akár a modern TK-nak is megfelelő GigaByte-ban mérhető filmdatbázis áll rendelkezésünkre.

Tehát a filmetöltés tökéletesen megfelel a „szabadság gyermekeinek”: gyorsan, egyszerűen, azonnal, általában ingyen.

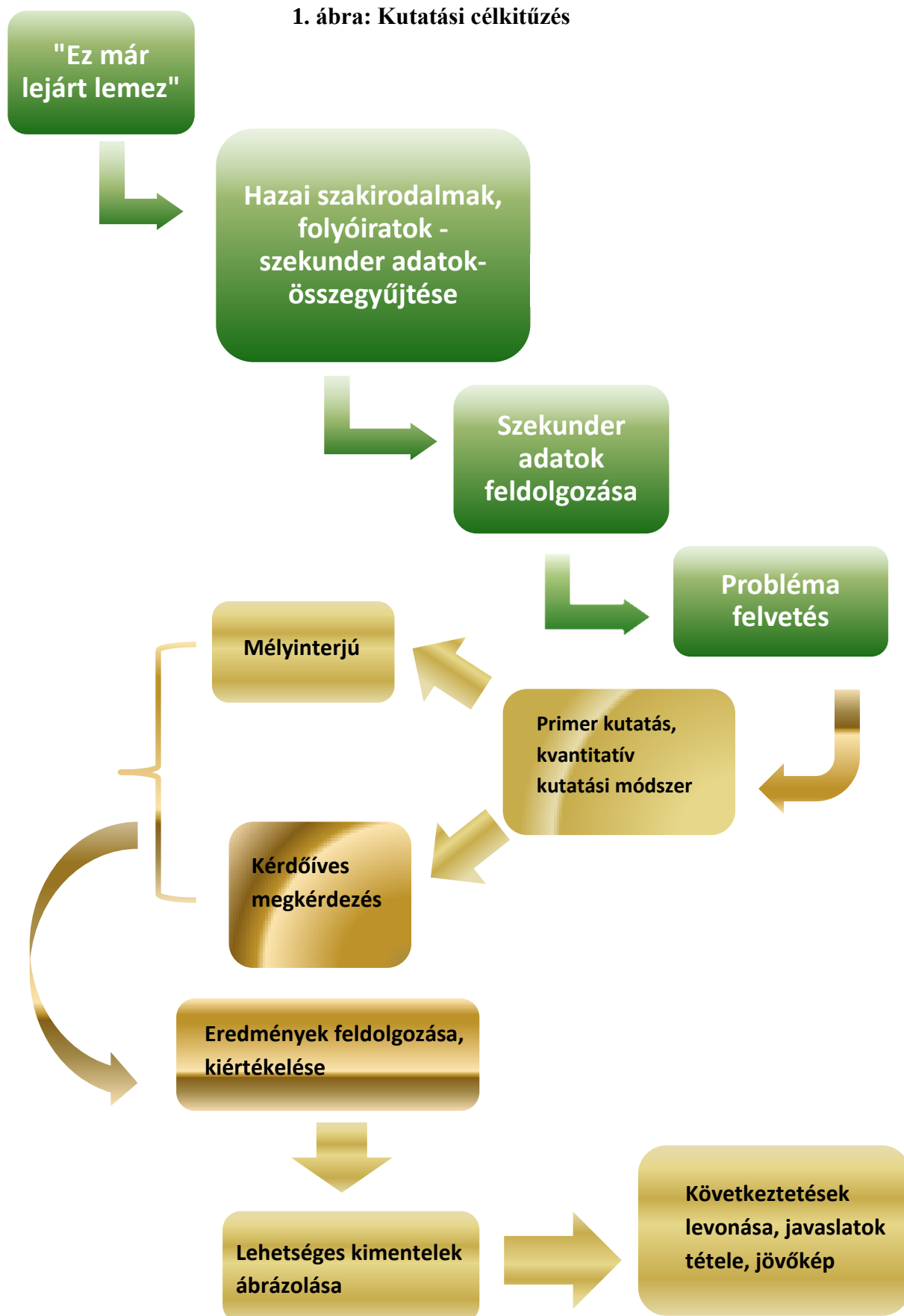
A dolgozat egy általános áttekintés, a saját kutatásom alapján felmerült, illetve általam legfontosabbnak tartott témára fókuszál. A terjedelemre való tekintettel, azon megállapítások kerültek a dolgozatba, amik szűken kapcsolódnak a kutatott témához.

Döntő többségében nem reprezentatív felméréseim módszerei primer kutatások, egyrészt kérdőíves megkérdezések, melyeket internetes portálokon tettem közzé, másrészt kötetlen mélyinterjúk beszélgetések, egy főiskolai hallgatóval, illetve egy idősebb hölgygel.

A „Z” generáció virtuális szabadidős tevékenységeinek bemutatására készült dolgozat pszichológiai, szociológiai, közgazdaságtani, történeti, jogi, statisztikai illetve pénzügyi területeken hidal át, sajátos interdiszciplináris határmezsgyét képviselve.

II KUTATÁSI CÉLKITŰZÉS ÉS KUTATÁSI MÓDSZERTAN

1. ábra: Kutatási célkitűzés



A következőkben szeretném ismertetni a kutatás anyag, illetve módszertanát, az elvégzett kutatás tartalmát és jellemzőit, amely primer illetve szekunder kutatásból áll. A teljesség kedvéért megjegyezendő, hogy a dolgozat nem teljes körű. Hogy is lehetne az? A megismerés, a megszerzett ismeretek behatároltsága miatt kizárt, hogy egyetlen szerző valamennyi releváns, nélkülözhetetlen információval rendelkezék, továbbá a terjedelem is korlátozza a szerzőt.

Az alkalmazott módszertan középpontjában áll a „Z generáció” szabadidős tevékenységeinek vizsgálata, a primer kutatás során felmerült vizsgálati területek bemutatása.

A meghatározott terjedelem betartása érdekében a primer kutatás során felmerült témakörökre fókuszálva a dolgozat pszichológiai, szociológiai, közgazdaságtani, történeti, jogi illetve pénzügyi területeket ölel fel.

Szekunder kutatásom egyik fő jellemzőjeként emelném ki a szerzői jogi törvény áttekintését. A jog útvesztőiben kalandozva számos érdekes tény illetve kérdés merült fel, melyekre primer kutatásom során kerestem a válaszokat.

Primer kutatásom két részegységből tevődik össze.

Egyrészt online, kérdőíves megkérdezésem alapján 80 db (N=80) kérdőív elemzéséből következtetéseket vontam le. Ezen kérdőív terjesztése hálóbda módszerűnek tekinthető, online formában Google Spreadsheet segítségével készült el. A beérkezett válaszokat tekintve, illetve rohanó életünk velejárójaként, derül ki, hogy szabadidős tevékenység eltöltésére, kikapcsolódási, filmnézési/zenehallgatási lehetőségként a megkérdezettek döntő többsége az otthoni „kényelmes” változatot részesíti előnyben. Mélyinterjú alanyomat idézve: „... *otthon is lehet ugyanúgy társaságban filmet nézni, a pattogatott kukorica jóval olcsóbb, meg hát maga a film ingyenes...*”

Így kerül előtérbe a primer kutatás második részegységként a kötetlen mélyinterjú.

Mélyinterjú beszélgetéseim két egységből tevődnek össze.

Az egyik mélyinterjú alanyom egy véletlenszerűen kiválasztott személy, aki az X generációs korosztályhoz tartozik, 43 évesen. A vele való beszélgetés során kaptam valós képet arról, hogy is élték ők meg a technika ilyen szintű fejlődését, mi volt az ő filmnézési lehetőségük.

„... mi még a férjemmel kertmoziba, illetve autós moziba jártunk, ahol egy árus járt körbe kiskocsival és árulta a pattogatott kukoricát illetve az akkori üveges kólát...”

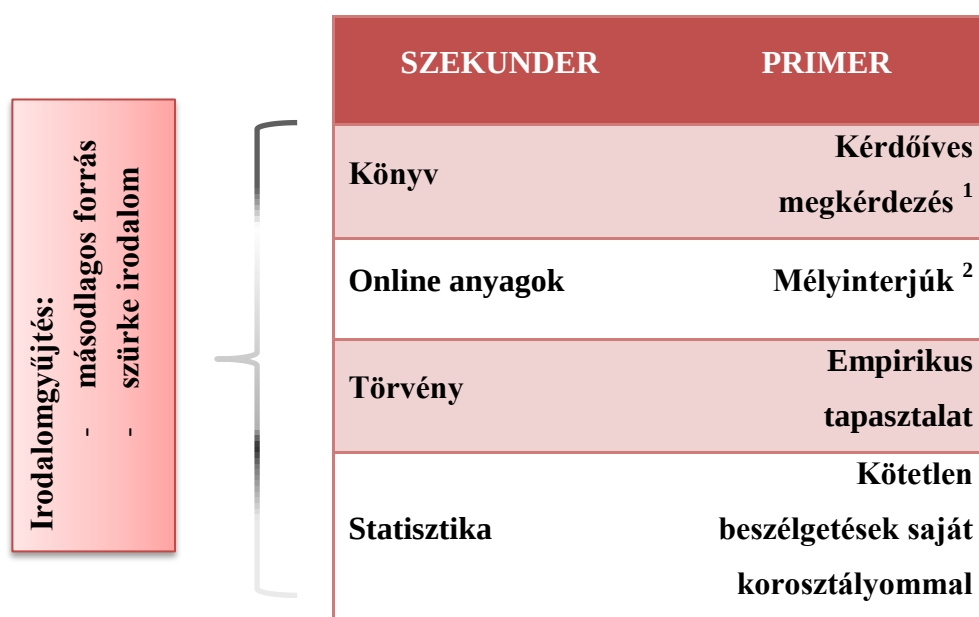
„... egyszerű fa székek voltak, egy fehér vászon volt elénk kifeszítve, és a hátunk mögött tényleg egy olyan vetítő készülék volt, amit te már csak a filmekből ismersz...”

Természetesen eme mélyinterjú beszélgetés nem tekinthető egyedisége folytán reprezentatív mintának, illetve nem is független minta.

Második mélyinterjú alanyom reprezentatív mintának minősíthető, véletlenszerűen, találomra választottam ki a főiskolán fellelhető szakok és évfolyamok közül egyet, illetve az adott, így már behatárolt hallgatói csoport egy tagját. (idegenforgalmi szakmenedzser szakos II. évfolyamos, női hallgató). Z generációs fiatal révén sokkal inkább részesíti előnyben a Web lehetőségeit, mint a mozi véleménye szerint „elavult” lehetőségét.

A kutatásaim keretbe foglalása:

2. ábra: Kutatási módszertan



Forrás: saját készítés

¹ Kvantitatív kutatási módszer: Lehetővé teszik a változók közötti viszony pontos mennyiségi meghatározását és statisztikai elemzését. (Forrás: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: <http://ekonyvtar.pszichologia.ro/gypn/3stat3/Szokolszky%2092-95.pdf>) Hólabda módszerének tekinthető: Általában akkor alkalmazzuk, ha az alapsokaság elemeit csak nagyon nehezen tudjuk behatárolni. Ekkor azokat kérdezzük meg, akikkel kapcsolatba tudunk lépni, bízva abban, hogy ők is felveszik a kapcsolatot saját ismerőseikkel. Így a terjesztés eljárása hólabda módszerű eljárásnak minősül (Forrás: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: http://dragon.unideb.hu/~nevtud/Tanarkepzes/meres/1_fejezet.pdf)

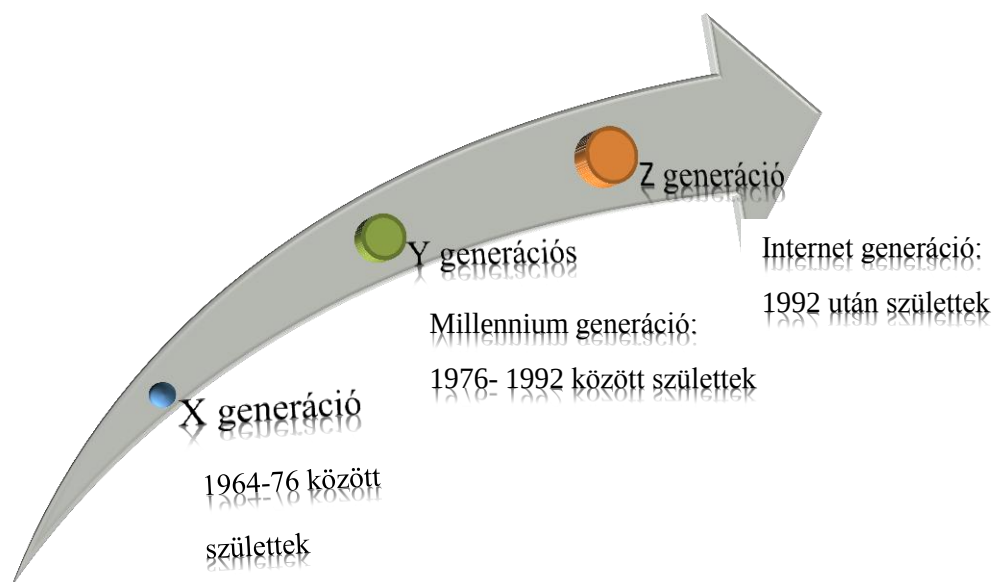
² Kvalitatív kutatási módszer: Lehetővé teszik a jelenségek egyediségét megőrző kontextusba ágyazott leírását és megértését, egyúttal nem fektetnek hangsúlyt a mennyiségi-statisztikai elemzésre, bár azt nem is zárják ki. (Forrás: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: <http://ekonyvtar.pszichologia.ro/gypn/3stat3/Szokolszky%2092-95.pdf>)

III.TÉNYLEG AZ „ŐSKORBAN” VOLT

A globális kommunikációs technikák, az internet fejlődése, a rohanó életvitel komoly hatást gyakorol társadalmunkra, gazdaságunkra és ezen keresztül mindennapi életünkre.

„A generációkról szóló elméleteknek általában az a funkciója, hogy jól érzékelhetővé és megfoghatóvá tegye azokat a kulturális, szocializációs különbségeket, amelyek a különböző korosztályok között megfigyelhetők.”³

3. ábra: A generációk idősíkjá



Forrás: saját szerkesztés, saját készítés

3.1 X GENERÁCIÓS SAJÁTOSSÁGOK

Eme generációs réteg jellemzően a 36-48 év közötti aktív munkavállalói korosztály. Gyermekkoruk még a játékkal, egyszerű életvitellel telt. Nem jellemezte fiatalságukat az internet, nagyon sokuknak még számítógépük sem volt. Filmnézési szokásaik kimerültek a fekete-fehér TV-ben, illetve az autós moziban, ahol „kiskocsis” árusok árulták a pattogatott kukoricát, illetve az üveges kólát. Kutatásom során akadtam egy like-olt bejegyzésre, ami szinte önmagáért beszél.

³ Letöltés időpontja: 2012.11.02. Hozzáférés módja: <http://www.slideshare.net/pedmie2011osz/x-genenerci>

1. kép: Az X generáció sajátosságai

Forrás: <http://www.facebook.com/misstyca.train?ref=ts&fref=ts>

Letöltve: 2012.11.02.

Amikor én voltam 12 éves, nem volt iPhone-om, sem laptopom. Nem jártam discoba. Hintáztam, kutyát sétáltattam. Akkor mentem haza amikor sötétedett és nem akkor amikor az első busz jött. Anyukám nem mobilon hívott, hanem kiabált: BEFELÉ! Ha összevesztem vele, akkor rendet raktam a szobámban hogy ne... haragudjon, nem pedig kiírtam facebookra hogy 'anyám csicska'. Nem is volt facebookom, nem voltam idősebbnek regisztrálva, hajnal kettőkor aludtam és nem írogattam ki hogy 'like ha fent vagy'. Chatelés helyett nevettünk a barátaimmal. Az volt a boldog gyerekkor! Tedd ki ezt az üzenőfaladra , ha te is ittál csapból, vagy ettél télen jégcsapot , és mégis túlélted!

Kamasz illetve ifjúkorukban találkoztak először az internettel, munkavégzésüket, életvitelüket alapvetően az állandó tanulás határozza meg. A felgyorsult életvitellel, illetve a web-bel való azonosulás jellemzi őket. Az X generáció megélte a mobiltelefonok, a számítógép illetve az internet robbanásszerű elterjedését.

3.2 Y GENERÁCIÓS SAJÁTÓSÁGOK

„A millennium generáció szülöttei a mai 20-36 év közötti fiatalok, illetve a már aktív korú személyek. Eme korosztály tagjai számos közös tulajdonsággal rendelkeznek, mégsem lehet őket homogén csoportokra osztani. Sajátosságuk a média illetve a reklám világának korai megismerése, de az internettel, számítógéppel leginkább gimnáziumi, középiskolai tanulmányaik alatt találkoztak először. Nagy jövőjű fiatalok, akiken a jövő termelése és sikere áll vagy bukik”.⁴ Az internet felhasználásában elsődleges szempont a tanulás, saját maguk okítása, másodsorban használják kikapcsolódási lehetőségként.

⁴ Letöltés ideje: 2012.11.03. Hozzáférés módja: www.ibela.hu/tiop11109/files/projektzaro/eloadasok/Burine.ppt

3.3 A „SZABADSÁG GYERMEKEI”, AVAGY A Z GENERÁCIÓ SZÜLŐTTEI

Eme korosztály gyermekeinek a célja az, hogy kifejezzék önmagukat és egy választott csoporthoz való tartozásukat. Nagyon hamar, akár már kora gyermekkorban kerülnek közvetlen kapcsolatba a technika vívmányaival illetve az internet kimeríthetetlen tárházával.

Szabadidejük eltöltésén nem is gondolkodnak, szinte automatizálva használják az internetet, a mobiltelefonokon a Google böngésző illetve a Facebook szinte azonnal telepített funkció.

Eme korosztályt vizsgálva jöhetünk rá, hogy tényleg lehet két tanóra között is családi állapotot változtatni, illetve rögtön megtudhatjuk a tegnapi focimeccs eredményét, csak működjön a keresési funkció a mobiltelefonon, Iphone-on illetve legyen feltöltve a laptop, notebook akkumulátora.

És, hogy ezt hogy is valósítják meg? „A Google pillanatok alatt a mindennapi élet része lett, megkerülhetetlenné vált. Emberek milliói használják nap, mint nap, több mint száz nyelven. A Google számukra gyakorlatilag egyet jelent az internettel. Ha bármiről, akármiről sürgősen információt szeretnénk, csak rá kell keresniük a számítógépen vagy a mobiltelefonon, Férfiak, nők, gyereke olyan mértékben támaszkodnak a Google-re, hogy el sem tudják már képzelni, hogyan is élhettek valaha nélküle.” (Vise, Malssed, 2009.p.11.)

2. kép: Larry Page és Sergey Brin

Hozzáférés módja:

<http://www.kamaszpanasz.hu/hirek/suli/3670/milliardos-egyetemistak>

Letöltés ideje: 2012.11.19.



Larry Page és Sergey Brin diákként az internetes keresés problémájával foglalkoztak, a Google megalkotásakor 1998-ban még nem tudták milyen úttörő sikereket érnek el.



3. kép: A Google alkalmazások

Hozzáférés módja:

<http://www.googleappscentral.com/blog/2011/12/new-administrative-apis-for-google-apps-editions/>

Letöltés ideje: 2012.11.19.

Mivel a csúcstechnológiát kihasználva a Google keresőjében számos redundancia bele van építve, így képes kiszolgálni a naponta növekvő számú felhasználókat, hiba és beavatkozás nélkül képes megküldeni az eredményeket.

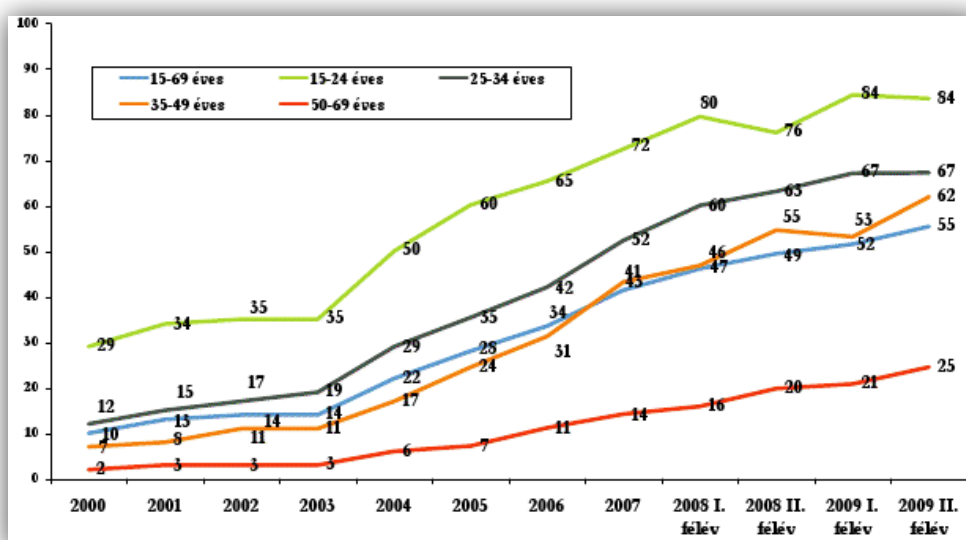
És, hogy miért is káros az a fejlődés, ami lényegében az emberiség hasznára válik?

Leginkább a fiatalok hozzáállásmódjában keresendő ez a probléma.

A mozi, mint kimozdulási, kikapcsolódási lehetőség szinte fel sem merül bennünk, hiszen egy felhasználónév és egy jelszó birtokában több ezres nagyságú filmadatbázis áll rendelkezésükre, életük eseményeinek megbeszélésre pedig épp elég közösségi oldalt használhatnak.

A következő grafikon az internethasználat elemzésére szolgál.

4. ábra: A rendszeresen internetezők arányának változása az egyes életkori csoportokban



Forrás: <http://marketintelligence.blog.hu/page/2>

Ahogy a grafikonról is egyértelműen leolvasható a legjellemzőbb internethasználó korosztály a 15-24 évesek.

Eme adatok alátámasztásul szolgálnak a Z generáció sajátosságainak bemutatására.

Bár eme felvázolt életvitel nem „fest”kedvező képet, a helyzet azonban mégsem ennyire sötét. A Z generáció gyermekei e kor szülőttei, tehát számukra ez az életvitel a természetes. Szüleik még ma is sokat tehetnek azért, hogy e korosztály ne hajoljon el a „virtuális élet felé”.

A következőkben szeretném ábrázolni az erőviszonyok megoszlását mozi vs. filmletöltés terén a generációs idősíkok feltérképezésével.

IV. HELYZETLEMLÉZÉS SAJÁT EMPIRIKUS TAPASZTALAT ALAPJÁN

5. ábra SWOT-Analízis

ERŐSSÉGEK		GYENGESÉGEK	
mozi popcorn-kóla nachos szélesvásznú vetítés hangeffekt élmény premierfilm	letöltés gyors „ingyenes” kényelmes időhöz nem kötött „fiatalos”	mozi tömeg „drága” ár-értékarány kényelmetlen időhöz kötött nem megszakítható	letöltés rossz minőség mennyiségi korlát nem teljes a paletta esetleges aktualitás hiánya
LEHETŐSÉGEK		VESZÉLYEK	
mozi randi lehetőség szórakozási lehetőség kimozdulás	letöltés több film nézése a letöltött filmek tárolása pihenve szórakozás	mozi túlköltekezés Pláza- effektus	letöltés társadalmi függőség társadalom gyűjtőszenvédélye „nem szabad” vírusok „félelem a rendőröktől” személyhez fűződő jogok megsértése adatlopás

Forrás: saját szerkesztés, saját készítés

A mai fiatalok kommunikációs eszközeinek egy meghatározó eleme a szleng. A hiteles ábrázolás érdekében szeretném a generációkat a szleng segítségével bemutatni.

4.1 AZ X GENERÁCIÓ SZEMSZÖGE, AVAGY AHOGY AZ ANYU LÁTJA

A 36-48 évesek korosztályát alapvetően jellemzi, hogy az internet, illetve a számítógép világa tőlük távolabb áll, néhány kiugró példától eltekintve, az internettel fiatal felnőttkorukban találkoztak először.

Életszerű példának vehetjük az édesanyámat. 1969-es születéséből, illetve azon rendszer jellemzőiből, amiben felnőtt, egyenesen arányosan következik, hogy a munkahelyén használja elsősorban a számítógépes programokat.

Otthoni, kikapcsolódási lehetőségként éli meg az internetet, a neten való böngészés számára élvezetet, rengeteg újdonságot jelenthet.

Szabadidős tevékenység eltöltéséhez pedig ezt használja: „... lányok valami filmet néznénk...”

Korosztályi sajátosságokként pedig a kérdőív elemzés eredményeit sorakoztatnám fel.

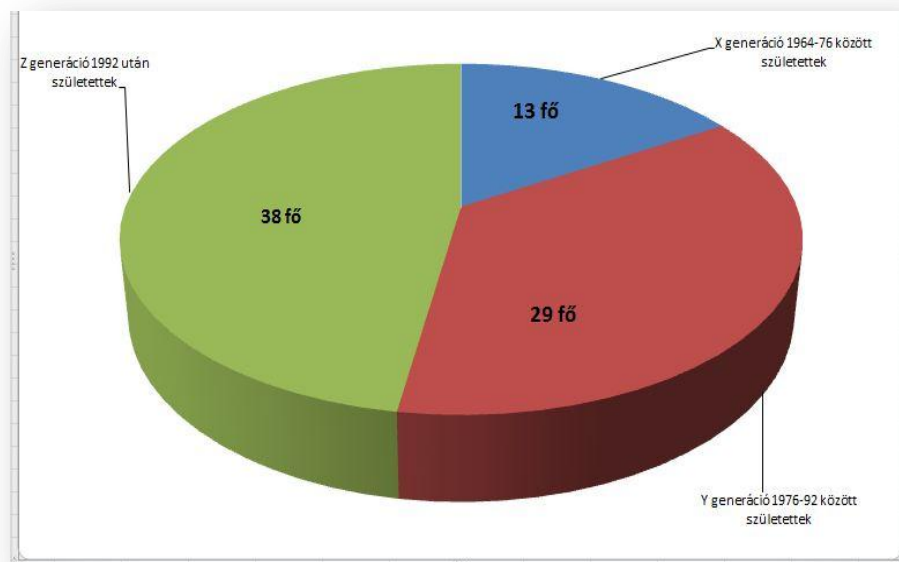
6. ábra: A megkérdezett sokaság generációk szerinti megoszlása

Kérdőívem

sajátosságaként, az online megkérdezés mivoltából adódóan, „Net-használók” illetve „Közösségi oldalakat kedvelők” körében születtek válaszok.

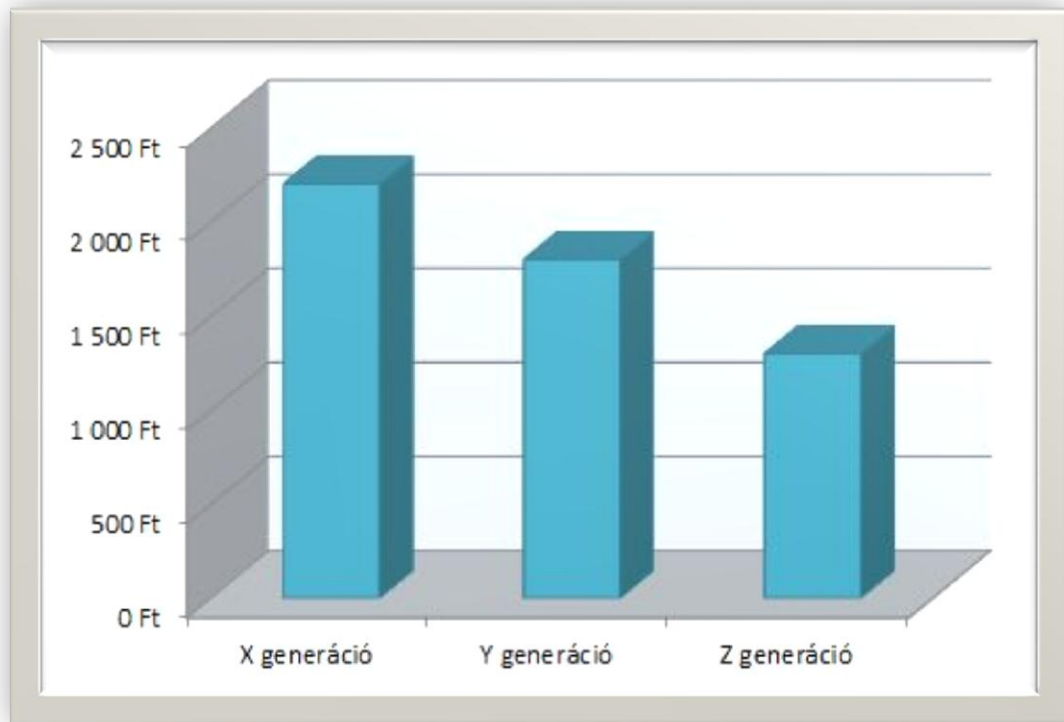
A megkérdezettek 16,25 %-a mindösszesen 13 fő született 1964-76 között, tehát ők az X

generáció tagjai. Számukra a net mindösszesen kikapcsolódási lehetőség, szabadidejük eltöltésének nem meghatározó eleme.



Forrás: saját szerkesztés, saját készítés

7. ábra: Mozijegy vásárlási hajlandóság generációk szerinti megoszlása



Forrás: saját szerkesztés, saját készítés

A grafikonról könnyen leolvasható, hogy egy mozijegy árért maximálisan – kb. 2100-2200 Ft-ot – a 36-48 évesek fizetnek. Ez az a hajlandóság, ami jellemzi őket, mikor a mozi lehetősége merül fel körükben.

E tulajdonság egyrészt abból adódik, hogy aktív munkavállalói korosztály révén, nagy valószínűséggel ők azok a három generáció közül, akik leginkább megengedhetik maguknak a mozi lehetőségét.

Más vonatkozásban tekintve, ők azok, akiknek a mozi még „igazi élményt” jelent és hajlandóak ezért az élményért áldozatot hozni, alternatív költségként szerepet játszik életükben a mozijegy ára.

A következőkben saját korosztályom az Y generáció fogyasztói magatartását emelném ki.

4.2 AMIKOR MI NÉZÜNK FILMET...

Az Y generáció gyermekei – születtek 1976-92 között – véleményem szerint az „arany középút” tendenciáját testesítik meg kutatásomban. Hiszen ha például veszem saját magam, én ugyanolyan szívesen megyek moziba a barátaimmal egy jó filmet megnézni, mint ahogy leülök otthon a laptop elé, filmet nézni, netezni, „facebookozni”.

4. kép: Popcorn-cola

Hozzáférés módja:

<http://noragyll.se/2010/august/bio-popcor>

Letöltés időpontja: 2012.11.18. n.html

A sajátos SWOT - analízis elemei közül emelném ki egyértelműen a popcorn-kóla, kérdéskörét, ami igen meghatározó mikor moziba megyünk.

Ha jól megnézünk egy mozi aulát, nagyon sokan állnak popcorn-nal illetve kólával a kezükben, mire a film elkezdődik már nincs is semmi belőle, hiszen finom...

Maradjunk a mozi aulájánál. A plakátokon kívül a popcorn árusítás felirata nagymértékben szembetűnő. A cégek, árusok igen jól felismerték azt, hogy mindenki szeret „rágcsálni” valamit filmnézés közben.

Miért is olyan szembetűnő a popcorn?

A válasz egyszerű: ez a cégek sajátos gerillamarketingje.

„ A gerillamarketing megköveteli, hogy alkalmazója a marketing minden területével tisztában legyen, s hogy tökéletesen használja a vállalkozáshoz szükséges taktikákat. A gerillamarketing nem egyéb, mint végtelen lehetőségek felismerése és kihasználása.” (Levinson, 2005.p.13)

És hogy milyen végtelen lehetőségek rejlenek a popcorn kategóriájában? Mi sem jelzi jobban, mint hogy a <http://popcorn.blogin.hu/> oldalon MOZI, MOZI, MOZI, illetve sztárpletykák tömkelegét vélhetjük felfedezni. Főiskolás hallgatóval való beszélgetésem során kérdeztem rá, hogy miért vesz popcorn, illetve kólát a moziban. A válasza nem túl meglepő: azért mert moziban filmet nézni, el sem tudna képzelni máshogy, mint popcorn-nal és kólával.



4.3 A Z GENERÁCIÓ SZABADIDŐS TEVÉKENYSÉGEI, AVAGY AMIKOR „KOCKUL” A FIATAL

A „jövő nemzedékének” sajátosságait hamar sorra vehetjük. Elég, ha végignézzük az utcán, a buszon, vagy megnézzük a „Facebook” felhasználók születési idejét.

De hát miért is hibáztathatnánk a „Z-ke”???

Hiszen az okos telefonok égetett funkciója a Böngésző (legyen szó Google-ról vagy akár a kevésbé ismert Blackle-ról), illetve az Iwiw vagy a Facebook, Twitter, vagy akár a LinkedIn. Száguldó világunkban az embereknek szinte semmire sincs ideje, mindent gyorsan, azonnal kell megcsinálni. Ennek segítése okából a technika olyan szintű fejlődést ért el, amiből egyenesen arányosan következik bizonyos szintű lustaság. Miért is menne el a 15-16 éves fiú pl. moziba „csajozni” ha posztolhatja facebook-on is az álláspontját??:



Miért pont a Facebook? Miért van az, ha egy fiatal bekapcsolja a számítógépét, laptopját, vagy használja „okos telefonját” a Facebook azonnal indul?

„Szerte a világon több mint 750 millió ember tagja valamilyen közösségi webhelynek, és ezek az emberek nem csupán regisztrálnak, hanem rendszeresen be is jelentkeznek – csak a Facebookon napi 20 milliárdnál is több percet töltenek el.

A Facebook felhasználóinak több mint a fele naponta bejelentkezik. Ez elképesztő mértékű figyelem hihetetlen nagyságú embertömegtől.” (Shih: 2011.p.29.)

Természetesen a közösségi oldalak palettájában nem csak a Facebook szerepel. Iwiw, Twitter, a LinkedIn, a MySpace, vagy akár Japánban a Mixi szintén része a közösségi hálónak.

⁵ Letöltés időpontja: 2012.10.29. Hozzáférés módja:
<http://www.facebook.com/viktoria.meszáros.129?ref=ts&fref=ts>

Akkor miért a Facebook?

Közösségi mérete és összetétele alapján a Facebook:

„500 millió aktív felhasználójával a Facebook messze a legnagyobb világméretű közösségi webhely, mind a felhasználók számát, mind a webhelyen töltött időt tekintve. A Facebook - felhasználók köre korra, nemre és bőrszínre való tekintet nélkül a népesség minden szeletét lefedi, (...). ” (Shih,2011.,pp.39-40.)

A Facebookon a személyes barátságok és kapcsolatok dominálnak, ami egyszerre nyújt egyedülálló sanszokat az üzleti vállalkozásoknak, és támaszt személyes kihívásokat azokkal szemben.

Véleményem szerint a Facebook legmeghatározóbb eleme, önmagában a sikerének titka az, hogy folyamatosan leköti felhasználóit. A hírfolyamok, amelyek olyan újdonságokat sugároznak, mint pl.: a közzétett új fényképek és hivatkozások, a „tetszik” (like) gombbal megjelölt oldalak. Minden felhasználó tevékenysége megjelenik a profiloldalán, az ismerőseink hírfolyamainak összesítése pedig ott található a honlapunkon, amikor először bejelentkezünk.

Szinte meg sem lepődünk már azon, hogy mikor filmet, sorozatot szeretne nézni a fiatal, akkor inkább regisztrál egy ingyenes letöltő oldalra, minthogy esetleg felüljön egy helyi járatos buszra és kifizesse a diákjegy árát.

4.3.1 Hogy is kell letölteni egy filmet?

Ahogy a képen is jól látszik, filmetletöltővé válni igen könnyen lehet. Elég, ha kitalálok egy felhasználónevet, egy jelszót, megadom az e-mail címem, leolvasok egy képkódot és természetesen elfogadom a felhasználási feltételeket, úgy, hogy igazából át sem olvasom.

Ha kész vagyok, rögtön letölthetem a torrentoldalról a filmet, csak egy jó letöltő program kell hozzá.

Netsebességünkől függően a film „lejön” és már nézhetem is.

5. kép: Regisztráció
Hozzáférés módja: <http://filmetoltes.netfilmek.eu/wp-login.php?action=register>
Letöltés ideje: 2012.11.18

A következőkben pedig vegyük számba a lehetséges módokat, mikor egy fiatal letölti a filmet, amit meg szeretne nézni.

4.3.2 Jó volt a film.. letöltöttem a következőt...

Vegyünk egy „fiatal kockát”. 15-17 éves, nincs kedve elmenni a moziig, de szeretne megnézni egy jó filmet. Amíg a µtorrent program letölti a filmet, bedobja a mikroba a „zaccos pattogatott kukoricát”, és kitölti a kólát. Utána pedig leül, kényelmesen elhelyezkedik a fotelban, élvezi a filmet. A filmnek vége, letölti a következőt...

4.3.3 A rendszer hibát észlelt, és leáll

A fiatal rengeteg file-t leölt, legyen szó zenéről, filmről, képekről. Szinte bele sem gondol, hol is kalandozik a „Net virtuális és végtelen terében.” Egyszer csak jelez a vírusirtó, hogy a program kártevőket, vírusokat észlelt és azonnal karanténba helyezte őket. De mi is az a vírus? *A számítógépes vírusok olyan kisméretű szoftverprogramok, amelyeknek az a funkciója, hogy egyik számítógépről a másikra terjedjenek, és beavatkozzanak a számítógép működésébe. A vírus a számítógépen megrongálhat vagy törölhet adatokat, a levelezőrendszert felhasználhatja, hogy más számítógépekre terjedjen, sőt esetleg a teljes merevlemezét is törölheti.*⁶ Mint ahogy a „szabadság gyermekeinek” mindenre úgy erre is van megoldása... óriási fejlesztések figyelhetők meg a vírusirtó programok körében is, letölti a próbaverziót, esetleg egy véglegesített változatot...

Sajnos azt nem gondolják sokan végig, hogy ahogy a vírusirtók megújulnak, ugyanúgy, vagy talán rohamosabb ütemben fejlesztik a vírusokat is...

⁶ Letöltés ideje: 2012.11.06. Hozzáférés módja:
<http://www.microsoft.com/hun/biztonsag/szamitogep/alapok/virus/>

6. kép: A Ransomware vírus

Hozzáférés módja:

<http://www.zimbio.com/Latest+Computer+Threats/articles/ayXZTfizgZs/How+Safely+Remove+MAGYAR+REND+RS+G+sz+t+g>

Letöltés időpontja: 2012.11.18.



A Ransomware vírus tipikusan egy olyan kifejlesztett vírus, ami hihetetlen gyorsan terjedt el. Ez a vírus egy olyan Ukash vírus, egy rosszindulatú program, amely valamilyen ijesztgetéssel próbál pénzt kicsikarni az „áldozatokból”. Lényegében a vírus használhatatlanná teszi a számítógépet, elérhetlenné a rajta tárolt adatokat, és rendszerint pénzért vásárolható meg az a kód, ami visszaállítja az eredeti állapotokat.

Szerencsére kifejlesztették már a hatékony megoldást e vírus ellen, ami egy kézikönyv formájában már hozzáférhető is az interneten. Ám ennek ellenére meg

van az esély arra, hogy üzenetet kapunk a számítógépünkre... a rendszer hibát észlelt és leáll...

4.3.4. Amikor kopogtatnak az ajtón

Z generációs sajátosságként emelném ki, a mértéktelenséget. Mikor megszerzünk valamit, lévén szó tárgyról, vagy akár egy file-ról, egyre többet és többet szeretnénk. Nem elégszik meg a fiatal azzal, hogy online filmnéző oldalakon megnézi az éppen premier filmeket, azt a filmet „akarja” is. Letölti, tárolja a számítógépén, esetleg kiírja magának egy DVD-re, hogy félév múlva újra megnézhesse. Eme szemléletmód könnyen elfajulhat. Egyre többet és többet tárol, rengeteg DVD-t „ír ki”, és könnyen előfordulhat az is, hogy ezeket a DVD-ket nem csak magának írja. Végül is kiírhatja a „haverjának”, esetleg megoszthatja Facebookon és akkor még az egyszerűbb verziót vettük. Egy jobb minőségű üres DVD-t kb. 300-400 Ft-ért megvehet a „letöltő”. Egy „naivabb” ismerősének eladja – az egyszerűség kedvéért – 1000 Ft-ért a legújabb filmeket, HD minőségben, 5.1-es akusztikával. A fiatal büszke, örül, végül is „az üzleten” 600-700 Ft-ot is nyert... és ugye el tudjuk képzelni, hogy egy „Z-nek” hány ismerőse van?!

De vajon tudja-e hogy mit is csinál ilyenkor? Tisztában van jogsértő tevékenységével? Véleményem szerint nincs, tehát azt sem érti, miért is jelenik meg egyszer csak náluk a szoftverrendőrség, ami visz mindent. Visz számítógépet, külső, belső adattárolókat.



BSA, avagy közzismertebb néven a szoftverrendőrség:

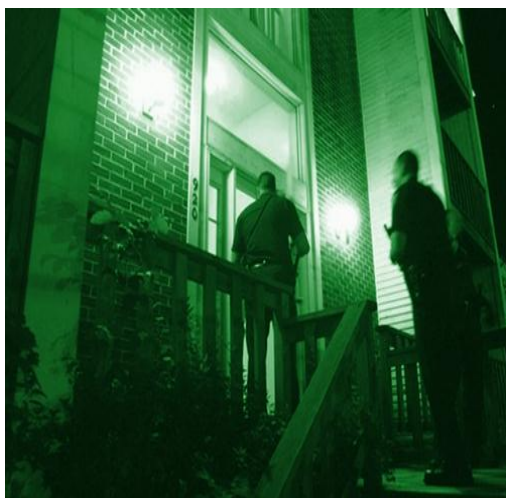
„A Business Software Alliance (BSA) egy olyan, non-profit szakmai szervezet, amelyet a szoftveripar és a hardvergyártó partnerek céljaik elérése érdekében hoztak létre. A szervezet elkötelezetten küzd a biztonságos és jogszerű digitális világ megteremtéséért. (...) A BSA globális missziója egy olyan, hosszú távú jogalkotási és jogi környezet kialakítása, amelyben az iparág virágozhat és tagjai világszerte egységesen léphetnek fel. A BSA programjai a kereskedelmi szoftverek és a kapcsolódó technológiák érdekében támogatják az innovációt, a növekedést és a piaci versenyt.”⁷

7. kép: Szoftverrendőrség

Hozzáférés módja:

http://uzletelo.network.hu/blog/uzletelo-klub-hirei/ha_kopogtat_a_szoftverrendorseg

Letöltés időpontja: 2012.11.19.



Mit tegyünk amikor tényleg kopogtatnak az ajtón? Kinézünk és a két szomszéd bácsit látjuk két idegen, marcona tekintetű nyomozóval az ajtónk előtt. A nyomozók határozattal bírnak, és kutatni fognak irodánkban vagy a lakásunkban illegális szoftverek után. Manapság szinte nem is találni olyan vállalatot, vagy akár háztartást, ahol a napi tevékenység elvégzéshez nincs szükség „szoftverekre” (Balogh, 1998.p.31.)⁸, ahhoz hogy computerünk működő képes legyen.

Bizonyára mindenki tisztában van azzal, hogy a jogtalan szoftverhasználat pénzbírsággal, sőt egyes esetekkel akár szabadságvesztéssel jár.

Amennyiben lefoglalják a computer(ke)t vagy akár az adathordozókat, mindenképpen jegyzőkönyv készül róluk mennyiségük, értékük, minőségi állapotuk feltüntetésével úgy, hogy később könnyen beazonosíthatóak legyenek.

⁷ Letöltés időpontja: 2012.11.06. Hozzáférés módja: <http://ww2.bsa.org/country/BSA%20and%20Members.aspx>

⁸ A szoftver az, ami a részegységek logikus és összehangolt működését biztosítja. Lényegét tekintve: a szoftver gondolati, szellemi teljesítmény eredménye; a számítógép fizikai működésének elméleti, logikai modellje. (

Hírek a nagyvilágból:

- A BSA ingyenesen hívható forró drótyjára érkezett hívás alapján, a NAV házkutatást hajtott végre egy Heves megyei ipari társaságnál. A razzia során megállapították, hogy a cég licenrdíj megfizetése nélkül használta az Adobe, az Autodesk és a Microsoft szoftvereit. Az előzetes szakértői vélemények alapján a cég több mint 1. 000. 000,- Ft büntetés elé nézhet.



**A cég számítógépeit
lefoglalták, az adóhatóság
nyomozást indított az ügyben.**

- Ne „lepődjön” meg senki, ha elektronikus levelet kap a BSA-tól. A megkeresés célja lényegében az: hogy (fenyegetőzéssel?!) mindenkit elijesszenek az illegális szoftverhasználatról. A jellemzően nagy szoftvervállalatok által finanszírozott BSA az azért indítja a kampányt, mert sok vállalkozás nincs tisztában azokkal a kockázatokkal (az adatvesztés, a rendszerleállás megnövekedett esélyével), amit a nem megfelelően licenclt, esetleg kalózszoftverek használata jelent. A szervezet ezért arra hívja fel a figyelmet a kampányban, hogy a szoftverlicencek vagyoni eszközök és beruházások is egyben, ezért ennek megfelelően kell kezelni őket.⁹



**Hogy mit tehet a vállalkozás, amennyiben nem áll
rendelkezésére elegendő forrás a jogtisztá
szoftverek használatához tanácsokat kaphat a
techcorner honlapjáról.**

A kampány során SAM-mel (Software Asset Management - szoftvergazdálkodás) is foglalkozó tanácsadócégeket is a kkv-k figyelmébe ajánlanak. Akinek viszont erre nincs elegendő forrása, lehetséges alternatívaként szóba jöhet az ingyenes, nyílt forráskódú rendszerek használata is. Erről azonban - érthető módon - feltételezhetően aligha tesz majd említést a többek között a Microsoft, az Adobe, a Symantec. által finanszírozott alapítványok kampánylevele.¹⁰

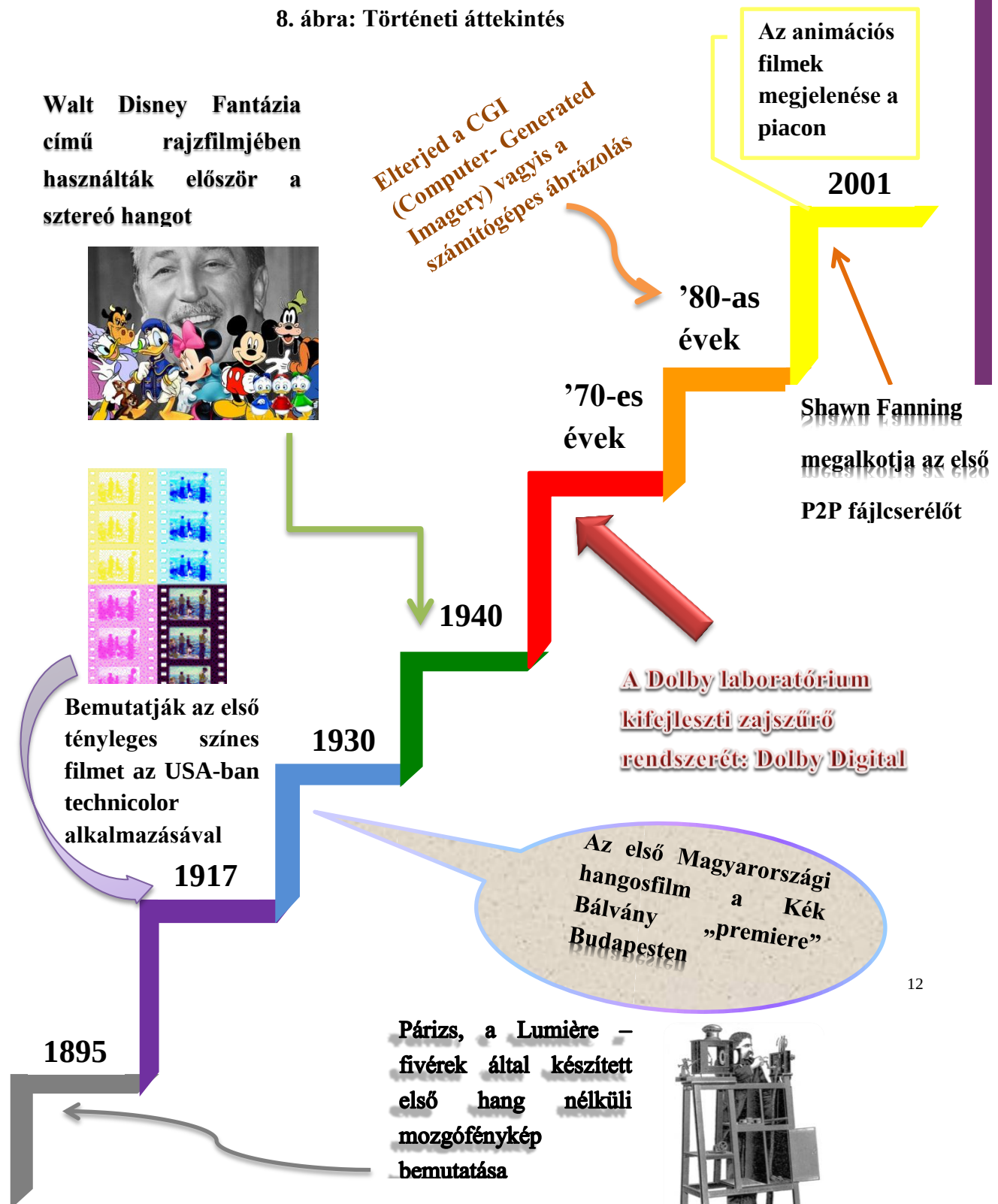
⁹ Letöltés időpontja: 2012.11.19. Hozzáférés módja:

http://hvg.hu/Tudomany/Ne_lepodjon_meg_ha_levelet_kap_a_BSAtol_6FMB0J

¹⁰ Letöltés időpontja: 2012.11.19. Hozzáférés módja: <http://techcorner.hu/cio/ujra-kampanyol-a-bsa.html>

V.EGY KIS TÖRTÉNELEM¹¹

8. ábra: Történeti áttekintés



¹¹ http://hu.wikipedia.org/wiki/Film#1900-as_.C3.A9vek

¹² Felhasznált képek forrásai:

1. kép: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: <http://selinascoble.com/success-secret-9-%E2%80%93-walter-elias-disney-the-creative-pioneer-%E2%80%93-follow-your-dreams/>
2. kép: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: : <http://www.vilaglex.hu/Lexikon/Html/Technico.htm>
3. kép: Letöltés ideje: 2012.11.19. Hozzáférés módja: <http://hu.wikipedia.org/wiki/Kinematogr%C3%A1f>

VI. A JOG ÚTVESZTŐIRŐL

A technika ugrásszerű fejlődése, a mai modern, csúcstechnológia eszközök társadalmunkra komoly hatást gyakorolnak. Szellemi termékeink, műveink védelmére nagy szükség van. Eme kifejezések megfoghatatlan ám egyben tökéletes tartalma ellenére a védelmük története csatáktól nyüzsgő és rengeteg áldozatot követelt. Fejlődésük legújabb állomása a digitalizálás, ami a legnagyobb kihívás elé állította a számos megújuláson átesett szerzői jogot.

„A szerzői jog a széles értelemben vett polgári joghoz tartozik. A szerzői jogi szabályozás vagyoni és személyi viszonyokat rendez. Sajátosságai, számos különleges funkciója következtében mindazonáltal az idők során önálló, elkülönült jogterületté alakult mind nemzetközileg, mind hazai jogrendünkben. A szerzői jogi védelem abszolút szerkezetű, negatív tartalmú kötelezettséget állító jogviszony, amely jellegében hasonló a tulajdonviszonyhoz. Tárgya azonban szellemi alkotás, ami a szerző személyiségéhez kötődő jogosultságok elismerését és oltalmazását is igényli.”
(Moldován (felelős szerk.)1999.p.3.)

8. kép: Paragrafus jel
Hozzáférés módja:
<http://sporthirugynokseg.hu/2012/01/velemenyedet-kerjuk-az-uj-sportt>
Letöltés időpontja: 2012.11.16. orvenyrol/



A számítógépes eszközök világában a jogszerű illetve a jogellenes felhasználásokat egyaránt több körülmény szorította szilárd korlátok közé. Mint ahogy azt tudjuk, a számítógépek idő, energia, költséghatékony többszörözést tesznek lehetővé, a terjesztést így (különösen a világhálónak köszönhetően) hihetetlenül leegyszerűsíti. A fogyasztó akár egy kattintással képes több ezernyi szerzői műhöz hozzáférni, ám a probléma forrása abban jelentkezik, hogy a szerzői jog ezt jelenleg (díjfizetés illetve meghatározott engedélykérés nélkül) nem teszi ezt általánosan lehetővé.

Mivel egy olyan mindennapi, általános fogalom/tevékenység, mint a letöltés a világ bármely pontján ugyanazt jelenti, ebből kifolyólag ugyanazon problémákat vet fel, legyen szó a szerzői jogi hagyományokról, illetve aktuális anyagi, és jogérvényesítési szabályokról akár Európában akár az Egyesült Államokban.

Miért is jelent problémát a fájlcserelés? Hiszen nap, mint nap a világ bármely szegletében több millió ember végzi ugyanazt a tevékenységet.

Hogy miért, a válasz egyszerű: „Az internet nyújtotta határtalan lehetőségekkel és az ebből kifolyólag mértéktelenül megnőtt fogyasztói igényekkel szembeni részben, megkésett, részben inadekvát jogi válaszlépések minden addiginál mélyebb szakadékokat ütöttek a két érdekoldal – a jogosultak és a felhasználók – közé.” (Mezei, 2012., p.13.)

Így könnyen feltehető a kérdés, hogy egy olyan egyszerű, kikapcsolódási lehetőség, mint a film miért is esik szerzői jog alá. A Szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény 1. Fejezetének 1. § értelmében a szerzői jog hatálya alá esik, így a védelem tárgya a filmalkotás, és más audiovizuális mű.

1999-ben Shawn Fanning megalkotja az első P2P fájlcsere alkalmazást, a  **napster**.t. Ezen kliens elkészítésével elsősorban a hangfelvételek letöltése iránt érdeklődő fogyasztókat

9. kép: Napster
Hozzáférés módja: <http://www.pi-soft.com/spoonproxy/napster.html>
Letöltés időpontja: 2012.11.19.

célozta meg, mivel ebben az időszakban az internetes sávszélesség szűkössége miatt egy film vagy akár egy játékszoftver letöltése rengeteg időt vett volna igénybe. A



regisztrált használok rendelkezésére álló hangfelvételek metaadatai másodpercek alatt több ezernyi kilométert is megtehettek és felhasználóbarát módon kerültek listázásra. Tény az, hogy a letöltések hiába álltak rendelkezésre letöltési sebességük nagymértékben függött és függ a mai napig a fogyasztó sávszélességétől. Természetesen napjainkra olyan csúcstechnológia áll rendelkezésre, hogy nem csak hangfelvételek, hanem Blue Ray minőségi filmek, illetve komplett játéksomag szoftverek is elérhetőek a világhálón.

A jog által szilárdan meghatározott szabályokat, normákat illetve lehetőségeket a mai fogyasztói társadalom nem követi lépten-nyomon csak azért, mert azt mondják nekik. A meghatározott viselkedési módok követése csak akkor reális elvárás a jogosultak részéről, ha e szabályokat a társadalom elfogadja, de legalább ismeri és érti.

Hogy is lehetne azt várni, hogy mindenki a normák szerint viselkedjen, tevékenykedjen, ha csak egy Hólabda módszerű kérdőíves kutatás eredményeképpen az az eredmény születik, hogy a megkérdezt sokaság mindösszesen 11,25%-a (egy 80-as fős mintából összesen 9 fő) válaszolja azt, hogy egy letöltő oldal felhasználási feltételeit átolvassa teljes mértékben. Tehát ők utána járnak e cselekvés mivoltának.

A fájlcsere-lők korszakában a szerzői jogosultak és a fogyasztók oldalán gyakorlatilag egy időben olyan teóriák látják meg a napvilágot, amelyek szándékosan torz képet alkotnak az internetes felhasználásról, jelentősen aláásva így a szerzői jog társadalmi jelenlétét, illetve a fájlcsere-lés problémájának lehetőségét.

Mielőtt sorra vennénk e torzításokat vegyük sorra, mit is jelent a „**fájlcsere-lő**” kifejezés:

„Fájlcsere-lők alatt egyedi specialitások, célok, motivációk és lehetőségekből kifolyólag sokféleképpen cselekvő, illetve cselekedni képes emberekre, illetve emberek csoportjára kell összpontosítani, akiket elsősorban nem valamely politikai cél vezérel, hanem az internet világában előttük nyitva álló gazdasági realitások csokra, és a rendelkezésre álló lehetőségek tárháza motiválja őket.” (Mezei, 2012., p. 40.)

6.1. KALÓZKODÁS

A „**kalózkodás**” kifejezés egy ideje beleírta magát a fájlcsere-léssel illetve egyáltalán a szellemi alkotások megsértésével kapcsolatos teóriák változataiba. Manapság előszeretettel hívnak minden engedély nélküli tevékenységet kalózkodásnak. Jogszabályi meghatározás alapján a kalózkodás: *„Olyan másolat, amely a jogtulajdonos, illetőleg az előállítás országában általa feljogosított személy engedélye nélkül készült, s amelyet közvetlenül vagy közvetve olyan termékből állítottak elő, amelynek sokszorosítása az importáló ország joga szerint szerzői, illetve a kapcsolódó jogok megsértésének minősül.”* (Mezei, 2012., p. 37.)

Világos, hogy a kalózkodás kifejezés használóinak célja egyszerű: a társadalom az átlagos fájlcsere-lőt másokat megkárosító, negatív alak képzetével tegye egyenlővé.

Egy rövid átgondolás után, hamar rájövünk mégis mi az, ami motiválja a fájlcsere-lőt. A technológia nyújtotta lehetőségekből adódóan: (a legtöbb esetben garantáltan) ingyenesség, egyszerűség, gyorsaság, anonimitás, de legalább annak látszat.

A fájlcsere kalózkodással való egy lapon említése, azonosítása mindkét oldalról nézve komoly hiba. Lényegében azért, mert a helyzet stabilitása ellen lép fel. Ilyen légkörben a szerzői jogosultak érdekeinek illetve a fájlcsere-alkalmazások érdekei sosem fog egyezni.

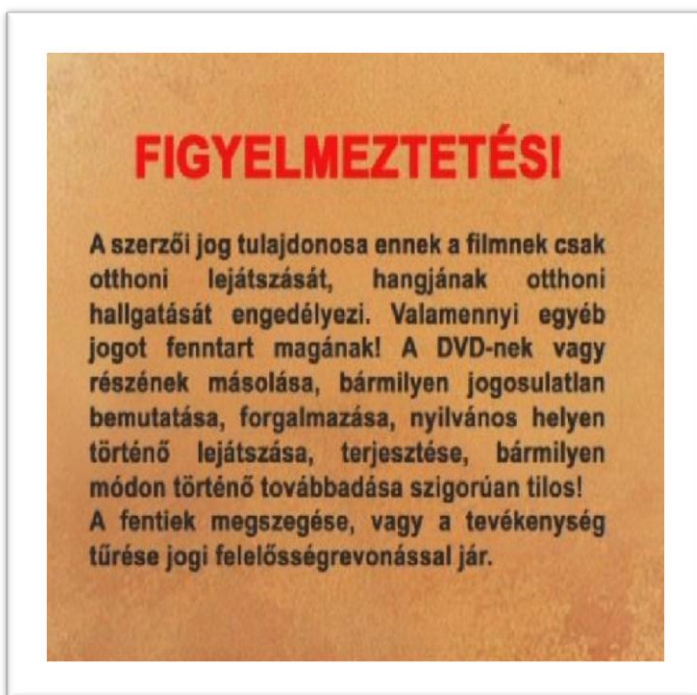
6.2. TULAJDON, LOPÁS

Habár a köztudatban igen elterjedt az a teória, hogy a szerzői jog egyenlő a tulajdonjoggal, hogy a letöltés egyenlő a lopással, tisztában kell lennünk azon, hogy ezen állítások nem állják meg a helyüket. „Napjainkban a legelfogadottabb nézet szerint a „szellemi tulajdont”, ide értve a szerzői jogot is, nem szabad a dolgok feletti (magán) tulajdon fogalmával azonosítani.” (Mezei, 2012., pp.45-46.)



11. kép: Illusztráció
Hozzáférés módja:
www.hatalyonkivul.hu
Letöltés ideje: 2012.11.18.

10. kép: Figyelmeztetés
Print Screen eredeti DVD felhasználási feltétele: (Rendező) Horváth Csaba: Európa Express, Interdomino Kft. Érd, 2007.



Az online szerzői jogsértéseket a lopással azonosító szaknyelv ugyanis legalább olyan mértékben – ha nem jobban – elterjedt a tömegkommunikációban vagy a jogirodalomban, mint a kalózkodás kardinális problémája. „A magyar büntetőjog egyértelműen elhatárolja egymástól a bűncselekményt a szerzői vagy szerzői joghoz kapcsolódó jogok megsértésének vétségétől. Annak eldöntése tehát, hogy – többek között – „egy film letöltése lopás-e”, minden esetben a konkrét nemzeti szabályozás függvényében lehetséges.” (Mezei, 2012., pp.49.)

VII.KINEK IS ÉRI EZ MEG?

"Kinek jó is jó az, ha készítettünk egy filmet akárhány forintból, euróból, dollárból és azt mindenki ingyen megnézi!?"¹³

Alkotóként úgy gondolja az ember, hogy a népszerűség a legnagyszerűbb dolog, ami történhet vele. Hiszen a művész (legyen szó festőről, vagy filmrendezőről) azt szeretné, hogy a világon minél több ember ismerhesse meg azt, amit ő alkotott, létrehozott.

Üzleti szempontból, vagy akár finansziális szempontokat is figyelembe véve, a helyzet sajnos nem ilyen egyszerű.

„Ne feledjük el, hogy a filmesek és a jogalkotók azért alkalmazkodó képesebbek annál, mintsem, hagynák, hogy a warezolás a fejükre nőjön. A jól lobbizó kiadók nyomására ugyanis már jó pár éve bevezették a különféle reprográfiai díjakat (azaz beépítik az eladott adathordozók árába (CD, DVD, Pendrive, Ipod, stb.) azoknak a kiadványoknak a jogdíját, amelyeket a felhasználók esetleg majd (!) Fizetés nélkül rámásolnak, ezzel új, a piactól csak minimálisan függő, sokmilliárdos bevételhez juttatva a kiadókat, és akaratlanul is legalizálva a fájlcserét.”¹⁴

Hiszen annak ellenére, amit különböző sajtókban állítanak a fájlcserélők miatt kialakult nehéz helyzetükről, ők is pontosan tudják, hogy ez az egész mondvá csinált probléma, kölcsönös érdekeket szolgál. A világháló fejlődése, a torrent oldalak megjelenése, nem a fizetős, materiális zene/film iránti piacképes keresletet csökkentették, lényegében a nagy kiadók pl: Gramy Records; M-ton vagy akár az Universal Music kínálati monopóliumát vetették vissza.

Ami a konkrétumokat illeti: az USA-ban 2000-ben 35 516 albumot adtak ki, 2007-ben viszont már 79 695-öt (ebből 25 159 kizárólag digitális formában jelent meg. (...) Hasonló változást okozott az internet a filmek életében is. 2003-ban még csupán 3807 játékfilm készült a világban, 2007-re ez a szám 4989-re nőtt. „Ráadásul a bővülésben azok az államok jártak az élen, ahol különösen magas a kalózmásolatok aránya! Tehát, az ingyenes vagy olcsó hozzáférés megnöveli az érdeklődést - azaz szélesíti a piacot -, amiből végül a fizetős kiadványok is profitálnak.”¹⁵

Nézzünk egy kicsit a bársonyfüggöny mögé!

¹³ Letöltés ideje: 2012.10.30. Hozzáférés módja: <http://filmfalok.network.hu/blog/filmfalok-es-filmalkotok-hirei/a-magyar-mozifilmek-helyzete-ma>

¹⁴ Letöltés időpontja: 2012.11.16. Hozzáférés módja: <http://filmfalok.network.hu/blog/filmfalok-es-filmalkotok-hirei/a-magyar-mozifilmek-helyzete-ma>

¹⁵ Letöltés időpontja: 2012.11.16. Hozzáférés módja: <http://filmfalok.network.hu/blog/filmfalok-es-filmalkotok-hirei/a-magyar-mozifilmek-helyzete-ma>

Az eddig elhangzottak alapján könnyű lenne levonni a következtetést: mivel a legtöbben letöltik a filmet, nem áldoznak a mozijegy árára, ezért a mozik lényegében haldokolnak. Azonban a helyzet ennyire nem egyszerű.

A folyamatos változások, válságok és konjunktúraciklusok világában nehéz konkrét következtetéseket levonni. A rendelkezésre álló statisztikai adatok alapján azonban rá lehet világítani a kontrasztokra a generációk világi között.

Hogy is lehet az, hogy rengetegen töltenek filmeket, és mégis szárnyalnak a mozi bevételek?

A Z generáció sajátosságaként a fiatalok kihasználják a rendelkezésre álló lehetőségeket, ingyen, gyorsan szerzik meg azt a filmet, amit meg szeretnének nézni. Ebből következik az, hogy kevesebben járnak moziba, tehát csökken a moziba látogatók száma. Eme tény alátámasztásul szolgál a következő bárki számára rendelkezésre álló adatbázis:

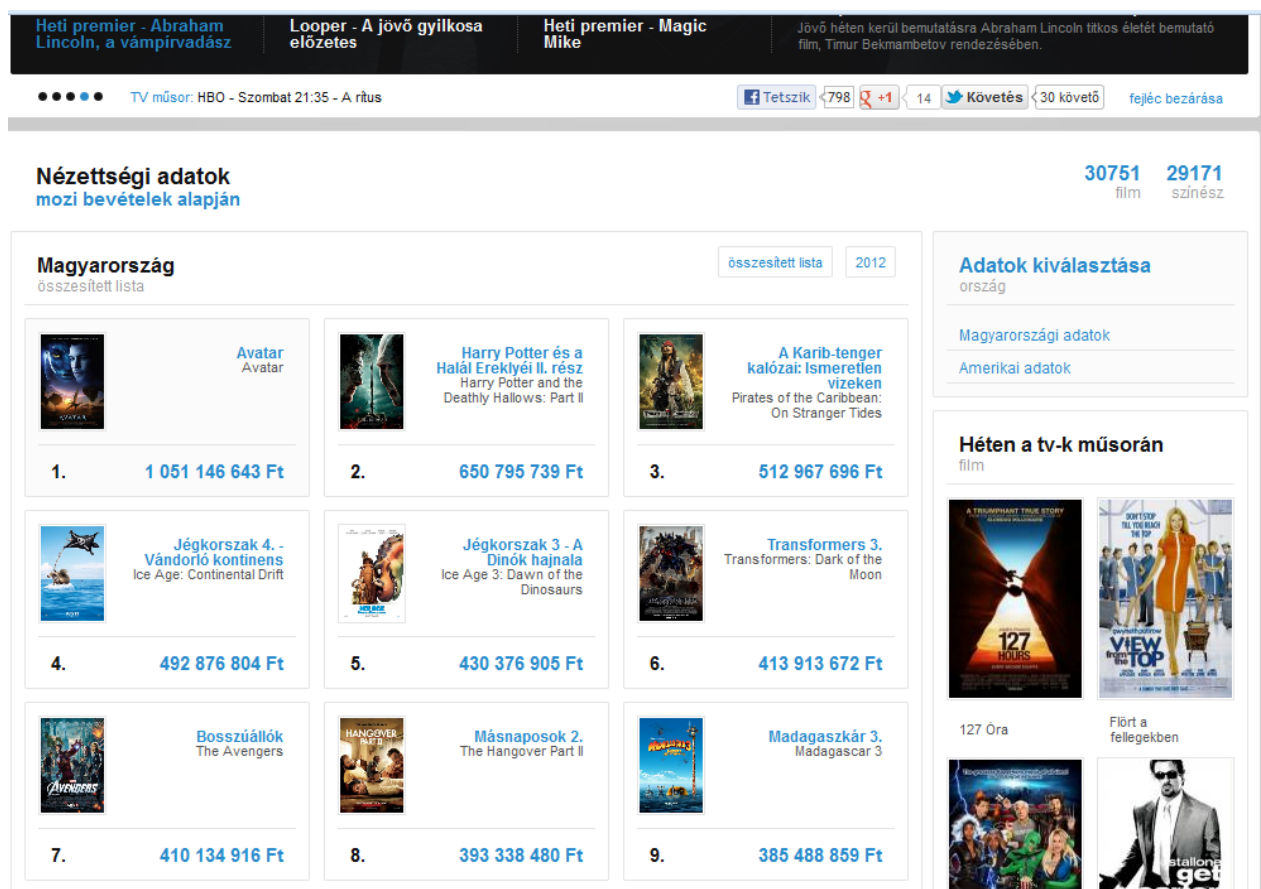
9. ábra: Mozi látogatások száma (2000-2011)

6.2.6.2. Színház- és mozilátogatások száma (2000–)											
(ezer)											
Területi egység	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Alföld és Észak	868	793	807	868	947	987	939	904	917	1 038	988
Összesen	3 938	3 898	4 152	4 198	4 365	4 412	4 156	4 049	4 076	4 488	4 580
Mozi											
Budapest	8 183	8 459	8 382	7 821	7 793	6 983	6 762	6 395	7 535	6 731	6 557
Pest	96	156	140	112	96	85	98	75	48	53	31
Közép-Magyarország	8 279	8 615	8 522	7 933	7 889	7 068	6 860	6 470	7 583	6 783	6 588
Fejér	605	579	537	435	393	358	357	356	321	327	353
Komárom-Esztergom	114	144	130	85	76	61	56	147	191	141	143
Veszprém	178	193	171	116	211	207	216	195	184	174	189
Közép-Dunántúl	897	916	838	636	680	626	629	698	696	641	686
Győr-Moson-Sopron	794	793	686	592	611	538	518	512	469	514	580
Vas	213	222	241	258	272	223	224	168	170	167	174
Zala	200	299	287	269	267	220	230	161	140	153	167
Nyugat-Dunántúl	1 207	1 314	1 214	1 119	1 150	981	973	841	779	834	922
Baranya	548	529	501	428	415	368	326	359	346	356	413
Somogy	131	264	242	205	190	150	134	122	118	113	121
Tolna	93	127	116	77	70	63	55	45	37	35	29
Dél-Dunántúl	772	920	859	710	675	581	515	526	501	504	564
Dunántúl	2 876	3 150	2 911	2 465	2 505	2 188	2 116	2 065	1 976	1 980	2 172
Borsod-Abaúj-Zemplén	477	758	718	603	627	553	523	403	320	315	358
Heves	166	175	172	130	100	78	80	98	123	120	143
Nógrád	130	138	112	77	77	60	51	25	21	19	..
Észak-Magyarország	773	1 071	1 002	810	804	691	654	526	464	454	501
Hajdú-Bihar	603	630	553	486	486	439	436	408	364	379	426
Jász-Nagykun-Szolnok	167	186	295	252	244	209	201	196	179	174	178
Szabolcs-Szatmár-Bereg	290	456	412	372	365	325	287	263	241	223	240
Észak-Alföld	1 060	1 272	1 260	1 110	1 095	973	925	867	783	777	845
Bács-Kiskun	482	504	483	410	408	377	343	299	271	77	338
Békés	235	242	261	240	234	212	179	178	151	139	141
Csongrád	589	850	839	686	669	584	554	505	454	494	529
Dél-Alföld	1 306	1 596	1 583	1 336	1 311	1 173	1 076	982	876	710	1 008
Alföld és Észak	3 139	3 939	3 845	3 256	3 210	2 837	2 654	2 375	2 123	1 940	2 354
Összesen	14 294	15 704	15 278	13 654	13 604	12 093	11 631	10 910	11 683	10 704	11 113

Forrás: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zkk004.html

A statisztikai táblából jól kivehető, hogy jelentős mértékű visszaesés figyelhető meg a mozilátogatók számában. Könnyű belátni, hogy, a mai világban, ilyen mértékű áremelkedések mellett, sajnos egyre kevesebben engedhetik meg maguknak azt a „luxust”, hogy moziba járjanak. Eme tényből egyenesen arányosan következne az is, hogy a mozi bevételek is csökkennek. Azonban erről szó sincs.

10. ábra A magyar mozik bevételeinek alakulása 2011-ben



Forrás: <http://filmadatbazis.hu/film/nezettseg/magyarorszag>

Ahogy, a filmadatbázisból is látszik 2011-ben, az első helyen álló Avatar című film bevétele meghaladta az 1. 000. 000. 000,- Ft-ot. Azt könnyen beláthatjuk, hogy ez a bevétel hatalmas mértékű. Ám az előző statisztikából kiderül, hogy ugyanebben az évben 11.113 ezer fő látogatta a magyar mozikat, legyen szó egy multiplex vagy akár egy kertvárosi moziról. Ezen látogatói létszám egy csökkenő tendencia eredménye, a táblából könnyen láthatjuk, hogy évről évre egyre kevesebben élvezik a mozi szolgáltatásait.

Akkor mivel magyarázható a bevételek ekkora mértéke, miközben a látogató létszám egyre jobban csökken???

Erre a kérdésre igen nehéz egyértelmű, határozott választ adni.

Véleményem szerint a premier filmek vetítésén ugrásszerűen megnő a mozik átlagos bevétele, hiszen egy jól beharangozott, érdekes film sok ember figyelmét felkelti.

12. kép: Mozijegy

Hozzáférés módja:

http://wherepaperturnsintomiracle.blogspot.hu/2011_02_01_archive.html

Letöltés időpontja: 2012.11.16.

A budapesti Palace Campona multiplex mozi jegyárai 2012 novemberében: „Teljes árú jegy:

1. 450,- Ft. Kedvezményes nap szerda (3D előadás kivételével): 950,- Ft. Gyerek, diák, nyugdíjas, mozgássérült jegy: 1. 090,- Ft. (igazolvány felmutatásával) Családi jegy (2 felnőtt 2 gyerek vagy 1 felnőtt 3 gyerek): 3. 760,- Ft. Teljes árú 3D jegy: 1. 850,- Ft. Kedvezményes 3D jegy (gyerek, diák, nyugdíjas, mozgássérült): 1. 450,- Ft”.¹⁶



Könnyen kiszámolható, hogyha egy 3D-s jegy ára majdnem 2. 000,- Ft – mivel az emberek szeretik kipróbálni/kihasználni a lehetőségeket, véleményem szerint igénybe veszik a 3D-s szolgáltatást – milyen összegű bevételek keletkeznek egy-egy premier vetítés alkalmával. Ugyan a „Z-k” inkább a gyors, olcsó megoldás mellett döntenek, addig az idősebb korosztály – legyen szó akár az Y akár az X generáció tagjairól – szélesebb körű pénzügyi lehetőségeikből adódóan szívesebben illetve nagyobb mértékben áldoznak ilyesfajta alternatív költségre. Mivel világunkban minden változik és fejlődik, így a 3D minőség is lassan elavulttá válik. Alig szoktunk hozzá ahhoz, hogy az elefánt ormánya kinyúlik a képernyőből, új élmények hódítanak teret. 3D helyett itt a 4D: a magyar mozilátogatók hamarosan kipróbálhatják milyen érzés az, amikor megindul alattuk a szék, vagy a hajukat heves szél borzolja, természetesen a piachoz szabott árakkal.

¹⁶ Letöltés időpontja: 2012.11.16. Hozzáférés módja:
<http://teleprogram.hu/index.php?module=Organizations&operation=detail&id=1189>

VIII.ÖSSZEGZÉS, AVAGY EZ VÁR RÁNK A JÖVŐBEN?

A TDK dolgozat céljaként arra törekedtem, hogy átfogó képet adjak, egy olyan témáról, ami a mindennapi életünket is meghatározza. A legtöbben át sem gondolják, milyen generációhoz tartoznak – vagy nem is tudják, hogy milyen generációs beosztások léteznek – nem merülnek bele a letöltés jogi vonatkozásaiba, át sem gondolják honnan és mit töltenek le. Ami lényegében még csak nem is baj.

Primer, illetve szekunder kutatásaim során, igyekeztem megfogni azt a fátyolos kérdést, hogy mi is lesz a jövőben? Hogyan alakul a számítógép „majmoló” fiatalok élete, mi lesz velük 10 vagy akár 20 év múlva. Hova jutunk el?

10-20 év múlva ezek a mai „gyerekek” felnőnek és kilépnek a munka világába, aktív munkavállaló személyek lesznek. Állandó számítógép örületüket, „kockulásukat”, hogy fogják alkalmazni napi 8-10 óra munka alatt?

A munkaerőpiacon jelenleg a Baby boom, az X valamint az Y generációk folytatnak aktív munkavégzést. Hihetetlenül felgyorsult a világ, és a generációk nagyon gyorsan és nagyon élesen elkülönülve váltják egymást. Persze, hogy mi lesz néhány évtized múlva senki nem tudhatja előre. Abba viszont muszáj belegondolnunk, hogy ha a hagyományos oktatási rendszer nem változik, a fiatal generáció egyre kevesebb tagja fog tudni vele azonosulni. Hiszen a tantárgyak, tananyagok, tankönyvek, pedagógiai módszerek, az oktatás formái, stb. nem az új igényekre vannak szabva.

Pedig a Z generáció tagjai nagy százalékban már iskolások. Óriási ellentét van a mindennapi élethez szükséges készségek és tudásanyag, valamint a jelenleg oktatott – főleg a magolásra és az írásbeliségre épített – tananyag között. Nem véletlenül tanulnak sokan nehezen, a szorgalmasan magolók pedig nem véletlenül döbbennek rá 23-25 évesen a munkahelyekre belépve, hogy felesleges dolgokat tanultak.¹⁷

Egyes tanulmányok szerint a Z generáció tagjai nagymértékben különböznek az elmúlt négyszáz év generációitól, hiszen ők a világ első globális, a technológia remekműveivel rendelkező nemzedéke, akik ugyanazon a zenén, ételen, mozifilmen, és divatirányzaton nőnek föl.

¹⁷ Letöltés időpontja: 2012.11.17. Hozzáférés módja: <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html>

„A szakértők szerint a jövő a **'freetereknek'** nevezett munkavállalóké. Ellentétben a **'salary man'**-nel – aki engedi, hogy megmondják, mit és hogyan csináljon, pontról-pontra betartja a céges policy minden betűjét, és a vállalati kultúra szerves részeként tekint magára – a freeter típusú alkalmazott kevésbé kötődik a munkahelyéhez, vagy akár több helyen is dolgozik egyszerre, mintegy megvalósítva önmagát. Az ilyen mentalitású szakemberek nem ragadnak le egy vállalatnál, mivel nem aggódnak amiatt, hogy nincs biztos fizetésük és stabil pozíciójuk.”¹⁸

És hogy mi történik a világunkban addig?

Egyre nagyobb fogyasztói igényeket kell kielégíteni, egyre több szolgáltatást fognak igénybe venni akár a fiatalok, akár az idősebb korosztály sajátosságait vesszük figyelembe.

A Samsung legújabb vívmányát 2013 elején dobja piacra. Az új hajlítható kijelzőjű készülékek széleskörű terjesztési lehetőségekkel bírnak.

A trükk lényegében annyi, hogy üveg helyett műanyaggal gyártanak az okostelefonokat és táblagépeket. Ennek egyébként az az előnye, hogy az adott eszköz könnyebb, tartósabb és

olcsóbb is lehet, mint az üveges társai - ráadásul a Samsung így is úgy is piaci előnyhöz jutna - mivel az elsőként megjelenő telefonok csak hajlítottak, de nem hajlíthatóak, formázhatóak kedv szerint.

13. kép: A jövő mobiltelefonjai

Hozzáférés módja: <http://www.hir24.hu/it-mobil/2012/11/15/ez-lesz-menobb-az-iphone-nal/~tech-tud>

Letöltés időpontja: 2012.11.19.



14. kép: "A csúcstechnológia netovábbja"

Hozzáférés módja:

<http://www.hwsz.hu/hirek/49360/lenovo-thinpad-x1-carbon-notebook-ultrabook-kiprob>

Letöltés időpontja: 2012.11.19. altuk-teszt.html

A Lenovo Group Limited által kifejlesztett új Lenovo ThinkPad X1 Carbon: A burkolat alatt sztenderd Intel ultrabook platformot találunk, 1,8 GHz-es névleges órajelű Core i5-3427U processzorral (Ivy Bridge), beépített HD Graphics 4000 videovezérlővel, 8 gigabájt (nem bővíthető) DDR3 memóriával és a SanDisk által gyártott, 238 gigabájt névleges kapacitású

SSD-vel. Valljuk be ennyi „okossággal” a burkolata alatt, szinte már megírja helyettünk a házi dolgozatot is.

¹⁸ Letöltés időpontja: 2012.11.17. Hozzáférés módja: <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html>

A Z generáció bemutatásakor felhívtam a figyelmet arra, hogy milyen veszélyeket rejt magában a „kockulás” illetve az, hogy a fiatalok ilyen mértékben élik napjaikat a „virtuális világban.” A következő példa igen sarkalatos, egyértelműen azt az „élethelyzetet” mutatja be, aminek kialakulását mindenféleképpen meg kell akadályozni. A következő bejegyzés sokkoló figyelemfelkeltő és félelmetes is egyúttal...

Ha az ovisok is facebookoznának:

- nem akarok ma oviba menni, tökfozelék lesz ebédre
- 20 lájk és megeszem a gyurmám
- like ha legóznál velem
- valaki üzi? megint sarokba állítottak
- nem is a Mikulás volt, megint a Pista bácsi öltözött be
- 19:00 M1 esti mese
- a konyhás néni bűdös
- valaki délután fogócska?
- jó ez a zsírkréta, pont beleillik az orromba
- hétvége van, este begumimacizok
- megpuszilt egy lány, fujj
- a Ferikét lerúgtam ma a libikókáról, haha
- eladó action man figura (a feje le van rágva)

A „Z-k” igyekeznek minél jobban kihasználni az internet nyújtotta szolgáltatásokat, de miért is hibáztatnánk érte őket. Hiszen ők ebbe a világba születtek bele, számukra ez a természetes, és nem is mindig értik, ha kritizálják őket, ha folyamatosan „bezzegelnék” a szülők, a nagyszülők, amikor ők nem is értenek ahhoz, amit a fiatal csinál.

Hiszek abban, hogy fejlődés várható, de a szerepek, az emberi kapcsolatok megmaradnak.

Így szeretném mondanivalómat összegezni:



16. kép: Összefogás

Hozzájárulás módja:

<http://hu.stockfresh.com/image/58234/business-agreement---senior-and-young-executives-shaking-handsL>

Letöltés időpontja: 2012.11.17.

„ Mindannyiunk felelőssége, hogy megmarad-e a jó kapcsolat régi és új között, és hogy segít-e az idősebb a fiatalnak és fordítva. Vagy lassan, de biztosan megindul az elszakadás, mert mindenki csak hajtogatja a magáét. Egyszerűen érdemes figyelniük egymásra.”
(Tari, 2010., p.150.)

Kézirat lezárva: Zalaegerszeg, 2012.11.19.

FELHASZNÁLT IRODALMAK JEGYZÉKE

1. Balogh Zs.Gy.: Jogi informatika. Budapest-Pécs: DIALÓG CAMPUS KIADÓ, 1999.
2. Csizner I. Dr.(felelős szerk.): A szerzői jog a gyakorlatban. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft. 2004.
3. Girard B.: A menedzsment forradalma: A Google-modell. Budapest: Typotex Kiadó, 2010.
4. Levinson J.C.: Gerillamarketing, az üzleti siker kézikönyve. Budapest: Haszon Lapkiadó, 2005.
5. Mezei P.:A fájlcsere dilemma. a perek lassúak, az internet gyors. Budapest: HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft. 2012.
6. Mitnick K.D.: A legendás hacker. Budapest: Perfact-Pro Kft., 2003.
7. Moldován T. (felelős szerk.): Szerzői jogi törvény. Budapest: VIVA Média Holding, 1999.
8. Shih C.: A Facebook kora. Budapest: Kiskapu Kft, 2011.
9. Tari A.: Y generáció. Budapest: Jaffa Kiadó és Kereskedelmi Kft., 2010.
10. Tari A.: Z generáció. Budapest: TERICUM Kiadó Kft. 2011.
11. Vise D.A., Malseed M.: A Google sztori, Két lelkes diák megváltoztatja a világot Budapest: .K.u.K. Kiadó, 2009..

ONLINE HIVATKOZÁSOK JEGYZÉKE

1. http://dragon.unideb.hu/~nevtud/Tanarkepzes/meres/1_fejezet.pdf
2. <http://ekonyvtar.pszichologia.ro/gypn/3stat3/Szokolszky%2092-95.pdf>
3. <http://ekonyvtar.pszichologia.ro/gypn/3stat3/Szokolszky%2092-95.pdf>
4. <http://filmfalok.network.hu/blog/filmfalok-es-filmalkotok-hirei/a-magyar-mozifilmek-helyzete-ma>
5. <http://filmletoltes.netfilmek.eu/wp-login.php?action=register>
6. <http://hu.stockfresh.com/image/58234/business-agreement---senior-and-young-executives-shaking-handsL>
7. http://hu.wikipedia.org/wiki/Film#1900-as_.C3.A9vek
8. <http://hu.wikipedia.org/wiki/Kinematogr%C3%A1f>

9. <http://hu.wikipedia.org/wiki/Kinematogr%C3%A1f>
10. http://hvg.hu/Tudomany/Ne_lepodjon_meg_ha_levelet_kap_a_BSAtol_6FMB0J
11. <http://noragyll.se/2010/august/bio-popcor>
12. <http://selinascoble.com/success-secret-9-%E2%80%93-walter-elias-disney-the-creative-pioneer-%E2%80%93-follow-your-dreams/>
13. <http://sporthirugynokseg.hu/2012/01/velemenyedet-kerjuk-az-uj-sportt>
14. <http://techcorner.hu/cio/ujra-kampanyol-a-bsa.html>
15. <http://teleprogram.hu/index.php?module=Organizations&operation=detail&id=1189>
16. http://uzletelo.network.hu/blog/uzletelo-klub-hirei/ha_kopogtat_a_szoftverrendorseg
17. http://wheremaperturnsintomiracle.blogspot.hu/2011_02_01_archive.html
18. <http://ww2.bsa.org/country/BSA%20and%20Members.aspx>
19. <http://www.facebook.com/misstyca.train?ref=ts&fref=ts>
20. <http://www.facebook.com/odor.bettina?ref=ts&fref=ts>
21. <http://www.facebook.com/viktoria.meszáros.129?ref=ts&fref=ts>
22. <http://www.googleappscentral.com/blog/2011/12/new-administrative-apis-for-google-apps-editions/>
23. <http://www.hir24.hu/it-mobil/2012/11/15/ez-lesz-menobb-az-iphone-nal/~tech-tud>
24. <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html>
25. <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html>
26. <http://www.hwsz.hu/hirek/49360/lenovo-thinpad-x1-carbon-notebook-ultrabook-kiprob>
27. <http://www.kamaszpanasz.hu/hirek/suli/3670/milliardos-egyetemistak>
28. <http://www.microsoft.com/hun/biztonsag/szamitogep/alapok/virus/>
29. <http://www.pi-soft.com/spoonproxy/napster.html>
30. <http://www.slideshare.net/pedmie2011osz/x-genenerci>
31. <http://www.vilaglex.hu/Lexikon/Html/Technico.htm>
32. <http://www.vilaglex.hu/Lexikon/Html/Technico.htm>
33. <http://www.zimbio.com/Latest+Computer+Threats/articles/ayXZTfizgZs/How+Safely+Remove+MAGYAR+REND+RS+G+sz+t+g>
34. www.hatalyonkivul.hu
35. www.ibela.hu/tiop11109/files/projektzaro/eloadasok/Burine.ppt

MELLÉKLETEK

SZLENG SZÓTÁR

A hiteles ábrázolás érdekében a dolgozatomban olyan kifejezéseket használtam, amelyek a leghűbb képet adják az adott témáról. A következőkben ezen szavakra, kifejezésekre szeretnék magyarázatot adni.

- **„like”**: tetszeni, kedve van valamihez. A Facebookon a like-olás, azt jelenti, hogy nekem tetszik az, amit az ismerősöm megosztott.
- **„technológia örültjei”**: azok a fiatalok, akik a csúcstechnológia eszközeit magas szinteken élvezik, folyamatosan használják.
- **„rágcsálni”**: filmnézés közben folyamatosan enni valamit
- **„csajozni”**: fiúk a lányokkal beszélgetneadsk azért, mert szeretnék őket közelebből megismerni, amennyiben sikerül a későbbiekben randevúzni is.
- **„posztol”**: az általam megosztani kívánt információkat közzétenni
- **„torrentoldal”**: adatbázis, ahonnan regisztráció után le lehet tölteni a filmeket, zenéket, képeket stb.
- **„a film lejön”**: a világhálóról elindított letöltés a végére ér, a filmet tartalmazó file teljes egészében a gépünkön a rendelkezésünkre áll
- **„kockul a fiatal”**: rengeteg időt tölt a számítógép előtt, egész élete a számítógép illetve a Web körül forog
- **„utorrent program”**: olyan letöltő program, aminek segítségével a torrent oldalakról le tudjuk tölteni a file-okat
- **„zacsis pattogatott kukorica”**: mikrohullámú sütőben, gyorsan és egyszerűen elkészíthető pattogatni való kukorica, különböző kizserelésekben és ízesítésekben kapható
- **„warezolás”**: a jogvédett tartalmak jogsértő terjesztése
- **„számítógépet majmoló”**: a számítógépek rabjai, aki folyamatosan a gép előtt ül, az életét csak így tudja elképzelni



ONLINE KÉRDŐÍV

"Ez már lejárt lemez"

Péteri Barbara vagyok, II. éves főiskolai hallgató. Kérem segítsége tudományos diákköri munkám e kérdőív kitöltésével. Segítségét előre is köszönöm. A kérdőív kitöltése maximálisan 5 percet vesz igénybe.

*Kötelező

1. Szeret-e moziba járni? *

- ☐ igen
- ☐ nem

2. Amennyiben válasz az előző kérdésre igen, kérem, adja meg, hányszor szokott moziba menni: *

- ☐ hetente legalább egyszer
- ☐ havonta legalább egyszer
- ☐ 1-2 havonta
- ☐ félévente
- ☐ évente
- ☐ nem járok moziba

3. Kérem, adja meg azt a maximális összeget, amit egy mozijegy áráért hajlandó megfizetni!

4. Kérem, osztályozza egy 1-5-ig terjedő skálán (Likert skála) az alábbi tényezőket aszerint, hogy mennyire befolyásolja Önt mikor egy filmet meg szeretne nézni? * 1= egyáltalán nem,..., 5= teljes mértékben

	1	2	3	4	5
Kényelem	☐	☐	☐	☐	☐
A mozi, mint randi lehetőség	☐	☐	☐	☐	☐
3D minőség	☐	☐	☐	☐	☐
Szélesvásznú vetítés	☐	☐	☐	☐	☐
Tömeg	☐	☐	☐	☐	☐

5. Az Ön által megtekintett filmekből hányat néz meg moziban is? *

- ☐ mindet
- ☐ több mint a felét
- ☐ Kevesebb, mint a felét
- ☐ nagyon keveset
- ☐ egyet sem

6. Otthon szeret-e filmet nézni? *

- ☐ igen
- ☐ nem

7. Ha otthon néz filmet hogyan teszi? *

- ☐ TV
- ☐ Video
- ☐ DVD lejátszó
- ☐ Számítógép
- ☐ Internet

8. Mi az előnye annak, ha otthon néz filmet? Kérem fogalmazza meg pár mondatban.



9. Zavarja-e Önt a film közben TV-ben a reklám? *

- ☐ igen
- ☐ nem

10. Vásárol DVD filmet? *

- ☐ igen
- ☐ nem

11. Mi jut eszébe először (1 szó) a filmletöltés szó hallatán?

12. Használ torrent oldalakat? *

- ☐ igen
- ☐ nem

13. Amennyiben az előző kérdésre (12. kérdés) a válasza igen, kérem adja meg, hogy melyek



ezek az oldalak:

14. Tárol számítógépén letöltött fájlt? *

- ☐ igen
- ☐ nem

15. Átolvassa Ön teljes mértékben a letöltő ill. torrent oldalak "Felhasználási feltételeit"? *

- ☐ igen
- ☐ nem

16. Tudja-e mikor illegális egy film "nézése-letöltése". Kérem, fogalmazza meg véleményét



néhány mondatban.

17. Kérem, fogalmazza meg pár mondatban, Ön szerint mit jelent az, hogy "A szerzői jogok

megsértése."

18. Neme: *

- nő
- férfi

19. Életkora: *

- ☐ 0-18 év
- ☐ 19-25 év
- ☐ 26-30 év
- ☐ 31-35 év
- ☐ 36-40 év
- ☐ 41-45 év
- ☐ 46-50 év
- ☐ 51-55 év
- ☐ 56-60 év
- ☐ 61-65 év
- ☐ 65 év felett

20. Legmagasabb iskolai végzettsége: *

- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakiskola
- ☐ Gimnázium
- ☐ Szakközépiskola
- ☐ Felsőfokú szakképzés
- ☐ Főiskola vagy Egyetem BA/BSc
- ☐ Főiskola vagy Egyetem MA/MSc
- ☐ Posztgraduális képzés PhD

21. Jelenlegi állandó lakóhelye: *

- ☐ Főváros
- ☐ Megyei jogú város
- ☐ Város
- ☐ Község
- ☐ Falu
- ☐ Tanya

22. Mennyi az 1 főre jutó jövedelem a háztartásukban? *

- ☐ 0-25 000 Ft
- ☐ 26-50 000 Ft
- ☐ 51-75 000 Ft
- ☐ 76- 100 000 Ft
- ☐ 101-150 000 Ft
- ☐ 151 000 Ft felett

23. Hányan élnek Önnel közös háztartásban?

24. Van-e Önnek gyermeke

- igen
- nem

25. Amennyiben az előző kérdésre a válasza igen, kérem, írja le, hogy hány gyermeke van:

Üzemeltető: Google Dokumentumok