

Az audiovizuális tartalmak fogyasztásának módja az ár és a legalitás szempontjából



2010.

GKieNET Kft.

Postacím: **1092 Budapest, Ráday u. 42-44.**

Székhely: **1092 Budapest, Ráday u. 42-44.**

Tel/fax: **373-0779, 337-0780**

E-mail: **gkienet@gkienet.hu**

www.gkienet.hu

Copyright: **GKieNET Kft.**

A tanulmánynak, vagy részeinek bármely módon való sokszorosítása – a GVH kivételével – a szerzők engedélye nélkül tilos.

Tartalomjegyzék

I.	A kutatásról	4
II.	Vezetői összefoglaló	5
III.	Az audiovizuális szolgáltatások általános helyzete	8
III.1.	Hagyományos szolgáltatások	8
III.1.1.	Televízióadás	8
III.1.2.	DVD-értékesítés és -bérbeadás	11
III.1.3.	Filmszínház	14
III.2.	Online szolgáltatások.....	15
III.2.1.	VOD-szolgáltatás	15
III.2.2.	Fájlcseré.....	19
III.2.3.	Videómegosztó szolgáltatás	22
III.3.	A szolgáltatások összehasonlítása	25
IV.	Az audiovizuális szolgáltatások helyzete Magyarországon	30
IV.1.	Hagyományos szolgáltatások	30
IV.1.1.	Televíziónézés.....	30
IV.1.2.	DVD-vásárlás és -kölcönzés.....	32
IV.1.3.	Filmszínház-látogatás	32
IV.2.	Online szolgáltatások.....	34
IV.2.1.	VOD-szolgáltatás igénybevétele (és IPTV).....	35
IV.2.2.	Fájlcserélés	37
V.	A fogyasztói döntés mechanizmusa	40

I. A kutatásról

Az audiovizuális tartalmak elérésének lehetősége, azaz a közvetítő csatornák piaca egyrészt természetes fejlődési folyamatok, másrészt technikai, technológiai újítások megjelenésének következtében változik. A műsorjel több – nem teljesen egyenértékű – módon juthat el a fogyasztókhoz, és a köztük történő választást számos tényező együttese határozza meg. A televíziós műsorok mellett ma már egyre jelentősebb szerepe van az ún. „videómegosztó portáloknak”, az áruházakban kapható párszáz forintos DVD-knek, valamint az internetről történő film- és sorozatletöltéseknek is. A hagyományos, üzlethelyiségben működő videotékák szerepét az előzőeken túl egyre inkább átveszik az online videotékák, melyek szintén lehetnek előfizetésben integráltak (IPTV és UPC tékák) vagy interneten keresztül bárki számára elérhető szolgáltatások.

Jelenleg a fogyasztó többféle módon is hozzájuthat az audiovizuális, jogvédett és nem jogvédett, tartalmakhoz. Az elérési módok között vannak jogtisztá és nem jogtisztá megoldások, mely utóbbiak nem csupán a tartalom előállítói számára károsak, de versenyhátrányba hozzák a legális tartalmakat szolgáltató közvetítőket is. A probléma létezik és komoly publicitása van, de kiterjedtsége és a fogyasztói attitűdök inkább csak becslések alapján állnak rendelkezésre. Fontos kérdés, hogy a fogyasztók milyen módon választanak az audiovizuális csatornák között, miket tartanak az audiovizuális tartalmak értékhordozóinak, illetve mennyi ilyen jellegű tartalmat fogyasztanak.

A GVH-VKK által támogatott kutatásunk során összehasonlítjuk, hogy a különböző szolgáltatási típusokat, mint videotékák, online videotékák, letöltő oldalak, IPTV videotékák, hogyan

- árazódnak;
- milyen választékkal rendelkeznek;
- milyen célközönséget szólítanak meg?

Felmérjük, hogy a jelzett piacon milyen trendek figyelhetőek meg, milyen elmozdulások várhatóak a szolgáltatók versenyében.

A kutatás fő fókuszát a fogyasztói döntések mögött álló tényezők feltárása jelenti: az ingyenesség, illetve az ár, valamint a legalitás és illegalitás miként befolyásolja az adott tartalmak fogyasztását. Azt is meg kell vizsgálni, hogy ezek a döntések milyen hatással vannak az egyes szolgáltatási típusok terjedésére, az ár és a legalitás szempontjából jellemezhetőek-e az adott típusok egyértelműen.

Meglévő kutatási adatbázisok alapján megvizsgáljuk, hogy az egyes szolgáltatási típusokat mennyien fogyasztják, a keresleti oldalon kik jelennek meg kiemelt célközönségként. Elemezzük, hogy a fogyasztók az audiovizuális tartalmak kiválasztásakor milyen árat hajlandóak fizetni, illetve mennyire preferálják az ingyenes elérhetőségeket. Feltárjuk, hogy mely célcsoportban mely tartalmakat milyen ár mellett fogyasztanak. Az ár mellett a legális és illegális források megítélését és használatát is megvizsgáljuk.

II. Vezetői összefoglaló

A kutatás során az audiovizuális tartalmakhoz való hozzájutás csatornáit közül ötöt vizsgáltunk meg alaposabban. A vizsgálati szempontok között szerepelt a csatorna használatának költsége, a csatornán keresztül elérhető tartalmak minősége a kínálat szélessége, és a legalitás mértéke, illetve az, hogy az adott csatornán keresztül milyen gyorsan juthat hozzá a tartalomhoz a fogyasztó.

Az illegális csatornák esetében sokszor kizárólag arra kerül a hangsúly, hogy ezen csatornákon keresztül a tartalmak ingyen megszerezhetők. Igaz az illegális tartalmak egy része fizetős szolgáltatásokon keresztül érhető el, a fájlcsere elsődleges platformját ingyenes szolgáltatások alkotják. Az egyes csatornák összehasonlítása során feltártuk, hogy nem az ingyenesség az egyetlen tényező, amely a fájlcsere mellett minden másnál vonzóbb alternatívává varázsolja. Ezen csatornák hozzáférést biztosítanak kimagasló választékhoz, minőséghez és a igénybevételükhöz szükséges feltételek könnyen teljesíthetők.

A filmnézést tervező fogyasztó számára a lehetőségek körét meghatározza a filmnézés időpontjának távolsága, a filmnézésre szánt összeg és a filmes tartalmakhoz való hozzájutás jogszerűsége iránti érzékenység. Ez utóbbi kérdése a jelenlegi jogalkalmazói gyakorlatban elsősorban elméleti jellegű. A fogyasztó számára – ideális esetben – a következő szolgáltatások állnak rendelkezésre:

1. TÁBLÁZAT A SZOLGÁLTATÁSOK LISTÁJA ELÉRHETŐSÉG, ÁR ÉS LEGALITÁS SZERINT

Elérhetőség szerinti sorrendben		Ár szerinti sorrendben		Legalitás szerinti sorrendben	
Több idő hozzájutni	Televíziónézés	Drágább hozzájutni	Televíziónézés	Legális	Televíziónézés
	DVD lejátszás (saját tulajdonban)		DVD-lejátszás (s.t.)		DVD-lejátszás (s.t.)
	Video-on-demand szolgáltatás		P2P letöltés		Video-on-demand
	P2P letöltés		Video-on-demand (500Ft)		DVD-kölcsönzés
	Filmszínház-látogatás		DVD-kölcsönzés (500Ft)		Filmszínház-látogatás
	DVD-kölcsönzés		Filmszínház (1000 Ft)		DVD-vásárlás
DVD-vásárlás	DVD-vásárlás (1000 Ft)	Illegális	P2P letöltés		

Forrás: GKleNET

Úgy véljük, hogy a legális és illegális tartalmak harcában, amely valójában a terjesztési módszerek és technológiák harca, és azon belül is a fájlcsere kontra minden más – legális – terjesztési módszer harca, ezen kompetitív környezetben a valóban versenyző szolgáltatások: a kölcsönzés és a köznapi értelemben vett fájlcsere.

- A televízióval szembeni hatások függetlenek a nézett tartalmak legális státuszától, mivel a televíziónézés a szabadidő-eltöltés nagy részéért felelős, vagyis a tartalmak és szolgáltatások legalitásától függetlenül minden új, piacképes kikapcsolódási forma a televíziózástól tud/fog elvenni időt, mivel ebben a szórakozási módban van a legtöbb időtartalék.
- A filmszínházak és az illegális tartalmak kapcsán a szolgáltatások közötti minőségbeli és élménybeli különbség, valamint hazai kutatások alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a fájlcsere nem a filmszínházak szolgáltatásával versenyzik.
- A DVD-értékesítés tendenciái szintén függetlenek a fogyasztók által keresett tartalmak legalitásától, hiszen a VOD és az adathordozó-kölcsönzés szolgáltatása ugyanúgy versenyre kel azzal. Másrészt az elérhető újdonságok széles köre, valamint a korlátozott mértékben rendelkezésre álló szabadidő kevés teret hagy az egyszer már fogyasztott tartalmaknak, ezáltal a tartalmak állandó birtoklása értelmét és többnyire értékét veszti.

- A videomegosztó szolgáltatás pedig teljesen más típusú igényt elégít ki, mint a többi szolgáltatás. Amennyiben a videomegosztó oldalakat alkalmasnak tekintjük az egészestés filmek megtekintésére, úgy a tartalom legalitásától függően defíció szerint a VOD-kategórián keresztül vagy a fájlcserélés kategóriáján keresztül vizsgálhatjuk azt.

Amennyiben az audiovizuális tartalmak terjesztésének csatornáit közül az illegális fájlcserélés és a legális kölcsönzés a két legszorosabban konkuráló megoldás, akkor joggal merül fel a kérdés, hogy milyen döntési procedúra eredményén múlik az, hogy a fogyasztó az egyik vagy a másik mellett dönt. A döntési folyamat modellezéséhez öt szempont szerint vizsgáltuk meg az egyes csatornákat. Ezen szempontok: az elérhetőség, azaz hogy a kívánt tartalom megszerzése mennyi időbe telik, illetve, hogy a kívánt tartalmat nyújtó szolgáltatás elérhető-e egyáltalán a fogyasztó számára; a fogyasztó fizetési hajlandósága, hogy az adott tartalomért hajlandó-e a szükséges összeget kifizetni; a tartalomhoz való hozzájutás legalitása iránti érzékenység; valamint a rendelkezésre álló kínálat megfelelősége.

2. TÁBLÁZAT DÖNTÉSI HELYZETEK

	Elérhetőség (idő)	Elérhetőség (hely)	Fizetési hajlandóság	Legalitás fontossága	Kínálat	TV	VOD	P2P	DVD	Mozi
a)	ráér	elérhető	hajlandó fizetni	fontos		x	x		x	x
b)	ráér	elérhető	hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel	x	x	?	x	x
					nem felel meg	x		x		
c)	ráér	elérhető	nem hajlandó	fontos		x				
d)	ráér	elérhető	nem hajlandó	nem fontos		x		x		
e)	ráér	nem érhető el	hajlandó fizetni	fontos		x	x			
f)	ráér	nem érhető el	hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel	x	x	?		
					nem felel meg	x		x		
g)	ráér	nem érhető el	nem hajlandó	fontos		x				
h)	ráér	nem érhető el	nem hajlandó	nem fontos		x		x		
i)	nem ér rá		hajlandó fizetni	fontos		x	x			
j)	nem ér rá		hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel	x	x			
					nem felel meg	x				
k)	nem ér rá		nem hajlandó	fontos		x				
l)	nem ér rá		nem hajlandó	nem fontos		x	x			

Forrás: GKIeNET

Az öt paraméter által leírható tizenkét esetből a VOD-szolgáltatás hét esetben bővíti a döntési lehetőségek körét. A fájlcserélés négy esetben, a DVD-kölcsönzés pedig két esetben játszik szerepet. Két esetben van direkt verseny a fájlcserélés és a kölcsönzés között [b) és f)] és mindkét esetben az elérhető kínálat határozza meg a fogyasztó végső választását, mivel habár a fogyasztó nem tántorodik el illegális forrás használatától, a filmnézésért hajlandó lenne fizetni. További két esetben a fájlcserélés az egyetlen rendelkezésre álló alternatíva (a televízió nézést leszámítva), amikor a fogyasztó nem hajlandó vagy nem tud fizetni, és nem érdekli az igénybevett csatorna legalitása.

A modell elsősorban a döntési folyamat megértését segíti, az eredményekből nem lehet közvetlenül következtetni a szolgáltatások sikerességére és a hozzájuk tartozó keresletre. Az ilyen és hasonló kérdések megválaszolásához további kutatások szükségesek – pl. „a lakosság mekkora hányada hajlandó fizetni a tartalomért”, s ezen eredményekkel a modell tovább finomítható.

A fájlcserélés-jelenség vizsgálata éppen ezen feltételek sokasága miatt problémás. Amennyiben a VOD-szolgáltatás és a P2P versenyt vizsgáljuk, szükséges eldönteni, hogy a jelenleg érvényes döntési mechanizmusokat próbáljuk feltárni vagy pedig egy szolgáltatás – nevesen a Video-on-demand – iránti kereslet lehetséges mértékét. A mai technológiai és szolgáltatásbeli adottságok mellett a két kérdés élesen elválik egymástól. Az itt felvázolt modell azonban választ ad arra a kérdésre, hogy

milyen tényezők megváltoztatása szükséges ahhoz, hogy a legális szolgáltatások versenyre kelhessenek a fájlcsere-éssel: minél több fogyasztó számára elérhetővé tenni a szolgáltatást technológiai és anyagi értelemben, biztosítani a megfelelő kínálatot és ösztönözni a fogyasztókat a legális források igénybevételére.

Össességében elmondható, hogy a vizsgált szolgáltatások lényegesen eltérnek egymástól mind az ár, mind pedig a legalitás szempontjából. A kutatás további fejezeteiben elemezzük az öt területet az említett szempontok szerint és bemutatjuk, hogy a felhasználókat milyen döntési mechanizmusok vezérelik amikor a tartalom fogyasztásának módjáról döntenek.

III. Az audovizuális szolgáltatások általános helyzete

A filmezés feltalálását követő első időkben a filmnézést alkalmi vetítőtermekben, cirkuszi sátrokban élvezhette a közönség, majd 1896-ban megnyitott az első, kifejezetten filmvetítés céljára kialakított filmszínház. Ezt követően is még több év telt el addig, mire kezdtek elterjedni a filmszínházak.

Az Egyesült Államokban az 1910-es években szökött fel a moziépítési láz. Az elkövetkező évtizedekben, ahogy a filmek és a filmszínházak mind népszerűbbé váltak a közönség körében, s a filmgyártás is egyre inkább képessé vált kielégíteni a keresletet, sorra alakultak a mozihálózatok és nyíltak a filmszínházak.

A II. Világháborút követő években a filmipar szembesült az első nagy fenyegetéssel, a televízióval. A televízió térhódítása megrémítette a filmipar vezetőit, de idővel felismerték a benne rejlő lehetőségeket, s ezzel együtt megkezdtek a kifejezetten az új médium részére szánt produkciók gyártását, s emellett felfedezték, hogy a régi mozifilmek vetítési jogának eladásával komoly haszonra tehetnek szert.

A házi VHS videotechnika és a kábeltelevíziózás 1980-as évekbeli, valamint az 1990-es évektől a digitális DVD-technika széles körű elterjedése egy új ablakot biztosított a filmprodukciók számára. A filmek filmszínházban történő vetítését követően már nem egyből a kereskedelmi televíziócsatornák számára értékesítették a vetítés jogát, hanem még azt megelőzően elkezdtek megjelenni a mozifilmek videóváltozatai, s ez nem csak az értékesítésnek, hanem a kölcsönzői szolgáltatásoknak is teret biztosított.

Habár a videotechnika új piacot hozott a filmipar számára, a piac bővülése mellett negatívan hatott a filmszínházak működésére. Világszerte bezártak a kisebb települések filmszínházai, az egy-két termes kis mozik. A moziipar a több és nagyobb vetítőtermet magukban foglaló filmszínházak, a technikailag korszerű video- és hangtechnika telepítésében vélte megtalálni a túlélés esélyét.

III.1. Hagyományos szolgáltatások

III.1.1. Televízióadás

Televíziós műsorok három platformon juthatnak el a nézőkhöz: földfelszíni és műholdas sugárással, illetve kábelen keresztül. Az elsőként üzemszerűen alkalmazott terjesztési mód, a földfelszíni analóg műsorsugárzás még ma is a legelterjedtebb megoldás a világ nagy részén. A technológiának azonban komoly műszaki korlátai vannak: a kép minősége, a frekvenciaszűkösség korlátozza a műsorszolgáltatók számát; a domborzati viszonyok miatt nem tökéletes a lefedettség. A műsoroknak a fogyasztókhöz való eljuttatását, azaz a lefedettséget nagyban javította, illetve a műsorok számát is jelentősen növelte a műholdas sugárzás, majd a kábelhálózatok terjedése. A műsorsugárzás minősége azonban az 1990-es évekig nem változott, amikor az új technológiák megjelenése lehetővé tette a digitális televíziózás (DTV) kialakulását, és napjainkra már a műsorszóró rendszereken is elérhetővé vált a digitális technológia használata. A fejlett országokban általánossá vált az a szakmai nézet, hogy a digitális műsorterjesztésre való átállás nem csak a műszaki-technológiai fejlődésre, hanem a társadalmi jólétre is komoly hatást gyakorol. Az új technológiára való átállás egyre inkább állami célkitűzésként fogalmazódik meg: az USA 2006-ra, Japán 2011-re, az EU pedig 2012-re irányozta elő a földfelszíni analóg műsorszórás teljes lekapcsolását. Az amerikai átállás három év

késéssel, 2009. június 12-én történt meg, azóta a földfelszíni műsorszórás kizárólag digitális kódolással történik.

A televízió-előfizetéssel rendelkező felhasználók többségének igényét kielégíti a hagyományos televízióadás. A felhasználó sok csatorna között válogathat, jó eséllyel megtalálja az adott időben őt érdeklő tartalmat (vagy legalábbis megelégszik azzal, ami rendelkezésre áll), ezért nem érez igényt arra, hogy igénybe vegye a VOD szolgáltatást, amiért ráadásul fizetnie is kell. A televízió használata egyszerű, gyakorlatilag minden fogyasztó ismeri és képes használni, szemben a sokkal újabb keletű VOD szolgáltatással, amely funkcionalitásában is némileg összetettebb, bonyolultabb. A VOD szolgáltatás sikere szempontjából alapvetően fontos tényező, hogy a hagyományos televízióval szembeni egyik legnagyobb versenyelőnyét, az on-demand jellegét a felhasználók mennyire értékelik olyan plusz értéként, amiért hajlandóak fizetni.

A tíz évvel ezelőtti előrejelzések még azt vetítették előre, hogy a média konvergenciájának jegyében az asztalhoz kötött számítógép és a világháló beleolvad a tévékészülékbe. Azóta az internet kilépett a szövegalapúságból, a rajta elérhető hang- és videótartalmak gazdagsága felülmúlt minden korábbi elképzelést. A médiafogyasztás hagyományos számítógépeken történő növekedése mellett a videótartalom megjelent és teret hódított a kis képernyős eszközökön, laptopokon, hordozható médialejátszókon és mobiltelefonokon. A 18-24 éves amerikaiak 288 percnyi videót néznek az interneten havonta, a LiveRail szerint többet, mint amennyit tévén. Ez egybevág a Magna Global közlésével: a hagyományos tévécsatornák nézőközönségének átlagéletkora elérte az ötven évet. A felnőtt korú, amerikai kábeltévés előfizetők 95 %-a tévéműsort továbbra is a tévékészüléken szeret nézni, de 35 %-a már interneten is látott.

A készülékek összekapcsolhatósága és az új fájlformátumok lehetővé tették, hogy a tartalmak könnyedén áthelyezhetőek legyenek egyik gépről a másikra, akár pendrive-val, hordozható merevlemezekkel, optikai lemezekkel (CD, DVD), akár internetkapcsolaton keresztül.

Az új médiahasználati szokások kialakulása sürgető helyzet elé állította a médiaóriásokat: nem elég csak alkalmazkodniuk, de előremutató lépésekkel, új üzleti modellek kialakításával kell megőrizniük pozícióikat az internet korában. A fő kérdés, hogy ingyenes vagy fizetős tartalomszolgáltatás lesz-e a járható út a jövőben, esetleg a kettő valamilyen keveredése. A kábeles és a műholdas technológia esetében ez jobban befolyásolható, mivel ezeken a platformokon elképzelhető a fizetett digitális szolgáltatások nyújtása. Földfelszíni platformon azonban már nem ennyire egyértelmű a helyzet, a DTT-piacon a fizető (pay-tv) és az ingyenes (free-to-air, FTA) televíziós modellek egyaránt kialakultak. A fizetős tartalomszolgáltatás számára megoldást az olyan speciális tartalmak kizárólagos közvetítése jelenthet, amiért a nézők hajlandóak fizetni (erre legjobb példa a sport, ahol az közvetítés real-time jellege magas értékkel bír a sportrajongók egy csoportja számára). Jelenleg két alapvető koncepció létezik a televíziós programok jövőbeni elérhetőségét illetően: a felhasználók ingyen nézhetnek meg a jövőben tévés programokat, de a műsorszámokat reklámszűnetekkel tűzdelik tele, vagy pedig a nézők díjat fizetnek a programokért, cserében nem sugároznának reklámokat.

A digitális televíziózásra történő áttérés egyik nagy előnye, hogy egy analóg programcsatorna által elfoglalt frekvenciatartomány nyolc digitális csatorna sugárzásához elegendő. A digitalizálás és az internet jelentős változásokat hozott ezen a piacon is, lassan elmosódnak a határok a televízió és az internet között, amire a legjobb példa az IPTV, amely üzleti modellként tekintve kábeltelvízió, technológiáját tekintve az IP világ szülötte.

Az ITU az IPTV szolgáltatást a következőképpen definiálja: olyan multimédiás szolgáltatások mint például televízió/videó/audió/szöveg/kép/adat közvetítése, ahol a szükséges szolgáltatásminőség, élmény, biztonság, interaktivitás és megbízhatóság biztosításához IP alapú hálózatot használnak. A csomagkapcsolt hálózatok lehetőséget nyújtanak arra, hogy a hagyományos televíziósugárzás mellett további, értéknövelt szolgáltatások is megvalósíthatóvá váljanak. Azonban az IPTV szolgáltatások érzékenyek a hálózati kapacitás ingadozásaira, a csomagvesztés és a csomagkésések jelentősen rontják a fogyasztói élményt – éppen ezért az amerikai AT&T különálló IP-hálózatot épített kizárólag az IPTV szolgáltatásához. Jelenleg azonban csak alig néhány országban működik IPTV szolgáltatásra teljesen alkalmas hálózat, ilyen például Dél-Korea, ahol több mint hatmillió háztartásban érhető el a 100 Mbit/s sebességű internetkapcsolat. Más országokban – ahogy itthon is – 10 Mbit/s-nál kisebb sebességű hálózaton kezdték meg a szolgáltatás bevezetését, s ennek köszönhetően az adatintenzív szolgáltatások (mint televízió, IP telefon, internetezés) nem érhetőek el egyidejűleg. Az elérési hálózat kapacitáskorlátossága miatt jellemzően háztartásonként csak pár csatorna közvetítésére van lehetőség párhuzamosan.

Értékelés

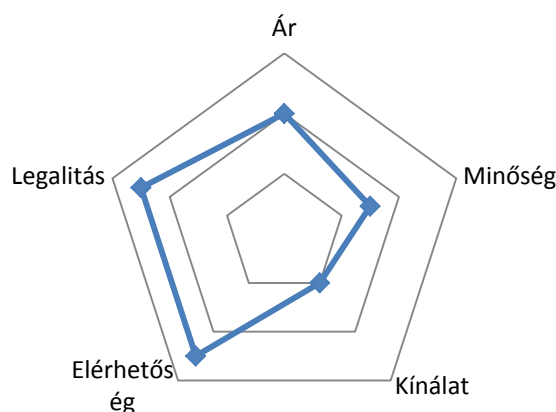
A magyar televíziós piac viszonylataiban a televíziós szolgáltatás árazása – a másik négy vizsgált audiovizuális csatornához képest – olcsó. A két legnagyobb hazai szolgáltató által kínált legnagyobb csomagban 74 csatorna érhető el. Amennyiben csak egy adott időpillanatot kiragadva, egy 74 filmet felölelő választékot veszünk, a szolgáltatók havidíjából számolt darabár így is a legkedvezőbb a vizsgált fizetős szolgáltatások között – csak az ingyenes szolgáltatások előzik meg.

Hazánkban a televízióműsorok túlnyomó többsége nem fogható HD-minőségben, ezért a vizsgálat során a PAL standard által képviselt 720×576-os felbontást vettük figyelembe, ami a vizsgált szolgáltatások körében közepes minőséget jelent.

Jelenleg a két legnagyobb szolgáltató már több mint 70 csatornát kínál, köztük legalább 5 állandó HD minőségű adással. Analog kábelen viszont csupán 46 csatorna érhető el, a legnagyobb csomagokban is. Viszont a kínált tartalom még a digitális TV esetében is meglehetősen szerénynek mondható a fájlcsere-hálózatokon vagy az adathordozó piacon, illetve az online videótékákban elérhető tartalmak mennyiségéhez képest. Azonban a legnagyobb előnye a televíziónak az, hogy a kiválasztott tartalom a tévé bekapcsolásával azonnal elérhetővé válik, ami a többi vizsgált csatorna esetében nem áll fenn – pl. a videótékák esetében a tartalomért többnyire fizetni kell (kivétel az IPTV-téka, amelynél a szolgáltatás díjazása a havi számlán kerül feltüntetésre), illetve a fájlcsere szolgáltatások esetében a tartalmat előbb le kell tölteni.

A televízióban elérhető tartalmak szerzői jogi szempontból legálisak.

1. ÁBRA A TELEVÍZIÓ-SZOLGÁLTATÁS



Forrás: GKIeNET

III.1.2. DVD-értékesítés és -bérbeadás

A készülékek összekapcsolhatósága és az új fájlformátumok lehetővé tették, hogy a tartalmak könnyedén áthelyezhetőek legyenek egyik gépről a másikra, akár pendrive-val, hordozható merevlemezekkel, optikai lemezekkel (CD, DVD) akár internetkapcsolaton keresztül.

A DVD vásárlás előnyeként szokták említeni a birtoklás lehetőségét, azt, hogy a vásárló fizikailag is megszerzi a terméket, szemben az online vásárlással, ahol tulajdonképpen digitális adathalmazt vásárol az internet-felhasználó és magát a terméket fizikailag nem birtokolhatja. Ezen felül a fizikai adathordozókhoz a tényleges filmen kívül gyakran kiegészítő tartalmakat, verkfilmeket, interjúkat is csatolnak. Ezek az extra tartalmak, jellemzően nem elérhetőek VOD szolgáltatás keretében, viszont a videomegosztó oldalakon általában fellelhetőek.

Speciális modellt alkalmaznak azok a szolgáltatások, amelyeknél a felhasználók a filmeket a szolgáltatás online felületén választhatják ki, míg az így kiválasztott filmek DVD-lemezeken, postán kerülnek elküldésre. A kölcsönzési idő lejártá után a fogyasztó visszaküldi a DVD-t a szolgáltatónak. Ez a szolgáltatás egy olyan elektronikus kereskedelmi (e-commerce) szolgáltatásnak tekinthető, amely a DVD-kölcsönzést mint terméket adja el az interneten. Fontos még megemlíteni, hogy ezek a szolgáltatások az előfizetéses alapú üzleti modellt alkalmazzák: a felhasználók meghatározott havidíj ellenében meghatározott számú (vagy korlátlan) DVD kölcsönzésére jogosultak az adott hónapban. A legnagyobb online DVD-kölcsönző a Netflix szolgáltatás, amely több mint 100 ezer különböző filmet, sorozatot kínál DVD (és Blu-ray) formátumban. Az Egyesült Államokban működő szolgáltatás kb. 10 millió előfizetővel rendelkezik és naponta csaknem 2 millió DVD-lemezt szállít a fogyasztóknak.

3. TÁBLÁZAT A NETFLIX ELŐFIZETÉSI CSOMAGJAI

Netflix havidíj	Egyszerre kikölcsönözhető lemezek maximális száma	Havi kölcsönzési korlát
4,99 USD	1 db	2 db
8,99 USD	1 db	Korlátlan
13,99 USD	2 db	Korlátlan
16,99 USD	3 db	Korlátlan

Ugyanilyen online DVD-kölcsönző szolgáltatást nyújt a magyarországi DVDrent, amely havi 4 900 Ft-ért korlátlan DVD-kölcsönzést és ingyenes házhozszállítást biztosít. A DVDrent előfizetői több mint

7000 különböző mozifilm és sorozat közül válogathatnak, és egyszerre legfeljebb 3 lemezt kölcsönözhetnek ki.

Internetes filmnézés vagy tágran értelmezett VOD (Video on Demand) alatt több egymástól különböző megoldást értünk, a közös mindegyik esetén, hogy a tartalmat a világhálón keresztül szerzi be a fogyasztó, illetve a felhasználó kiválaszthatja az adott videótartalmat a szolgáltató kínálatából és lejátszhatja vagy letöltheti azt. Az alábbi táblázat segítséget nyújt a videólejátszást lehetővé tevő szolgáltatások elkülönítésében:

4. TÁBLÁZAT A VIDEOLEJÁTSZÁST LEHETŐVÉ TEVŐ SZOLGÁLTATÁSOK

Szolgáltatások sajátosságai	Online videotéka	Videómegosztó	Warez oldal	Torrent (P2P)
Technológia	Stream, esetleg letöltés	Stream (flash)	Központosított letöltés (web vagy FTP)	Decentralizált letöltés
Videólejátszás a szolgáltatásban	Igen	Igen	Nem	Nem
Jellemzően a tartalom jogi helyzete	Legális	Illegális és legális	Illegális	Illegális
Regisztráció	Igen	Nem	Igen	Változó
Üzleti modell	Vásárlás/kölcsönzés/ előfizetés	Reklám alapú, felhasználók számára ingyenes	Előfizetés alapú	Ingyenes
Példa	CinemaNow, Amazon VOD, filmklik.hu, [origo] téka	Youtube, Hulu, Videa, Indavideo	Speed Warez, Vipera Warez, Surround Warez, Retro-WareZ,	Thepiratebay, Mininova, Solarion, Bithouse

Az online videótartalom fogyasztásának terjedésével folyamatosan csökken a fizikai adathordozókon (elsősorban DVD-n) elérhető videótartalom értékesítése. A Screen Digest 2009 júniusában publikált riportjából kiderül, hogy 2008-ban globális szinten 2,6 milliárd dollárral csökkentek a DVD eladások és kölcsönzések bevételei, amely arány 4,8 %-os csökkenést jelent 2007-hez képest. A jelentős csökkenést a növekvő Blu-ray lemezeladások bevételei (482 millió USD) sem tudták ellensúlyozni.

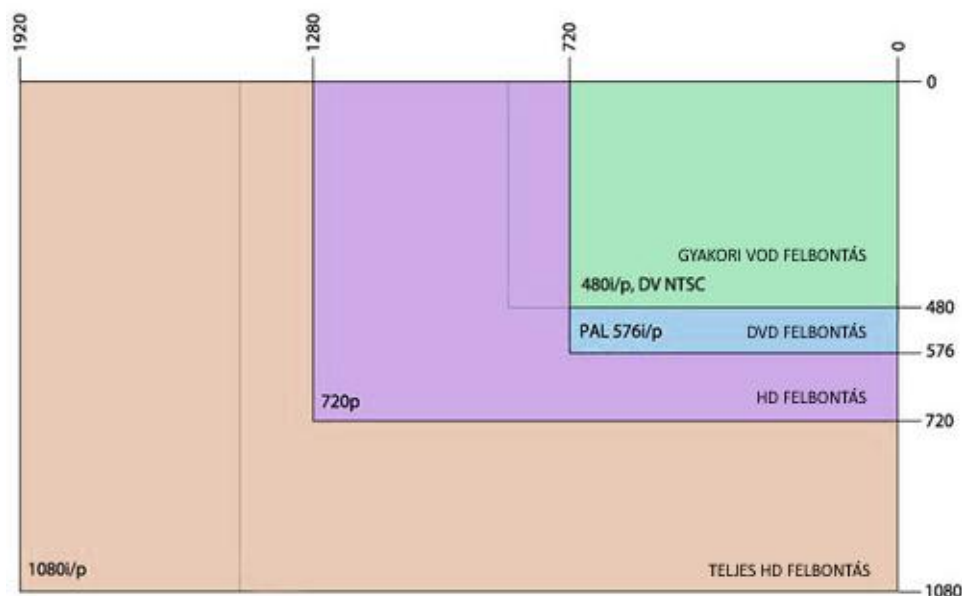
A DVD-eladások csökkennek, illetve megjelent az a tendencia, miszerint az internetről rendszeresen letöltő felhasználók egyre ritkábban készítenek adatmentést DVD-re. Mindez arra utal, hogy a kézzelfoghatóság igénye egyre kevésbé lesz jellemző. Egyrészt az audiovizuális tartalmak egyre növekvő számossága afelé vezet, hogy egyre kevésbé van rá szükség, illetve egyre kevésbé marad arra idő, hogy egy filmet újra és újra megnézzünk. Más szóval: a keresett tartalmak köre egyre inkább a legfrissebb tartalmakra korlátozódik. A legújabb és legnépszerűbb tartalmak rendszerint hosszú ideig elérhetőek az internet egyes forrásaiból, s az internetes generáció számára egyre inkább elfogadottá válik, hogy a keresett tartalom nagy része elérhető, így szükségtelen minden letöltött bitet fizikai adathordozóra menteni. Ugyanezt a biztonságérzetet szükséges biztosítani a VOD szolgáltatásoknak is. Amennyiben a felhasználók elhiszik, hogy a VOD rendszerén belül mindig is elérhető lesz a keresett tartalom, úgy kisebb lesz a motivációjuk arra, hogy fizikai hordozón vásárolják meg azt. Emellett persze a VOD szolgáltatás funkcionálhat POS-ként is a DVD-k számára, ami nem feltétlen járna a saját piacának kannibalizálásával, amennyiben azok számára tud értékesíteni, akik máskülönben egyéb forrásból vásárolták volna meg a kérdéses tartalmat.

Legyen szó akár kölcsönzésről, akár vásárlásról, a fizikai hordozón tárolt audiovizuális tartalmak kínálata egyelőre sokkal szélesebb, mint a VOD szolgáltatásokon keresztül elérhető tartalmak köre. Ennek azonban nem kellene szükségszerűen így lennie. A kölcsönzői szolgáltatások esetében a kínálat méretének egyik fontos kérdése a tartalomra eső tárolási költség mértéke, ami az elektronikus

tartalmak esetében töredéke az utcai tékák egy DVD-re jutó bérleti díjának. Habár az elektronikus szolgáltatásokhoz szükséges rendszerek kiépítése is jelentős költségvonzattal bír, ezen rendszerek egy működő szolgáltatás esetében már rendelkezésre állnak, s a kínálatba bekerülő újabb elektronikus tartalmak határkölsége így alacsonyabb, mint a fizikai adathordozók esetében.

A fizikai adathordozók egy másik nagy előnye, hogy a hordozókat olvasó eszközök adatátviteli sebessége többszöröse az internetes sávszélességnek, s a jelenleg alkalmazott szélessávú technológiák egyelőre szűk keresztmetszetet jelentenek a sugározható tartalmak minőségét illetően. Azonban ez az előny is egyre kisebb lesz, mivel az új tömörítési eljárásoknak, és az online lejátszók megnövelt bufferelési képességeinek köszönhetően egyre több helyen van lehetősége a felhasználónak, hogy maga válassza ki, sávszélességének megfelelően, milyen felbontásban kívánja megtekinteni a tartalmat. Jelenleg a leggyakoribb videofelbontás az úgynevezett „480p” mely a 720×480 soros felbontás kódjele. Ez a felbontás közel azonos egy DVD felbontásával. Ezen felül nem ritka ma már a 720p-s (1280×720) illetve a teljes HD minőségű 1080p sem (1920×1080).

2. ÁBRA – VIDEO FELBONTÁSOK



Forrás: GKleNET

Értékelés

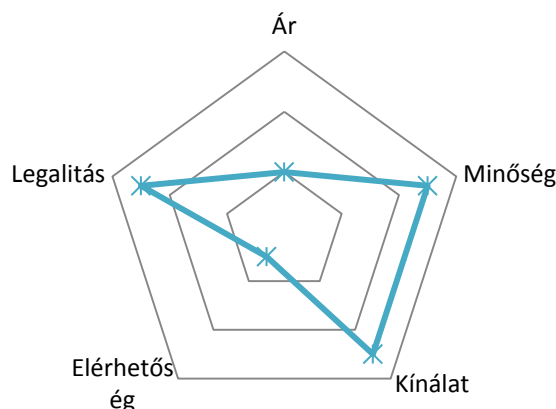
Az adathordozó-piacon elérhető tartalmak ára többnyire meghaladja az eddig vizsgált szolgáltatásokra jellemző egységárat. Habár elérhetők a párszáz forintos DVD-k, a jobb minőségű „olcsó DVD-k” is rendszerint 999 Ft-ért kaphatók az áruházakban, míg az újonnan kibocsátott DVD-k ára ezt is jelentősen meghaladja. Ennek megfelelően ezt a kategóriát tartjuk a legdrágább forrásnak.

Habár az adathordozó-kínálat a legszélesebb a többi szolgáltatáshoz képest – a VOD-szolgáltatások a DVD-megjelenéshez igazodnak, a fájlcserező hálózaton elérhető tartalmak is adathordozókról származnak, azonban az adathordozók forgalmazása elsősorban azokra a tartalmakra korlátozódik, melyek iránt a kereslet képes fedezni az előállítás, szállítást és a raktárkölséget – azaz olyan költségeket, amelyek az elektronikus szolgáltatások esetében nem állnak fenn. Ennek megfelelően a fájlcserező hálózatokon olyan tartalmak is elérhetők lehetnek, amelyek legális forrásból már nem

érhető el. Emiatt tartottuk szükségesnek az adathordozó piac kínálatát a fájlcsere-áló-hálózatok kínálata alá sorolni.

A kiválasztott tartalom elérhetőségét illetően az adathordozó-piac az utolsó helyen szerepel, hiszen első alkalommal a kiválasztást követően annak megvásárlására, illetve megrendelésére is szükség van – a mozival ellentétben nem elég elmenni a boltba és megvásárolni a terméket, annak fogyasztásához haza kell menni. Az elérhető tartalmak szerzői jogi szempontból legálisak.¹

3. ÁBRA AZ ADATHORDOZÓ-PIAC



Forrás: GKIeNET

III.1.3. Filmszínház

A filmzés feltalálását követő első időkben a filmnézést alkalmi vetítőtermekben, cirkuszi sátrakban élvezhette a közönség, majd 1896-ban megnyitott az első, kifejezetten filmvetítés céljára kialakított filmszínház. Ezt követően is még több év telt el addig, mire kezdtek elterjedni a filmszínházak.

Az Egyesült Államokban az 1910-es években szökött fel a moziépítési láz. Az elkövetkező évtizedekben, ahogy a filmek és a filmszínházak mind népszerűbbé váltak a közönség körében, s a filmgyártás is egyre inkább képessé vált kielégíteni a keresletet, sorra alakultak a mozihálózatok és nyíltak a filmszínházak.

A II. Világháborút követő években a filmipar szembesült az első nagy fenyegetéssel, a televízióval. A televízió térhódítása megrémítette a filmipar vezetőit, de idővel felismerték a benne rejlő lehetőségeket, s ezzel együtt megkezdték a kifejezetten az új médium részére szánt produkciók gyártását, s emellett felfedezték, hogy a régi mozifilmek vetítési jogának eladásával komoly haszonra tehetnek szert.

Habár az előadások száma öt százalékkal csökkent az elmúlt két év során (461 ezerről 437 ezerre), a magyarországi mozik 2008-ban 9,974 milliárd forint jegybevételeztek szert, a következő évben pedig 11,236 milliárd forintjuk származott a jegyeladásokból. Az előadászám-csökkenés ellenére a nézők száma kis mértékben még növekedni is tudott (2%) 10,4 millióról 10,6 millióra – vagyis minden lakosra jutott legalább egy filmelőadás.

¹ A vizsgálat során a legális adathordozó-piacot vettük figyelembe, a „kalóz DVD” piacot nem.

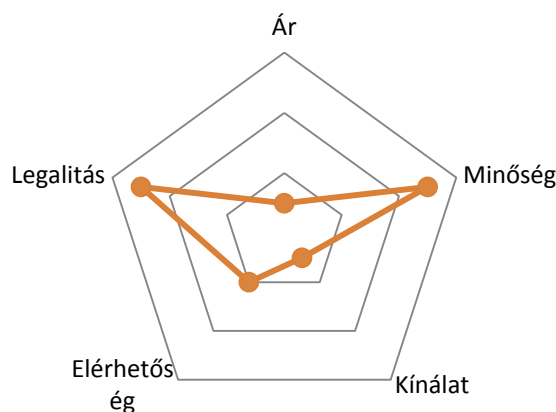
Értékelés

A filmeladásokra szóló jegyek ára a legmagasabb kategóriába tartozik az eddig vizsgált szolgáltatások közül – a DVD-vásárlással együtt. A jegyárak moziról-mozira eltérőek, a legnagyobb hazai mozihálózat jegyárai 950 Ft és 1 450 Ft között változnak. Az összes jegybevétel és a teljes nézőszám alapján Magyarországon az átlagos jegyár 1060 Ft volt 2009-ben.

A filmszínházak a többi szolgáltatáshoz képest igen szerény kínálattal rendelkeznek. Szintén a legnagyobb mozihálózat példáját említve, a legnagyobb hazai moziegységben párhuzamosan vetített filmek száma kb. 20 darab, addig ugyanezen mozilánc vidéki egységében 5-7 filmet játszanak egy napon. 2009-ben a magyarországi mozikban összesen 192 filmet mutattak be.

A kiválasztott tartalom elérhetőségét illetően a filmszínházak szolgáltatása az adathordozó-kölcsönzéshez hasonlóan az utolsó helyen szerepel, mivel csak az otthontól távol vehető igénybe a szolgáltatás. Az elérhető tartalmak szerzői jogi szempontból legálisak.

4. ÁBRA A MOZI-PIAC



Forrás: GKIeNET

III.2. Online szolgáltatások

III.2.1. VOD-szolgáltatás

VOD szolgáltatás alatt olyan rendszert értünk, amely lehetővé teszi a felhasználó számára, hogy videótartalmakhoz férjen hozzá. A videótartalmakat egy katalógusból választhatja ki, s a kiválasztást követően a lejátszás azonnal elindul a néző TV-jén vagy számítógépén. Ez a meghatározás azonban a szolgáltatások különböző csoportjait is magába foglalhatja. A legszűkebb értelmezés szerint olyan videókölcsönzési szolgáltatásról van szó, amelyet elektronikus felületen lehet elérni, s amelynek használatával filmek és sorozatok tekinthetők meg. A legtágabb értelmezés ideérti akár a videómegosztó szolgáltatásokat is, de a hagyományos videótékák által nyújtott szolgáltatást is. A tanulmány további részében elsősorban az IPTV-szolgáltatáson keresztül elérhető VOD-ot, valamint az interneten keresztül nyújtott videótéka-szolgáltatást értjük alatta.

Az VOD szolgáltatások előfutára a televíziós platformon jelent meg. 1995-ben Angliában indult Cambridge Interactive TV néven az a kísérleti szolgáltatás, amely 250 iskola és háztartás számára tette lehetővé VOD igénybevételét. A kezdetben 2 Mbit/s bitrátájú szolgáltatást a felhasználók set-

top-boxszal vehették igénybe a televíziókészülékeken, de a szűk tartalomkínálat miatti fogyasztói érdektelenség következtében 1997-ben beszüntették működtetését. Később, 1998-ban a Kingston Communications ugyanezt már nem csak kísérleti jelleggel, hanem kereskedelmi forgalomban elérhető szolgáltatásként nyújtotta.

A videótéka-szolgáltatások összességében a 2000-es évek elején kezdtek el szaporodni, webes és televíziós platformon egyaránt számos szolgáltatás indult ebben az időszakban. A technológiai fejlődés mellett a tartalom-felhasználási szerződések terén is előrelépések történtek. A korábbi elzárkózás és jogi bizonytalanságok után a jelentős filmforgalmazók is hajlandóságot mutattak arra, hogy tartalmaik megjelenhessenek az interneten. Ez az új felhasználás az illegálisan teljesen korlátlan felhasználást biztosító oldalakkal és fájlcsere- hálózatokkal szemben megkövetelte a fejlett másolásvédelmi megoldások (pl. DRM) alkalmazását, amelyet a tartalomszolgáltatók integráltak a VOD megoldásaikba.

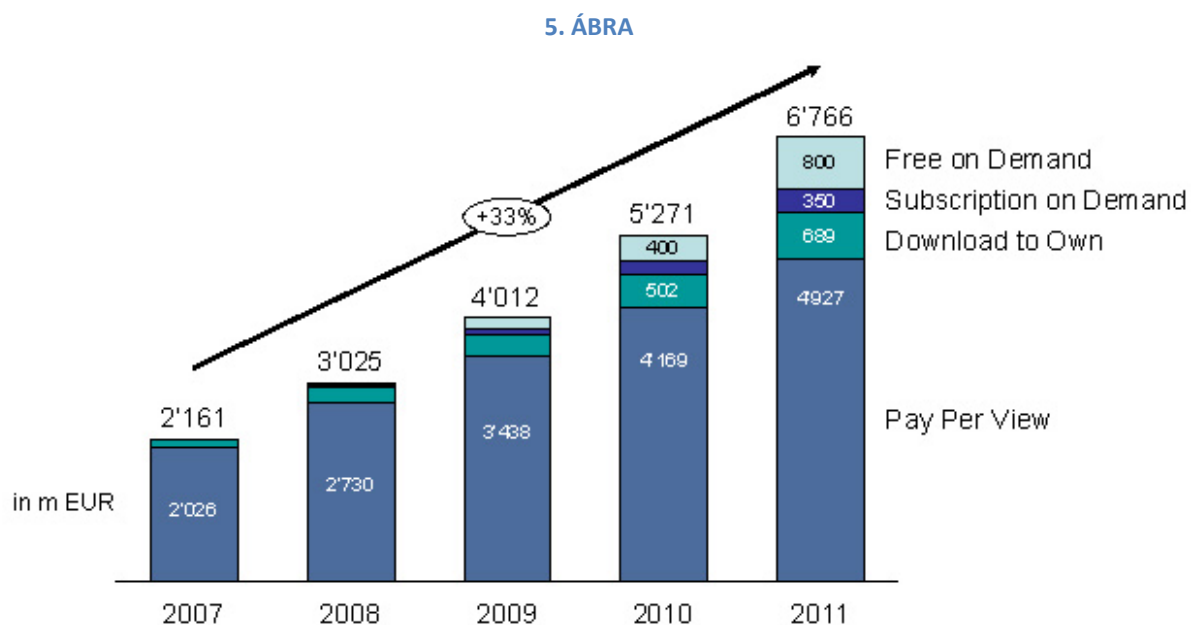
A VOD szolgáltatások ma már az összes nyugati országban elérhetők a telco vállalatok IPTV-szolgáltatásán keresztül, míg az internetes VOD szolgáltatások esetében a földrajzi korlátok is eltűnnek – habár jellemző gyakorlat, hogy a tartalmakhoz való hozzáféréstől letiltják a szolgáltató székhelyéhez képest külföldi látogatókat. Különösen igaz ez azokra a szolgáltatókra, akik hirdetésekkel (is) tartják fenn magukat. A telefontársaságok és az internetes szolgáltatók mellett egyre több kábeltévé-szolgáltató is alkalmassá teszi a rendszerét on demand tartalmak közvetítésére, igaz, ezek többnyire nem IP-alapon valósulnak meg. Annak ellenére, hogy a magas előfizetőnkénti egyedi tartalom sugárzása (unicast streamek) költségessé teszi ennek megvalósítását műholdas kapcsolaton keresztül, nem példa nélkül való, hogy műholdas platformon kíséreljék megvalósítani a time-shift szolgáltatást, s a time-shift és a VOD szolgáltatás között technológiai értelemben nincs jelentős különbség. Az EchoStar szolgáltató például bejelentette, hogy a műholdvevővel rendelkező előfizetői számára elérhetővé teszi a leállítás és a tekerés funkciókat a televíziós adásaiban. Néhány országban a VOD szolgáltatás digitális földfelszíni sugárzáson való megvalósíthatóságát is elkezdtek tesztelni (Digita – Finnország, TDF – Franciaország).

A VOD szolgáltatás használata során alapesetben, amikor a néző kiválaszt egy filmet, közvetlen kapcsolat épül ki a készüléke és a tartalomszolgáltató szervere között, a sugárzott tartalmat egyedül ő nézi. Ezt a fajta műsorsugárzást nevezik unicast jellegű sugárzásnak. Bár alapvetően takarékos, ami a last-mile kapacitások felhasználását illeti, a szolgáltató szervereire azonban nagyon nagy terhet ró. Éppen ezért néhány szolgáltató a fájlcsere- hálózatokra jellemző P2P technológiával valósította meg a VOD szolgáltatását, amellyel a nézők nem csak a központi szerveret terhelik, hanem egymástól is tudnak tölteni. Összkapacitás tekintetében ugyanakkora forgalmat generál ez a megvalósítás is, mindössze a központ leterheltségét csökkenti cserébe a nézők adatforgalmának növeléséért, éppen emiatt a háztartásban magasabb sávzélességet igényel. Ilyen megoldást használ többek között a BBC iPlayer lejátszója is.

A két véglet, a központosított és a teljesen elosztott rendszer mellett 2008-ban elkezdtek foglalkozni egy olyan elosztott rendszer kiépítésének a lehetőségével, amelyben a videotartalmat tároló szervereket a háztartásokhoz közelebb telepítenék, ezáltal kisebb lenne a szerverek terhelése, s ezáltal összességében nagyobb adatforgalmat is kezelni tudna a hálózat, mint amelyet például HD minőségű videók on demand megosztása generálna.

A filmes tartalom közvetítése történhet egyrészt streameléssel, amikor a tartalom lejátszása a letöltéssel együtt megkezdődik, másrészt egyszerű letöltéssel, melyet követően a tartalom lejátszhatóvá válik, és megmarad a felhasználó eszközének tárhelyén, lehetővé téve a későbbi, azonnali lejátszást – amennyiben ezt a szolgáltató a digitális jogkezelő rendszereken keresztül lehetővé teszi. Egy harmadik eset, amikor a videótartalom közvetítése még a katalógus böngészése előtt megtörténik, vagyis a tartalom automatikusan letöltődik a készülékre – legyen az akár STB vagy PC – és a felhasználó az eszközön elérhető filmek katalógusát böngészi. Ezt a fajta megvalósítást nevezik Push VOD-nak, míg a korábban bemutatott, esetenkénti letöltéssel járó VOD szolgáltatást Pull VOD-nak hívják.

Általános tendencia, hogy a korábban valamilyen fizetős megoldást használó VOD-szolgáltatások átállnak a hirdetési alapú működésre. Erre azért is van lehetőség, mert a tapasztalatok szerint a felhasználók többsége elfogadhatónak tartja a lejátszást megszakító reklámokat.



Forrás: Price Waterhouse Wilkowsky & Gruen Global Media Outlook 2007 to 2011

A Price Waterhouse Wilkowsky & Gruen előrejelzése szerint a bevétel jelentős része a PPV jellegű szolgáltatásokból fog származni, habár becslésük szerint a növekedés jelentős részéért a PPV-n túl az ingyenes on demand tartalmak lesznek felelősek. Azonban a hirdetési modellel működő on demand szolgáltatás esetében felmerül a megvalósíthatóság kérdése. A hagyományos televíziózás esetében a hirdetési bevételek számításánál az elsődleges szempont az elért közönség, azonban az on demand szolgáltatások esetében ez a közönség jelentősen kisebb méretű. Ugyanakkor a szolgáltatóknak az elért közönség méretéért cserébe a hirdetések célzott megjelenítésére lehetősége van. Ennek a hatékonyságát, piacképességét a Google hirdetési rendszere már bizonyította. A VOD szolgáltatások esetében a hirdetési költség/bevétel a hagyományos, televíziós hirdetések esetében – a Pyramid Research adatai szerint – 1000 nézőnként körülbelül 1 dollár, míg célzott hirdetéseknel ugyanekkora nézettség mellett akár a 60 dollárt is elérheti. A hirdetések célba juttatásához nélkülözhetetlen információval rendelkezni a nézőkről. Nagyobb méretű, érettebb piacokon – mint amilyen az Egyesült Államok vagy Korea –, az előfizetéses üzleti modellek is jövedelmezők lehetnek.

Az online videotékák használatának növekedésében az IPTV és a szélessávú internet elterjedése lesz meghatározó szerepű. Bár a két platform e szolgáltatás esetén versenytársa egymásnak, számos szolgáltató mindkét platformon nyújtja a szolgáltatását azonos márkanév alatt. A Multimedia Research Group adatai alapján 2008-ban 20,4 millió IPTV-előfizetés volt világszerte, ami becslésük szerint 2012-re elérheti a 89,1 milliót. A szélessávú internet-előfizetők száma 2008-ban elérte a 400 milliót, és 2012-re 680 milliót prognosztizálnak, ami átlagosan évi 14%-os növekedést jelent², tehát az online szolgáltatások esetében az elérhető fogyasztók köre sokszorososan meghaladja az IPTV előfizetőinek számát.

A VOD szolgáltatások esetében 3 üzleti modellt különböztethetünk meg. A **tranzakció alapú modelleknél** a fogyasztó egy bizonyos tartalomhoz való hozzáférést, és csak ezért fizet. A modell hátránya, hogy önmagában nem ösztönöz további tartalom vásárlására, bár a szolgáltató bevethet a további fogyasztást elősegítő eszközöket (pl. hasonló filmek ajánlása). A tranzakció alapú modellek közé tartozik a megtekintés alapú fizetés (PPV – pay per view) és a fizetős letöltés (DTO – download to own vagy EST – electronic sell through). Az előbbi a fizetős VOD szolgáltatások klasszikus üzleti modelljének tekinthető. A tartalom kiválasztását és az online fizetést követően a felhasználó időben korlátozott hozzáférést kap az egyedi videótartalomhoz. Az online videotékák esetében ez az idő többnyire 24 óra.

Az **előfizetés alapú** (SVOD – Subscription Video on Demand) **modell** lényege, hogy az előfizető felhasználó az előfizetési időszak alatt az adott szolgáltatás teljes tartalom-adatbázisához hozzáfér és korlátlanul válogathat a filmek között. Az adott időszakban a felhasználó akár az elérhető összes mozifilmet, sorozatot lejátszhatja és a videók megnézésének száma sincs korlátozva. Ez a modell az online videotékák esetén streaming lejátszással párosul. A warez oldalak modellje kombinálja az előfizetést a letöltési lehetőséggel.

A **hirdetés alapú** (FOD – free on demand) **modell** lényege, hogy a felhasználók ingyenesen vehetik igénybe a videó tartalomszolgáltatást és a szolgáltatók a hirdetési megoldások értékesítése útján érnek el bevételeket.

A fizetési konstrukción túl lehetőség van az üzleti modell egy másik aspektusával is kísérletezni, mégpedig hogy mikor váljon a tartalmuk kölcsönzésre elérhetővé. A jelenleg bevett szokás szerint a DVD megjelenését követő 90 nap múlva válik elérhetővé az adott film a VOD-szolgáltatóknál. A stúdiók számára a legfőbb kérdés, hogy a VOD szolgáltatás kannibalizálhatja-e a DVD-piacot. Az MGM elnökhelyettese nemrégiben azt nyilatkozta, hogy a DVD-kiadás időpontjához közelebbi VOD-megjelenés a saját tapasztalataik szerint nem rontotta a DVD-piacukat, valamint a prémium tévécsatornák piacát sem. Habár pontos számok nem állnak rendelkezésre, az MGM meglátása szerint a VOD szolgáltatásokból származó bevételeik gyorsan emelkednek. A VOD-szolgáltatókkal kötött kiadói szerződések rendszerint 60-70%-os részesedést várnak az egyes filmek árából.

Az elmúlt években az online videotékák felismerték a letöltési modell előnyeit. A másolásvédelmi eljárások fejlődése és ebből fakadóan a filmforgalmazók növekvő rugalmassága következtében számos online videotéka ma már – a pay-per-view mellett kiegészítő jelleggel – letöltési lehetőséget is nyújt, természetesen magasabb díj ellenében. A CinemaNow oldalán elérhető hollywood-i mozifilmek 10-20 dolláros áron tölthetők le, a népszerű sorozatok epizódjai és a videoklipek már 2 dollárért megvásárolhatók. Az Amazon VOD online videotékában is elérhetőek a mozifilmek

² http://www.international-television.org/archive/2008_11_MRG_Global-IPTV-Forecast_2008-2012.pdf

letöltésre, 5-20 dolláros áron. Magyarországon az [origo] téka nem biztosít letöltési lehetőséget, míg a Filmklik felhasználói választhatnak a kölcsönzés és a letöltés között. A letöltés díja 1590 Ft, ami nagyjából a kétszerese a kölcsönzés árának (750 Ft).

Az internetes és a televíziós videótéka-szolgáltatás esetében egyelőre a kényelem a legfontosabb különbség. A televíziózás során egyértelmű, hogy honnan, milyen filmeket, mennyiért lehet kikölcsönözni, míg az internet esetében a felhasználó rá van kényszerítve, hogy utánajárjon a lehetséges szolgáltatóknak, árazásuknak és kínálatuknak. Ezen különbségek miatt a televíziós platformon magasabb a felhasználói igény az online videótéka szolgáltatások iránt, mint a weben, ám az egyáltalán nem garantált, hogy ez a jövőben is így fog maradni, ahogy az internetes generációk egyre nagyobb arányban lesznek jelen.

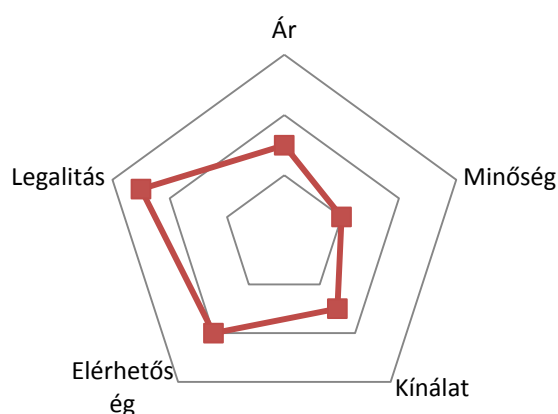
Értékelés

A magyar online/elektronikus videótéka-szolgáltatás árazása – a másik négy vizsgált audiovizuális csatornához képest – közepes. A három legnagyobb hazai szolgáltató árazása 498 és 750 Ft között mozog filmenként. A vizsgált fizetős szolgáltatások közül az adathordozók árazása magasabb csak.

A hazánkban elérhető videótéka-szolgáltatások minősége közepes – a Filmklik.hu esetében a jellemző adatrátája 2 Mbit/s, míg a hagyományos televízióadás adatrátája 11 Mbit/s, a HD-DVD filmeké pedig 25-36 Mbit/s között mozog.

Habár a hazai VOD-szolgáltatók kínálata 300-600 filmet ölel fel, ez az adathordozó piachoz, illetve a fájlcsere hálózatokon fellelhető tartalmak mennyiségéhez képest meglehetősen szegényes. A kiválasztott tartalomhoz való hozzájutás jóval kevesebb időt vesz igénybe, mint az imént említett szolgáltatások esetében. Emellett a VOD-szolgáltatók kínálatában elérhető tartalmak szerzői jogi szempontból legálisak.

6. ÁBRA A VOD-SZOLGÁLTATÁS



Forrás: GKIeNET

III.2.2. Fájlcsere

A warez és a torrent oldalak szinte korlátlan mennyiségű tartalmat kínálnak. A videótartalmak közül ki kell emelni a mozifilmeket és a sorozatokat, amelyek a megjelenés után nagyon rövid időn belül elérhetővé válnak, de ezek mellett zenei tartalmak, szoftverek, játékok, elektronikus könyvek is

letölthetők. Egy-egy sikerfilm bemutatóját követően napokon belül elérhetőek a moziban rögzített kamerás felvételek, amelyek minősége ugyan jelentősen elmarad a DVD és a DivX videók minőségétől, azonban sokszor előfordul az is, hogy a letöltőoldalakon már közel DVD-minőségben – úgynevezett R5 minőségben³ – is elérhető a film, holott a mozikban még nem is játszzák. A sorozatok részei a televíziós bemutatót követően órákon belül elérhetővé válnak a torrent és warez oldalakon, és akár HD minőségben is letölthetőek. A nyelvismeret egyre kevésbé visszatartó tényező, mivel egyrészt a fiatalabb felhasználók körében az idegen nyelvet beszélők aránya az átlagnál magasabb, másrészt a filmek – amúgy illegális – fordításai szintén viszonylag hamar elérhetőek az interneten.

A Futuresource Consulting 2009 júniusában 4 országra (USA, Egyesült Királyság, Franciaország, Németország) kiterjedő felmérést készített. Az eredmények szerint a lakosság 8%-a használ – saját bevallása szerint – fájlcsere hálózatokat. A 8%-os arány a 4 országot tekintve csaknem 40 millió felhasználót jelent. Egy 2008. októberi, csaknem 2 000 magyarországi egyetemista körében végzett kutatás kimutatta, hogy 37%-uk vesz igénybe fájlcsere hálózatot, ami lényegesen magasabb, mint például a fotómegosztást (14,5 %) és a többszereplős játékokat (14 %) használók aránya.

A BME Média Oktató és Kutató Központja 2008 tavaszán végzett egy felmérést annak felderítésére, hogy a fájlcsere milyen hatással van a hagyományos piacokra. A kutatás során a hazai torrent-trackereken elérhető filmek népszerűségét hasonlították a mozi forgalmazási adatokhoz.⁴

A magyar internetezők nem kizárólag magyar oldalakról töltenek le, ez elsősorban azon fájlcsere hálókra jellemző, akik viszonylag rendszeresen használják a p2p technológiát. A hazai oldalak ugyanis meghívásos, regisztrációhoz kötött oldalak, ahol alapvető követelményként szokták kitűzni a rendszeres használatot és minden esetben meg kell haladni az üzemeltetők által meghatározott letöltés/feltöltés adatforgalmi arányát. Ezzel szemben külföldön elérhetőek olyan oldalak is, amelyeken hasonló kikötések nincsenek, ezért ritkább, eseti letöltések esetén ezek használata jellemző. A hazai oldalak vizsgálatának előnye, hogy felhasználóikról nagy biztonsággal kijelenthető, hogy magyar felhasználók, illetve az elérhető és letöltött tartalmak is jobban illeszkednek a magyar filmpiac kínálatához, mint egy külföldi fájlcsere oldal, amelyen a magyar nyelvű tartalmak jellemzően rendkívül kis arányt képviselnek.

A felmérés készítői 2008 áprilisa és júniusa között figyelték a magyar trackereken elérhető filmek letöltési adatait, majd összehasonlították a Nemzeti Filmirodai forgalmazási adataival, illetve a Port.hu portál moziműsorával.

A vizsgálat ideje alatt a feketepiacra kikerült 3600 film háromnegyede olyan alkotás volt, amely csak 2000 előtt, vagy egyáltalán nem volt mozikban, és csak alig 4%-a, azaz 152 film volt olyan, amely a kikerülése időpontjában a mozikban is látható volt. A vizsgált időszakban a mozikban játszott filmek közül minden ötödik került ki valamilyen formában a fájlcsere hálózatokra.

A vizsgált két hónapban vetített filmek esetében 1 millió 650 ezer eladott jegy mellett 158 ezer letöltést regisztráltak, azaz csak minden tizedik mozinézőre jut egy letöltés. Egy letöltés azonban több filmnézőt is jelenthet, bár véleményünk szerint ez túlnyomórészt egy-két főt takar. A kutatók szerint

³ Az R5 minőség olyan speciális DVD-k minőségét jelenti, amelyet a forgalmazók jellemzően az orosz piacon kezdenek értékesíteni a film első amerikai vetítéseinek idején, hogy legális, bevételt hozó csatorna felé tereljék azokat, akik nem spórolásból töltik le a filmeket, csak nem szeretik kivárni, amíg az adott film megérkezik hozzájuk is.

⁴ <http://mokk.bme.hu/projektek/p2p/> - Bodó, Lakatos (2009)

az alacsony helyettesítési aránynak az lehet a legfőbb oka, hogy a moziélmény ritkán váltható ki egy jellemzően rossz minőségű, kisképernyős, kamerával rögzített videó megtekintésével.

A kutatás eredményei szerint az egyes rétegműfajokba (pl. zenei, dráma, vagy romantikus filmek közé) sorolható alkotások elérhetősége akkor ugrik meg a fájlcsere hálózatokon, amikor azok lekerülnek a mozik műsoráról. Míg a rétegműfajok esetében a fájlcsere hálózatok archívum funkciót töltenek be, addig más, esetleg gyorsabban avuló filmeket felsoroltató műfajok (fantasy/sci-fi, kalandfilm) esetében az aktuálisukat vesztett filmek hamar kikopnak a feketepiacról is.

Értékelés

A fájlcsere szolgálatás ingyenesen elérhető az internetezők számára. A filmekből és sorozatokból a piacon szabadon elérhető legjobb minőségben érhető el, azaz a DVD és HD-DVD megjelenése után DVD és HD minőségben, míg a sorozatok a vetítés minőségének megfelelő felbontásban. Az amerikai sorozatok esetében ez közel HD-minőséget jelent.

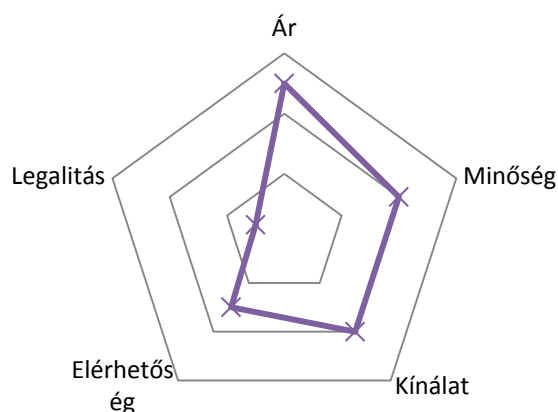
A már nem sokáig működő Mininova nevű torrentkereső a film kategóriára több mint 450 ezer torrent találatot ad ki – még ha ezek jelentős része duplikáció is. Hasonlóképp, az Ncore⁵ jelenlegi kínálata meghaladja a 19 ezret a film kategórián belül. Amennyiben némi túlzással filmenként ötféle variációval is számolunk (különböző tömörítések, más-más csoportok által létrehozott illegális kópia), ez akkor is jelentősen meghaladja a legálisan működő hazai VOD-szolgáltatók választékát. (A külföldi online videótékák kínálatát azonban nem szükségképpen haladja meg. A TheAuteurs weboldalán – amelyen havi 12 dollárért cserébe korlátlan számú filmet lehet megtekinteni – a kínálat meghaladja az 5 ezer filmet.)

Az adott tartalom kiválasztását követően még szükséges annak letöltése (egy-két szolgáltatás esetében már lehetőség van a tartalom azonnali megtekintésére, azonban ez egyelőre nem elterjedt).

A fájlcsere hálózatokon elérhető tartalmak azonnal elérhetők, azonban szerzői jogi szempontból többnyire nem legálisak, ezért a hatóságok kiemelt figyelemmel kísérik a hazai fájlcsere hálózatot. Ezen belül is főként a torrent szervereket. 2010 nyarán több nagyobb magyar oldal szervereit is lefoglalták, mely nyomán a Budapesti Adatkicserélő Központban (BIX) mért napi átlag 100 Gbit/másodperces adatforgalom 20 Gbit-re esett vissza. Az akciónak köszönhetően 2 hónapra elcsendesült a warez társadalom, és sorra zártak be a még meglévő oldalak is. Azonban a lefoglalt szervereket a legnagyobb oldalak hamar pótolták, és a további lefoglalásokat elkerülendő külföldre telepítették azokat. Ennek köszönhetően ma már szinte egyik torrent oldal sem rendelkezik magyarországi domain tartománnyal.

⁵ Az Ncore jelenleg a legnagyobb magyar torrent oldal. Több mint 128 ezer regisztrált felhasználója van, melyből 93 ezer aktív. Az oldalra meghívott felhasználók kerülhetnek csak be, és a bentmaradáshoz tartani kell az oldal üzemeltetői által kitűzött letöltési/feltöltési arányt. Az itt letölthető tartalmak összessége több mint 80 ezer, az állományok mérete pedig eléri a 168 Tb-t.

7. ÁBRA A FÁJLCSERÉLÉS



Forrás: GKIeNET

III.2.3. Videómegosztó szolgáltatás

A videómegosztás története egészen a 90-es évek végére nyúlik vissza (Guba, illetve Heavy nevű szolgáltatások elindítása), de ekkor az internet sem hozzáférési, sem sávszélességi szempontból nem tette még lehetővé gyors terjedését. A mai értelemben vett első videómegosztó szolgáltatások élharcosai (pl. Metacafe) 2003-ban indultak, majd 2 évvel később megalakult a Youtube és nagyjából vele egy időben elindult a Dailymotion és a Google Video. A szolgáltatás terjedésének kritikus pontja a gyors és kényelmes elérés volt, a képminőség csak másodlagos szempontként jelent meg. A sávszélesség növekedésének köszönhetően azonban lehetővé vált, hogy a szolgáltatók javítsák a konvertált videók minőségét, és a jelentősebb oldalakon elérhetőek magas felbontású HD videók.

A videómegosztó szolgáltatások felhasználóinak száma az elmúlt években megsokszorozódott, ezek a szolgáltatások hihetetlen népszerűsége tettek szert. Az online videómegosztók gyakorlatilag hirdetési modellt alkalmazó online videótéka-szolgáltatók, vagyis az online videotékák többségével szemben ingyenesek. Fontos különbséget jelent, hogy a videómegosztók tartalmainak túlnyomó többsége a felhasználók által készített tartalom (user generated content), ezért a tartalom- és képminőség elmarad attól a színvonaltól, amit a professzionális tartalmat kínáló fizetős VOD-szolgáltatások képesek nyújtani.

A videómegosztásnál a szolgáltató csak a szervert, illetve az alkalmazást mint keretrendszert biztosítja, a videótartalmat a felhasználók készítik, töltik fel, osztják meg, kommentálják. A megtekintés és a feltöltés (mint felhasználói funkciók) együtt jelentik a klasszikus videómegosztó szolgáltatást. Amennyiben egy szolgáltatás csak videófeltöltést tesz lehetővé és videómegtekintést nem, akkor az adattároló/adatmegosztó szolgáltatásnak tekinthető (pl. Rapidshare).

Amennyiben egy szolgáltatás csak videómegtekintést tesz lehetővé és a felhasználók videókat nem tölthetnek fel, akkor a szolgáltatás nem rendelkezik webkettes jelleggel (pl. televízió csatornák online újranező portáljai: www.rtlklub.hu/most, www.tv2.hu, www.hirtv.hu).

A videók megtekintése tipikusan ingyenes a felhasználók számára, a feltöltés regisztrációhoz kötött. A szolgáltatás értékét az aktív közösség teremti. A videó lejátszáshoz nem szükséges külön program telepítése, mivel az ingyenes Flash, vagy Silverlight bővítmény (plug-in) széles körben elterjedt és egyéb internetes szolgáltatások használatához is szükséges a telepítése. A megjelenítéshez használt

progresszív letöltéstechnológia speciális ötvöze a streaming és a letöltés adatátviteli technológiáknak.

Tartalmát illetően elsősorban az aktuális eseményekkel kapcsolatos, egyéb érdekes, vicces, viszonylag rövid időtartamú amatőr videók a leggyakoribbak, a teljes mozifilmek, sorozatok viszont kevésbé jellemzőek. A mozifilmek és sorozatok hiányának elsődleges oka az, hogy a feltöltött mozifilmek, sorozatok „szem előtt vannak”. A jogtulajdonosok és jogvédő szervezetek könnyedén rájuk találnak és a szolgáltatókat gyors intézkedésre kényszerítő – Magyarországon is érvényes – „notice&take down” eljárással törölthetik a tartalmakat. Mindezek mellett a mozifilmek hiányában az is szerepet játszik, hogy a videómegosztók kezdettől fogva a rövid, amatőr, felhasználói videó tartalomra építkeztek, illetve általában korlátozzák a felhasználók által feltölthető tartalmak maximális hosszát vagy a fájl méretét. Ez azt eredményezi, hogy egyelőre alacsony az átfedés az online videotékákban és a videómegosztókon elérhető tartalom között, ezért a két szolgáltatástípus tartalmi helyettesíthetősége alacsony. Sokkal inkább a warez és torrentoldalak, a hagyományos DVD-forgalmazás és a televízió tekinthetőek az online videotéka-szolgáltatás közvetlen versenytársainak.

5. TÁBLÁZAT A FELHASZNÁLÓK ÁLTAL KERESETT VIDEOTARTALOM

Válasz	Válaszadók %-ában
Hírek, aktuális események	61%
Vicces/baki videók	57%
Filmelőzetesek	51%
Zenei videók, videóklippek	49%
TV-műsor-részletek	44%
Szórakoztató hírek, filmkritikák	41%
Amatőr, házi videók	39%
Időjárás jelentés	36%
Sport videók	30%
Teljes TV-műsorok	27%

Forrás: Emarketer.com

A videómegosztók tipikusan a hirdetési alapú üzleti modellt alkalmazzák, azaz felületek értékesítéséből származnak a bevételeik. A kategória- és címkerendszer jó targetálási lehetőséget biztosít ugyan, viszont a meglehetősen vegyes és „kétes” tartalmú és képminőségű videók hirdetői szempontból eddig nem bizonyultak túl vonzóknak. Ez is fontos szerepet játszott abban, hogy a klasszikus videómegosztók mellett alternatív modellek is megjelentek.

Az egyik legsikeresebb újítás az ingyenes fájlmesztő szolgáltatások (Rapidshare, Netload, Megaupload stb.) és a videómegosztók funkcionalitásának kombinálásával létrejött Megavideo. A modell terjedésének az adott létjogosultságot, hogy a klasszikus videómegosztóknál a feltöltött teljes filmeket a filmforgalmazói ellenállás hatására gyorsan törölték, míg a fájlmesztő tárhelyként üzemelő weboldal lehetővé tette a felhasználók számára, hogy a tipikusan fájlcsere hálózatokon terjedő sorozatokat, filmeket ingyenes stream formájában nézzék meg. A szolgáltatás több mint egy egyszerű fájlmesztő tárhely, mivel a feltöltött videók megtekinthetők, de abban különbözik a videómegosztóktól, hogy a tartalom nincs katalógusba rendezve, és a videókat csak az adott videó URL birtokában lévő felhasználók tudják megtekinteni (és letölteni).

A szolgáltatás alapvetően ingyenes, de prémium csomagokat is igénybe lehet venni. Az ingyenes használat során - a hagyományos fájlmesztőkhöz hasonlóan - a Megavideo lejátszó felületén sőt, a

videókban is hirdetések jelennek meg. A prémium szolgáltatásra történő előfizetés egyik előnye a hirdetésmentesség, míg emellett gyorsabb kapcsolatot és várakozási idő nélküli filmnézést is biztosítanak a havidíjért. Sikeréhez hozzájárult az is, hogy a magas nézettségű videók feltöltőit prémium csomag adásával díjazza, illetve kiemelkedő (100 ezer) nézettség elérése esetén fizet is a feltöltőknek. A Megavideo azt tervezi, hogy a feltöltők reklámokat helyezhetnek majd el a videoplayer oldalán és a videókban, továbbá a hirdetési bevétel teljes egészében hozzájuk folyik majd be. 2009 januárjára a Megavideo bekerült a tíz legnézettebb videóoldal közé, és jelenleg már havi több mint 100 millió videót néznek meg a felületen keresztül.

Egy másik sikeres újítás a 2007-ben az NBC Universal és a News Corporation által a videómegosztók és online videotékák sajátosságainak ötvözésével létrehozott Hulu. A szolgáltatás a felhasználók számára ingyenes, és mindenki számára elérhető formátumot használ, viszont a tartalmat nem a felhasználói videók adják, hanem a szolgáltató felhasználási szerződéseket köt a nagy filmforgalmazókkal és így mozifilmeket, új sorozatokat tud ingyenesen elérhetővé tenni. A tartalom jó minősége és legalitása a hirdetőknél is vonzó, így a Hulu képes kihasználni hirdetési felületeit és jelentős bevételeket ér el, a bevételen pedig osztozik a tartalomtulajdonosokkal. A Hulu már 2008-ban is 12,6 millió USD nyereséget realizált, amit várhatóan növelni tud 2009-ben, ezzel szemben a Credit Suisse előrejelzése alapján a YouTube vesztesége 2009-ben el fogja érni a 470 millió USD-t. A Hulu az NBC Universal (GE), a Fox Entertainment Group (News Corp) és az ABC Inc. (The Walt Disney Company) közös vállalata.

A sikeres alternatív modellek megjelenése a YouTube-ot is változtatásokra ösztönözte, aki Partnership Programja keretében szintén megvalósította a legértékesebb videók feltöltőinek díjazását. Emellett az elmúlt időszakban a YouTube is elmozdult a Hulu által követett irányba és igyekezett tartalomra vonatkozó megállapodásokkal jó minőségű és értékes videótartalmat elérhetővé tenni az oldalon. Ezt az irányt jelzi a 2009 elején a Disney-vel kötött megállapodás, amit azóta több jelentős, tartalomtulajdonosokkal (Sony, MGM) kötött együttműködés is követett.

Az ingyenes tartalmak mellett a fizetős szolgáltatás irányába is tervez lépéseket tenni a YouTube. Elsőként a Sundance Filmfesztiválon bemutatott filmek közül néhányat elérhetővé tennének a videómegosztó oldalon, ahol díjfizetés ellenében a felhasználók megtekinthetnék azokat. Korábban az élőben közvetített műsorokkal kapcsolatban a YouTube pozitív tapasztalatokat szerzett, igaz ezeknek a jogait még a hirdetési bevételekből finanszírozták. Most az oldal üzemeltetői úgy gondolják, hogy egyes tartalmak esetében a Pay-per-view modell is ésszerűen alkalmazható lehet.

Magyarországon egyelőre nem érhető el prémium tartalmak a videómegosztó oldalakon, valamint jelenleg még nem történtek lépések a videómegosztó oldalak kölcsönzési funkciókkal történő kibővítésének irányába. Azonban egy innovatív forgalmazó kezdeményezésének köszönhetően 2009 novemberében elindult egy, a mozifilmek online terjesztését az online felületen realizált reklámbevételből finanszírozni kívánó szolgáltatás az InaVideo oldalain. A kínálat sajátossága, hogy a szóban forgó filmek a moziban alig jutottak el a közönséghez, köszönhetően a mozis forgalmazásukat támogató marketing erőforrások szűkösségének, illetve a magyar filmmel szembeni általános érdektelenségnek.

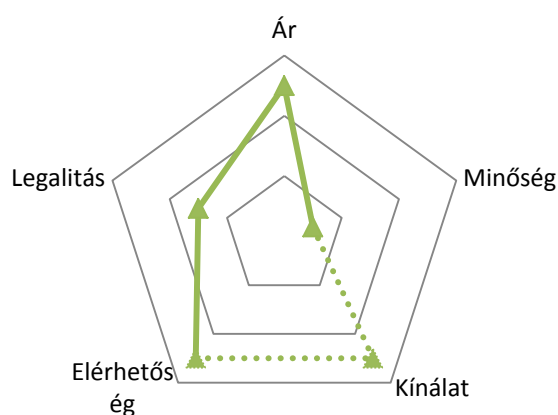
Értékelés

A YouTube, illetve a magyar videomegosztó-szolgáltatás ingyenesen elérhető az internetezők számára. A videókínálat egyre több HD minőségű videót tartalmaz, de a feltöltött videók felbontása – a YouTube esetében – többnyire 360 és 480 sor.

A videomegosztó szolgáltatások kínálata nehezen összehasonlítható a többi vizsgált szolgáltatással, mivel azok elsősorban a filmekre fókuszálnak, míg a videomegosztó oldalakon többnyire amatőr tartalmak, valamint rövidfilmek érhetők el. Kizárólag az elérhető tartalmak darabszáma alapján a videomegosztó-szolgáltatások megelőzik a többi vizsgált szolgáltatást.

A videomegosztók kínálatában lévő tartalmak azonnal elérhetők, azonban szerzői jogi szempontból gyakran nem legálisak.

8. ÁBRA A VIDEOMEGOSZTÓ-SZOLGÁLTATÁS



Forrás: GKIeNET

III.3. A szolgáltatások összehasonlítása

Az audiovizuális tartalmakhoz való hozzájutás csatornáit közül ötöt vizsgáltunk meg alaposabban. A vizsgálati szempontok között szerepelt a csatorna használatának költsége, a csatornán keresztül elérhető tartalmak minősége és a kínálat szélessége. Megvizsgáltuk, hogy az adott csatornán keresztül milyen gyorsan juthat hozzá a tartalomhoz a fogyasztó, valamint kitértünk a csatornán elérhető tartalmak legalitására is.

Árazás

A tartalmak árazását tekintve a fájlcsere-hálózatok és a videomegosztó oldalak használata jelenti a legkisebb költséget (5) – az internetelőfizetés díját nem számítva. Az eredmény nem meglepő, hiszen ezen szolgáltatások használata ingyenes. A nem ingyenes csatornák között a televíziós műsorsugárzás tekinthető a legolcsóbbnak.

A hazai piacon a két legnagyobb szolgáltató kínálatában elérhető családi (analóg kábeltelevíziós) csomagok 46 csatorna elérését biztosítják egy fix havidíjért cserébe. Amennyiben a magyar televízió nézők körében népszerű három csatornát vizsgáljuk csak, és feltételezzük, hogy ezeken a csatornákon minden hétvégén 1-1 film közül választhat a néző – ami havi szinten 24 filmből álló

kínálatot jelent – úgy a havidíjhoz viszonyítva a filmek egységára 170 és 220 Ft között változik, szolgáltatótól függően (4). Ez kizárólag felső korlátot jelent, hiszen a kiemelt csatornák természetesen ennél több filmet vetítenek és a televízió-előfizetésekben ennél több csatorna érhető el.

A videókölcsönző szolgáltatások közül három hazai szolgáltató kínálatát vizsgáltuk meg: a T-Home Téka, az Origo Téka és a filmklik.hu kínálatát. A mozifilmek ára 498 és 750 Ft közötti összegért érhető el ezen szolgáltatóknál (3).

Az adathordozók piaca nehezen vizsgálható terület. A hipermarketekben kínált olcsó DVD-k ára a párszáz forinttól a párezer forintig szokott terjedni, azonban ezek a filmek gyakran réteggigényeket elégitenek ki, s emiatt a videótékák kínálatával való összehasonlítás problémás, hiszen a videótéka-szolgáltatók rendszerint a szélesebb közönséget érdeklő tartalmakra fókuszálnak. Tapasztalataink szerint a hipermarketek kínálatában a 999 Ft-os DVD-filmek – tartalmukat tekintve – összemérhetőek a többi vizsgált szolgáltatás kínálatában elérhető filmek minőségével. Így a vizsgálat során a 999 Ft-os darabárat – és egyszeri megtekintést – vettünk figyelembe (2).

A filmszínházak és az adathordozók jelentik az egyik legdrágább módját a tartalomhoz való – egyszeri – hozzáférésnek, azonban a mozik rendelkezésére álló technológia, valamint a fizikai hordozók kapacitása miatt ezek képviselik a legjobb minőséget is (5). A kép és hangminőség összehasonlításához a videó felbontását, illetve a filmnézéshez szükséges adatátviteli sebességet – a videó adatrátáját vettük alapul. A hagyományos DVD esetében a képkockák rendszerint 576 sorból állnak, az adatfolyam pedig 11 Mbit/s szélességű. A HD-DVD-nél, – amely jelenleg a szélesebb közönség számára elérhető legjobb minőséget jelenti –, a képkockák 1080 sorból állnak, a lejátszáshoz szükséges adatfolyam 25 és 36 Mbit/s közötti.

Minőség

A listában a minőség szempontjából a második helyre rangsoroltuk a fájlcsereelő-hálózatokat. A fájlcsereelő elleni kampányok rendszerint úgy mutatják be a rajtuk keresztül elérhető filmek minőségét, mint kis felbontású, rossz hangminőségű tartalmakat. Ez a filmek értékesítésének első fázisában, a mozivetítések ideje alatt megállja a helyét – de akkor sem minden esetben. A mozikban vetített filmek – amennyiben elérhetőek a fájlcsereelő hálózatokon – többnyire kamerával felvett változatok, és ennek megfelelően a videó meglehetősen rossz minőségű. Amint a szélesebb közönség számára beszerezhetővé válik a film jobb minőségű változata, pl. DVD formájában, úgy ez a minőség a fájlcsereelő hálózatokon is elérhetővé válik. Nem ritka az sem, hogy a filmstúdiók néhány országban piacra dobják a DVD-t azelőtt, hogy más országokban a film megjelenne a mozikban. Ez esetben a fájlcsereelő hálózatokon már elérhetővé válik a jó minőségű verzió.

A P2P-hálózatokon elérhető az adathordozók nyers változata, amely az adathordozó teljes tartalmát jelenti – a DVD esetében 4,7 GB-ot, a Blu-Ray filmek esetében ennek többszörösét. Az általános gyakorlat azonban az, hogy nem az adathordozó teljes tartalmát forgalmazzák egymás között az internetezők. Az adathordozókon található extrákat (pl. előzetesek, extra jelenetek, különböző szinkronnyelvek) kivágják, a filmeket pedig tömörítik, hogy kisebb mérettel rendelkezzenek és gyorsabban letölthetőek legyenek. A mai tömörítési módszerek mellett a filmek minősége nem sokat változik, de vitathatatlanul romlik.

A minőség szempontjából a televízióadást soroltuk a harmadik helyre (3). A legjobb elérhető minőséget illetően a Blu-Ray-ken elérhető 1080 soros felbontás mellett a HD-televízióadások rendszerint 720 soros felbontásban tekinthetők meg – természetesen ez elsősorban külföldre, azon belül is az Egyesült Államokra vonatkozik. Hazai viszonylatban egyelőre a hagyományos televízióadás az elterjedt, amely 576 soros felbontást jelent – mint egy hagyományos DVD⁶. A hagyományos televízióadásra jellemző adatrátája 11 Mbit/s.

A VOD-szolgáltatók kínálatában elérhető filmek minőségét ugyanazok a tényezők korlátozzák, mint a televízió, illetve a fájlcsere hálózatok esetében – a rendelkezésre álló sávszélesség. A hazai VOD-szolgáltatók minőségét illetően kevés adat áll rendelkezésre. A filmek lejátszásához jellemzően 1-2 Mbit/s szabad sávszélességet javasolnak, vagyis a filmek adatrátája ugyanennyi (2).

A videómegosztó oldalakon elérhető tartalmak minősége tág határok között mozog. A népszerűségénél fogva a YouTube-ot tekintettük meghatározónak. A YouTube videói esetében a felbontás rendszerint 360, illetve 480 sor. Habár a egyre több a HD tartalom is (1).

Kínálat

Becslésünk szerint a legnagyobb kínálatot az adathordozó-piac jelenti. Habár az adathordozók fizikai jellegüknél fogva előállítás, szállítás, tárolást igényelnek, az Amazon kínálatában a DVD-film kategória több mint 387 ezer elemet tartalmaz – csak a vígjátékok kategóriájában 37 ezer film érhető el (5).

A magyar fájlcsere oldalak közül az Ncore jelenlegi kínálata meghaladja a 19 ezret a film kategórián belül. Amennyiben némi túlzással filmenként öt-hatféle variációval is számolunk⁷, ez meghaladja a 2 ezer filmet. A fájlcsere közösségek körében kialakult szokás lehetővé teszi, hogy a nem elérhető filmek iránti igényüket a felhasználók jelezzék, s azt egy másik felhasználó – akinek rendelkezésére áll az adott film – megosztja. Ezáltal az „archívumban” elérhető filmek köre – becslésünk szerint – meghaladja a forgalmazott DVD-k mennyiségét, azonban egy adott időpillanatot vizsgálva a fájlcsere oldalak kínálata kisebb, mint például az Amazoné.

A hazai fájlcsere hálózatok kínálata így is jelentősen meghaladja a legálisan működő hazai VOD-szolgáltatók választékát, míg a külföldi fájlcsere oldalak kínálata többszörösen túllépi azt. A három hazai szolgáltató portfóliójában 450-600 film érhető el (3).

A hazai analóg kábeltelevíziós piacon a két legnagyobb szolgáltatónál elérhető legnagyobb csomag 46 csatornát tartalmaz. A digitális csomagok esetén pedig 74-et. Ezen csatornák egy része nem vetít filmeket (pl. zenecsatornák), míg egy részük nem érhető el magyar nyelven. Ezen szűkítő feltételeket figyelembe véve becslésünk szerint 10-nél kevesebb azon adók száma, amelyek a filmkínálat vizsgálatának szempontjából szóba jöhetnek. Amennyiben napi egy filmmel számolunk, úgy a televízió havi szinten 300 filmes kínálatot jelent. A televízió sajátosságaiból adódóan ez az

⁶ Valójában a DVD jobb minőséget képvisel a hagyományos televíziónál. Ennek oka, hogy a képsorok számán kívül egy másik fontos paramétert is figyelembe szoktak venni, vagyis hogy a videó *progresszív* vagy *interlaced*. Anélkül, hogy a technológiai részletekben túlságosan elmerülnénk, a legfontosabb különbség az, hogy az interlaced videók fele akkora sávszélességet kívánnak meg, mint a progresszív videók, vagyis kevesebb adatot tartalmaznak, azaz a képminőség rosszabbnak mondható. A televíziók esetében az interlaced, a DVD filmek esetében progresszív videóról beszélünk.

⁷ különböző tömörítések, más-más csoportok által létrehozott illegális kópia

összehasonlítás kissé erőltetett, hiszen a kínálat nem folyamatosan elérhető, nem megismételhető stb., azonban a kínálat szélességét tekintve jó támpontot ad a szolgáltatás rangsorolásához (2).

A listában a filmszínházak kínálata a legszűkebb (1). A heti 1-2 filmmel történő frissülés mellett a naponta játszott filmek száma ritkán haladja meg a 20 darabot.

A videómegosztó oldalak kínálata szintén nehezen összehasonlítható a többi vizsgált szolgáltatással, mivel ezen oldalakon (mozi)filmes tartalmak meglehetősen ritkán érhetőek el. Esetükben a fókusz elsősorban az amatőr- és rövidfilmekben (pl. videóklipeken) van. Kizárólag a kínálatban fellelhető elemek számát tekintve a videómegosztók kiemelkedően széles repertoárral rendelkeznek. A két legnagyobb hazai megosztó oldal kínálata 180-260 ezer darab videó között mozog (5).

Elérhetőség

Az elérhetőség szempontja alatt azt a folyamatot kívántuk mérni és összehasonlítani, hogy a fogyasztó a döntés meghozatala után milyen gyorsan tud a filmes tartalomhoz hozzájutni. A körülményeket tekintve azt feltételeztük, hogy a fogyasztó a lakásában tartózkodik. Amennyiben úgy dönt, hogy televízióműsort szeretne nézni, ezt a TV bekapcsolásával azonnal megteheti, így ezt a csatornát soroltuk az első helyre, s ugyanígy, a videómegosztó oldalak tartalma is azonnal elérhető az interneten keresztül (5).

A VOD-szolgáltatás igénybevétele egyes esetekben azonnali filmnézést tesz lehetővé (pl. IPTV-téka), míg más esetekben a fizetési tranzakció lebonyolítása után lehet megkezdeni az audiovizuális tartalom fogyasztását (pl. internetes tékák) (4).

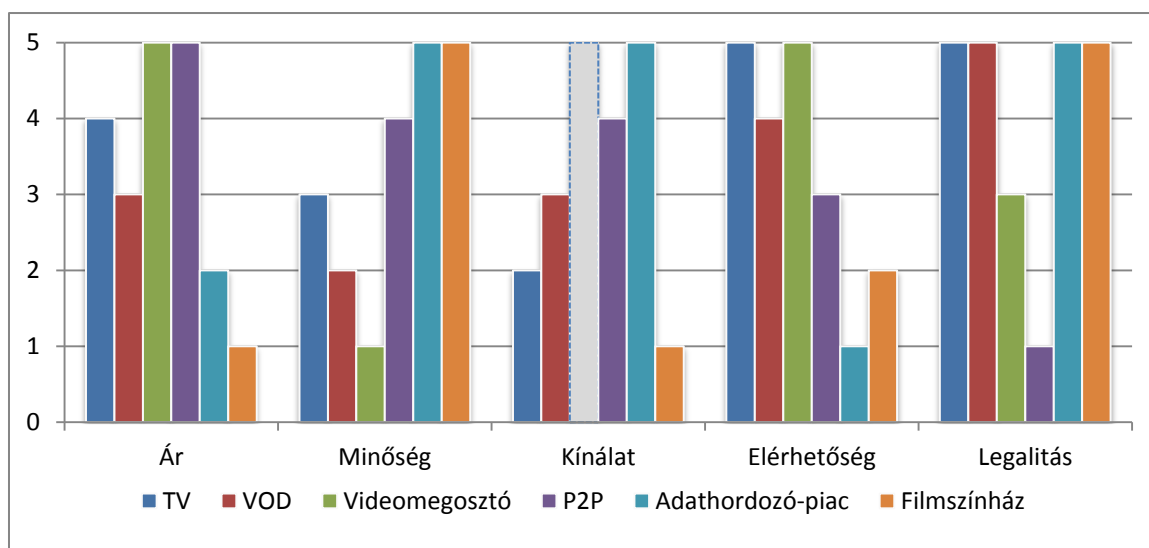
A fájlcserező hálózatokon kiválasztott filmek megtekintéséhez – a fájlcserező-szolgáltatások túlnyomó többségében – szükség van a tartalom letöltésére, ami annak méretétől és a tartalom népszerűségétől függően fél órába, de akár több órába is telhet (3). A filmszínházak elérhetőségét az utolsó előtti helyre soroltuk. Habár a DVD-kölcsönzéshez hasonlóan szükséges az otthon kényelmének elhagyása, a filmes tartalom fogyasztásához nincs szükség az újbóli hazatérésre (2). Ennél is több időt igényel az, hogy a kiválasztott filmet adathordozón megvásároljuk és lejátszhatjuk (1).

Legalitás

A televíziós tartalmak, az elektronikus videótékák tartalma, valamint az adathordozókon megvásárolható filmek⁸ jogi státuszukat tekintve legálisak (5). A videómegosztó oldalakat a rajtuk elérhető tartalmak illegalitása miatt számos támadás éri, azonban a feltöltött videók egy jelentős része házi készítésű, a szerzői jogi szempontból kifogásolható videókat illetően a szolgáltatók igyekeznek megegyezésre jutni a jogtulajdonosokkal, így például sok korábban illegális tartalom ma már legálisan érhető el ezeken az oldalakon (3). Ezzel szemben a fájlcserező hálózatok forgalmának szinte egésze illegálisan feltöltött tartalmakból áll (1).

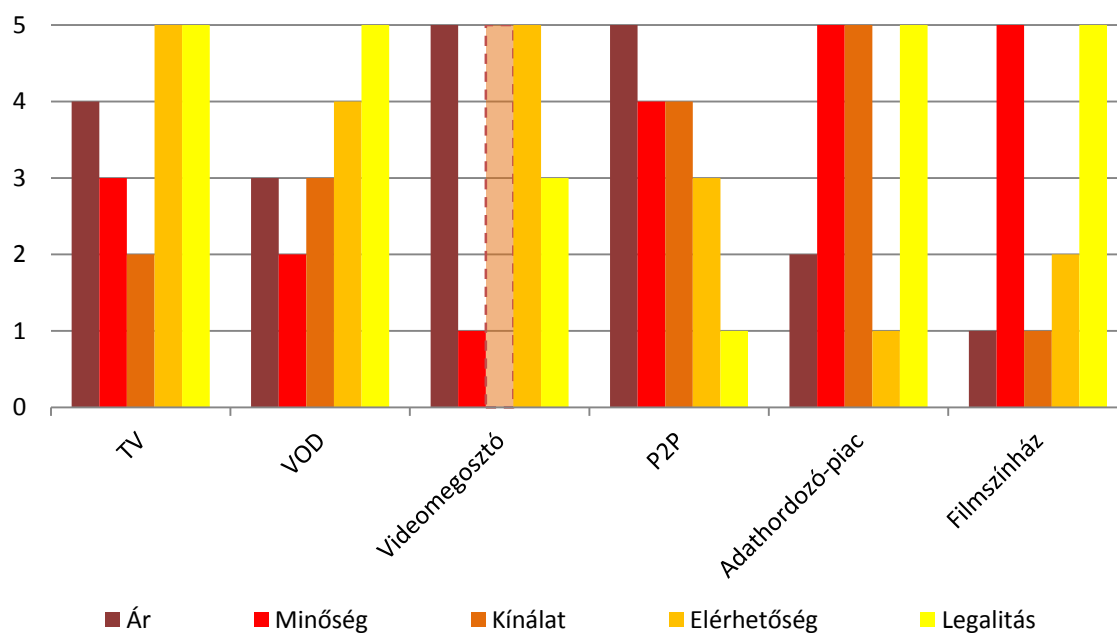
⁸ Továbbra is a legális DVD-piacot vizsgálva, a kalóz-DVD-k piacával jelenleg nem foglalkozunk.

9. ÁBRA AZ AUDIOVIZUÁLIS CSATORNÁK AZ ÖT VIZSGÁLT SZEMPONT TÜKRÉBEN



Forrás: GKIeNET

10. ÁBRA AZ AUDIOVIZUÁLIS CSATORNÁK AZ ÖT VIZSGÁLT SZEMPONT TÜKRÉBEN



Forrás: GKIeNET

IV. Az audiovizuális szolgáltatások helyzete Magyarországon

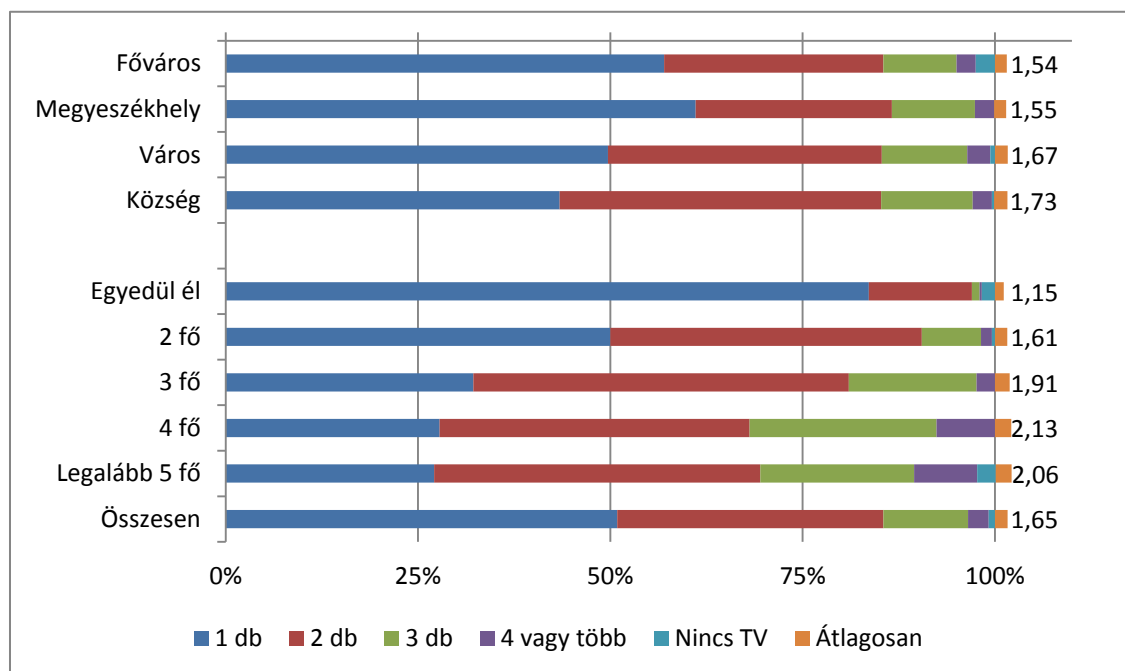
IV.1. Hagyományos szolgáltatások

IV.1.1. Televíziónézés

Gyakorlatilag minden magyar háztartásban található televíziókészülék, a felnőtt lakosság 99%-ának van otthonában TV-je. Az esetek többségében „régí”, hagyományos televízióról van szó (86%). A lakosság 3%-ának otthonában a síkképernyős (LCD/Plazma TV), 10%-ában pedig mindkettő típus megtalálható⁹.

A televíziókészülékek számát tekintve az 1 darab a domináns, a háztartások fele 1 darab TV-vel rendelkezik, 35%-ában 2 darab, 11%-ában 3 darab, 3%-ában pedig 4 vagy több televízió található. A síkképernyős technológia esetében túlnyomó többségében 1 készülék a jellemző, néhány otthonban előfordulhat 2 LCD/Plazma televízió is.

11. ÁBRA - HÁNY DARAB TELEVÍZÍÓVAL RENDELKEZIK AZ ÖNÖK HÁZTARTÁSA?



Forrás: GKIeNET

A magyar háztartások körében a domináns televízió-kapcsolat az analóg kábeltelevíziós előfizetés, a háztartások fele rendelkezik ezzel a típussal. Az otthonok egyötödében szobaantennát használnak, 16%-ának digitális kábeltelevízió-előfizetése, 9%-ának műholdas televízió-előfizetése, 3%-ának pedig saját műholdvevője van. Az IPTV-előfizetés egyelőre még nagyon ritkának számít, a háztartások kevesebb mint 1%-a rendelkezik ilyen kapcsolattal.

A magyar felnőtt lakosság több mint 70%-a ül egy időben a TV-készülék előtt este 8 és 9 között. Este kilenc óra után azonban gyors ütemben csökkenni kezd a közönség mérete és éjfélre már a

⁹ A síkképernyős megjelölés alatt a folyadékkristályos (LCD) és a plazma technológiával, a hagyományos televízió megnevezés alatt pedig a katódsugárcsőes (CRT) technológiával készült TV-ket értettük, a síkképernyős megoldású CRT készülékeket az alapvető technológiai megoldás miatt a hagyományos televíziókhoz soroltuk.

lakosságnak csak 6-7%-a néz tévét. Idősoros vizsgálatban elmondhatjuk, hogy 2000-2007 között nem változott jelentős mértékben a TV-t nézők aránya, ugyanakkor 2009-ben érezhetően többen töltötték az estéket TV-nézéssel. A gazdasági válság hatására jelentősen csökkent az emberek szabadon elkölthető jövedelme, és az esti TV-nézés növekedése arra utal, hogy az emberek inkább otthon maradnak, és ezt a fajta szórakozást választják. Jelzés értékű azonban, hogy a szintén fix áras internet esetében nem figyelhetünk meg hasonló intenzitásnövekedést. Fogyasztói döntés szempontjából ez részben azzal is magyarázható, hogy az emberek szívesebben választják a passzív szórakozást. Mindezek mellett azért figyelembe kell venni, hogy az internetet jellemzően csak egy családtag tudja aktívan fogyasztani, míg a TV közös kikapcsolódási lehetőséget nyújt a család számára.

A televízióval rendelkező lakosság 99%-a rendszeresen néz TV-t függetlenül nemtől, kortól, végzettségtől stb. A felnőtt magyar lakosság összességében heti 18-20 órát tölt a TV-képernyő előtt, azaz naponta 2,5-3 órát. A televízió-nézéssel töltött idő különösen magas az idősebb korosztályban, akik akár heti 20 óránál is többet néznek TV-t. Ugyanennyi időt töltenek televíziózással az alacsony végzettséggel rendelkezők (23 óra). A legalább középfokú végzettséggel rendelkezők azonban jóval kevesebbet, 15-17 órát áldoznak szabadidejükből a TV-műsorokra.

A televíziós műsorok rögzítése, archiválása nem jellemző a magyar TV-nézőkre. Videokazettára a videomagnót használók 20%-a, DVD-re a DVD-lejátszóval rendelkezők 11%-a, merevlemez lejátszóra vagy számítógépre pedig a set-top-boxszal vagy PC-vel bírók 6%-a szokott műsorokat felvenni a televízióból, de ezek rögzítése is többségében csak havi vagy ennél ritkább gyakorisággal történik.

A televíziózók átlagosan heti 6,8 órát néznek filmeket és 3,5 órát sorozatokat, míg a számítógéppel rendelkezők a PC monitorja előtt ennél jóval kevesebbet töltenek filmek (0,5 óra) és sorozatok (0,1 óra) megtekintésével.

Összevetettük a filmek, sorozatok megtekintésével töltött időket aszerint is, hogy az emberek inkább a TV-t vagy inkább a PC-t használják ezek nézéséhez. A kapott eredmények azt mutatják, hogy a két platform használata nem zárja ki egymást, de jelenleg még egyértelműen a televízió a domináns, a mindkét eszközön filmeket, sorozatokat nézők aránya mindössze 7%.

1. TÁBLÁZAT HÁNY ÓRÁT SZOKOTT ÖN HETENTE FILMEK, SOROZATOKAT NÉZÉSÉVEL TÖLTENI?

	Sokaság	Televízióban		Számítógépen	
		Filmnézéssel	Sorozatnézéssel	Filmnézéssel	Sorozatnézéssel
Csak TV-n néz filmeket	7,6 millió fő	6,9	3,6	-	-
Inkább TV-n néz filmeket	290 ezer fő	7,8	4,0	3,3	0,5
Inkább PC-n néz filmeket	270 ezer fő	2,8	0,5	5,8	1,8
Egyiken sem néz filmeket	26 ezer fő	-	-	-	-
Összesen		6,8	3,5	0,5	0,1

Forrás: GKIeNET

Az online TV-adás nem népszerű az internetezők körében. Habár 14%-uk már próbálta, többségük nem vált rendszeres felhasználóvá. A havi rendszerességgel online TV-adást nézők aránya nem éri el a 4%-ot, ami kb. 130 ezer internetezőt jelent.

IV.1.2.DVD-vásárlás és -kölcsönzés

A filmek, videók kölcsönzése nem jellemző a magyar lakosságra, a felnőttek 13%-a szokott videokazettát vagy DVD-t kölcsönözni, ráadásul túlnyomó többségük ezt legfeljebb havonta teszi. A kölcsönzési aktivitást a lejátszáshoz szükséges eszközök meglétének irányából közelítve azt láthatjuk, hogy a hagyományos videokazetták kölcsönzésének ideje lejárt. Ezt bizonyítja, hogy a csak videomagnóval rendelkezők körében nagyon alacsony a kölcsönzés aránya, manapság már egyértelműen a DVD-lejátszóval rendelkezők veszik igénybe a videotékák szolgáltatásait.

A videotékából legalább havi gyakorisággal filmet kölcsönzők havonta átlagosan 2-3 filmet szoktak kivenni mintegy 1300 forint összegben, ebből következően egy film átlagos kölcsönzési díja 500-550 forint körül mozog.

6. TÁBLÁZAT HAVONTA ÁTLAGOSAN HÁNY FILMET ÉS MILYEN ÉRTÉKBEN SZOKOTT ÖN KÖLCSÖNÖZNI VIDEOTÉKÁBÓL?

	Kölcsönzött filmek átlagos száma	Kölcsönzés átlagos havi összege (Ft)	Egy filmre jutó kölcsönzési díj (Ft)
A filmet kölcsönzők körében	2,5	1300	520
A teljes lakosságra vetítve	0,325	169	68

Forrás: GKIeNET

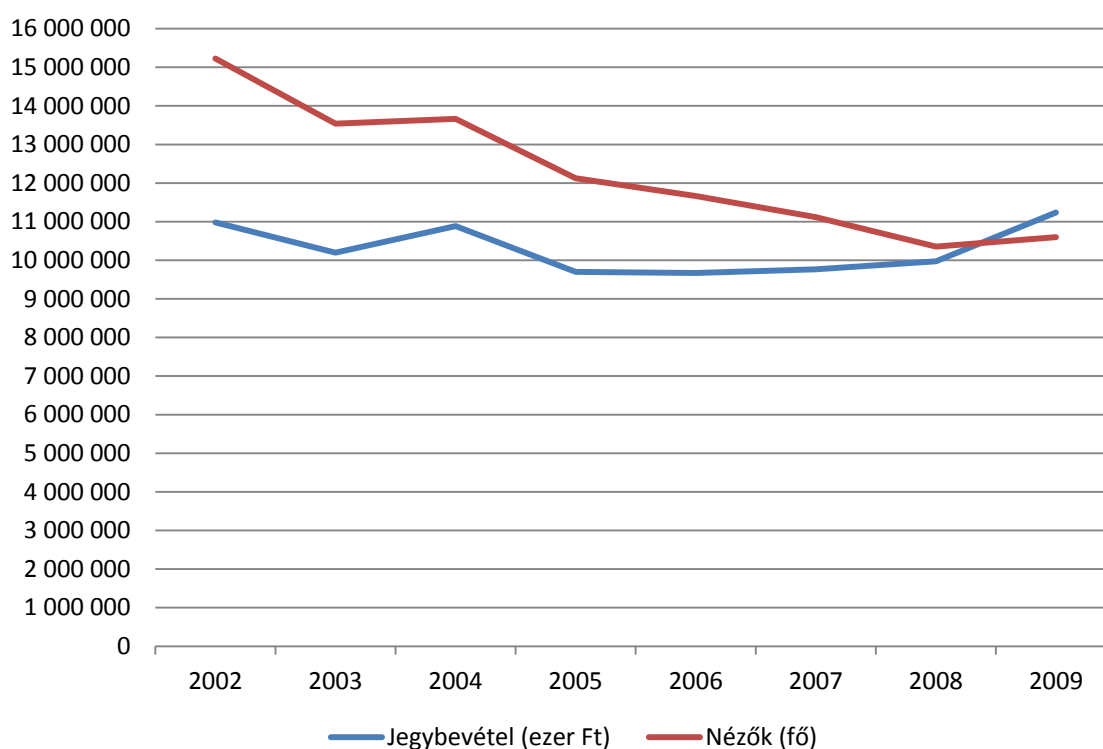
A felnőtt lakosok egyharmada vásárol évente legalább egy DVD-filmet, 30%-a vesz a hipermarketek olcsó DVD-kínálatából származó, pár száz forintos DVD-t, 22%-a pedig hagyományos, 1000 forintnál drágább DVD-filmeket. Az emberek átlagosan 3 DVD-filmet vásárolnak évente, ebből 2 darab olcsó, pár száz forintos DVD, 1 darab pedig hagyományos, 1000 forintnál drágább DVD-film. A DVD-kezt vásárlók körében a megfelelő számok 8, 6 és 5 darab. A DVD-fogyasztók átlagosan több mint 8 000 forintot költenek DVD-filmekre évente, ebből következően egy DVD-re átlagosan közel 1 000 forint jut. A DVD-vásárlók átlagosan maximum 2 000 forintot lennének hajlandóak fizetni egy-egy DVD-filmért.

IV.1.3.Filmszínház-látogatás

Magyarországon nincs szabadon elérhető kutatás, illetve kutatási-összefoglaló a lakosság filmszínház-látogatási szokásairól. A mozipiacról annyi elmondható, hogy a moziegységek száma a rendszerváltást követően erőteljes csökkenésbe kezdett. Míg 1984-ben 3 794 mozi üzemelt az országban – többségükben vidéki, kultúrházi vetítőtermekben – addig 2008-ra 183 mozi maradt Magyarországon. A nagyvárosokban a multiplex filmszínházak elvonták a nézőközönséget a kisebb moziegységektől, míg a szolgáltatás iránti világszintű csökkenést vidéken a multiplex mozik hiányában nem lassította semmi.

Az általános nézőszámcsökkenés okaként több hatás együttesét szokták felsorolni. Egyes kutatások a szabadidő-felhasználási szokások megváltozását említik, példaként hozva, hogy – főleg a fiatal férfiak körében – a számítógépes játékok emésztik fel a korábban mozizásra szánt időt. A gazdasági hatások eredményeképp egyre magasabb mozijegyárak szintén visszahatnak a mozizási kedvre, ami a kisebb mozikat végleg ellehetetleníti. Az egyre kisebb piacról egyre több filmforgalmazó vonul ki, s a szűkülő kínálat miatt a kereslet tovább csökken.

12. ÁBRA A MAGYARORSZÁGI FILMSZÍNHÁZAK FORGALMA (2002-2009)



Forrás: Nemzeti Filmiroda

A Reuters és az Ipsos által (rendszeresen) készített nemzetközi felmérésben¹⁰ 24 ezer felnőtt kérdeztek meg 23 országból a mozilátogatási szokásaikról. Nemzetközi átlagban a megkérdezettek 42%-a azért ül moziba, hogy - ha csak néhány órára is - elszakadjon a valóságtól.

Az Ipsos piackutató cég alelnöke szerint a filmek nem mások, mint celluloidra nyomtatott könyvek. Míg száz évvel ezelőtt az emberek könyvet olvasva igyekeztek megszabadulni a mindennapokból, addig ezt az élményt már a mozifilmekben keresik.

Egyes országok között azonban nagy a szórás. Legnagyobb arányban (67%) a törökök akarnak megszabadulni a valóságtól a moziban, őket követik az indiaiak, a dél-koreaiak és az ausztrálok 67, 61, illetve 52 százalékkal. A másik véglet Magyarország, ahol csak a válaszolók 24%-a jelezte, hogy számára a mozi elszakadást jelent a valóságtól. Hasonlóan alacsony az elszakadási törekvés a hollandoknál és a mexikóiaknál (26-26%), valamint a svédeknel és a németeknél (29%, illetve 30%).

A felmérés szerint a mozi álomvilág szerepét tekintve kicsi a különbség nők és férfiak, vagy az eltérő jövedelmű emberek között. A 35 évnél fiatalabbak között viszont magasabb, 49%-os az aránya azoknak, akik a moziba menekülnek a valóság elől, a 35-54 éves korosztálynál ez az érték csak 36%.

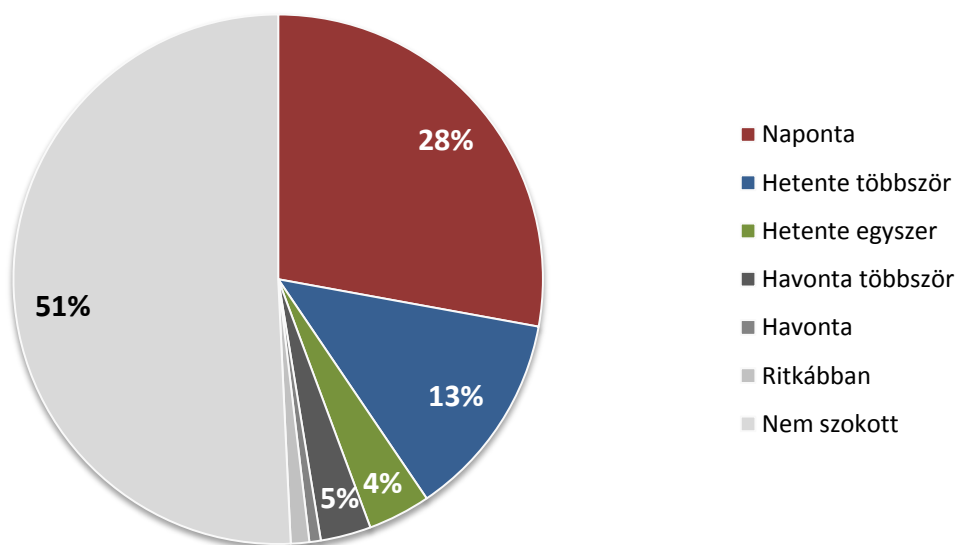
¹⁰ <http://www.reuters.com/article/idUSTRE6243N020100305>

IV.2. Online szolgáltatások

A magyar felnőtt lakosság fele (49%) már kapcsolatba került az internettel, és rendszeresen használja is azt. A felnőtt lakosság 38%-a rendelkezik otthonában vezetékes internet-kapcsolattal, 4%-a mobilinternetre fizetett elő, 3%-a pedig mindkettővel rendelkezik. Az otthoni internettel kapcsolatos ismereteket sajnos jól jellemzi, hogy a vezetékes internettel rendelkezők fele nem tudta megmondani az internet-kapcsolat névleges sávszélességét. A háztartások 11%-a legfeljebb 1 Mbit/s, 15%-a 1-2 Mbit/s, 13%-a 2-5 Mbit/s, 10%-a pedig 5 Mbit/s-nál gyorsabb hozzáférést használ (a 10 Mbit/s feletti sávszélességű csatlakozások aránya 2%).

Az átalánydíjas, elfogadható árú internetkapcsolatok korában kérdéses, hogy elfogadhatjuk-e internetezőként azokat az egyéneket, akik csak néhány hetente vagy néhány havonta szoktak internetezni. Azok, akiknek nincs lehetősége vagy igénye rendszeres internethasználóvá válni, vélhetően kevésbé nyitottak más, elektronikus szolgáltatások iránt is, mint például az IPTV vagy az azon keresztül elérhető VOD szolgáltatás. Habár minden bizonnyal előfordul, hogy egy háztartásban elérhető IPTV-szolgáltatást igénybe vesz olyan személy is, aki maga nem internetező, azonban vitatható, hogy az ő felfogása a szolgáltatásról különbözne a hagyományos televíziós szolgáltatásokétól. Az innovatív elektronikus szolgáltatások iránti nyitottságnak ma már nem elégséges, de mindenképp szükséges feltétele a rendszeres internetezés. Magyarországon a felnőtt lakosság több mint egynegyede napi rendszerességgel internetezik (28%), és összességében 44%-a használja a világhálót legalább hetente.

13. ÁBRA INTERNETEZÉS GYAKORISÁGA



Forrás: GKIeNET, 2009.II.

Az internet jelentős változásokat hozott az audiovizuális termékek piacán. A leggyakrabban vizsgált dimenzió a legális és illegális tartalmak harca, de ez csak áttételesen befolyásolja a médiafogyasztás összetételét. Az internetet inkább felületként elképzelve a korábbi tartalomfogyasztás minden területén versenyre kelt a hagyományos TV-nézéssel, és lassan elmosódnak a határok.

IV.2.1.VOD-szolgáltatás igénybevétele (és IPTV)

A felnőtt lakosság alig 0,4%-a rendelkezik saját bevallása szerint IPTV-előfizetéssel otthonában, ugyanakkor fontos megemlíteni, hogy a televízió-előfizetés típusával közel négyszer annyi válaszadó nem volt tisztában, mint ahányan ITPV előfizetéssel rendelkeznek, így a tényadatok és a felmérés során kezelt adatok eltérnek egymástól. A válaszok megbízhatóságának érdekében a továbbiakban azonban csak az előfizetés típusával tisztában levőket tekintjük IPTV-előfizetőknek. A heti rendszerességgel internetezők körében az IPTV-előfizetéssel rendelkezők aránya 0,7%-ot ért el. Az IPTV-előfizetéssel rendelkezők több mint egynegyede (28%) használta már az IPTV-n keresztül elérhető elektronikus videókölcsönzési szolgáltatást.

Az IPTV-előfizetők többsége még sosem használta a „televíziókapcsolatán” keresztül elérhető on demand szolgáltatást (72%). Az IPTV-s videótékával kapcsolatba került felhasználók jelentős része rendszeres használónak tekinti magát, és kicsi az aránya azoknak, akik az első próbálkozások után úgy döntöttek, hogy többé nem vennék igénybe a szolgáltatást (4,8%).

Az IPTV VOD szolgáltatását használók ötöde (19%) heti rendszerességgel szokott filmeket kölcsönözni, némileg több mint egyharmada pedig havi 1-2 alkalommal teszi ezt (35%). Az online videótékát használók fennmaradó része pedig rendszeres használónak tartja magát, habár kölcsönözni havi gyakoriságnál ritkábban szoktak (46%).

Az IPTV-tékát használók több mint fele közömbös vagy elégedetlen volt a kínálatot illetően, a hiányzó tartalom tekintetében határozott elképzeléssel ezen körnek is csak a fele rendelkezett. Az IPTV-téka használói között a legnépszerűbb és egyben a leginkább hiányolt tartalomtípus a vígjáték. A felhasználók majdnem fele ezeket a filmeket keresi a videótárban, és a kínálattal kevésbé elégedett előfizetők is ezt a tartalomtípust hiányolták (7%) a leginkább. A vígjátékokat követik az akciófilmek (23%), bár ezeket jóval kevesebben említették maguktól, és jóval kevesebb felhasználó élt kritikával az akciófilmek választékát illetően (3%). A vígjátékokon túl a klasszikus filmeket (6%) hiányolták még sokan. A hiányolt tartalomtípusok nagy része – a felhasználók említései alapján – jelenleg is megtalálható a kínálatban. Mindez azt jelenti, hogy az adott tartalomtípusokon belüli filmek körét lehet érdemes bővíteni. Viszonylag kevés olyan filmkategória volt, amely – a válaszok alapján – nem elérhető az IPTV-téka kínálatában, de a felhasználók egy köre igényt tartana rá. A válaszok mennyiségéből és a filmek típusából látható, hogy elsősorban egy szűk réteget elégtene ki az adott tartalom. Az IPTV VOD szolgáltatást nem használók harmada úgy vélekedik, hogy élne a filmkölcsönzés lehetőségével az IPTV rendszerén, amennyiben a választék az igényeinek megfelelő lenne (32%).

Az interneten keresztül elérhető on demand videószerkeletet az internetezők 8%-a vett már igénybe élete során, azaz jól láthatóan ez a fajta videókölcsönzés nem jellemző a magyar internetes közösségre. Többségük (7%) ugyan használta és így kapcsolatba került a szolgáltatással, azonban ez nem vált szokásává. A „rendszeres” online videókölcsönzők is havi rendszerességnél ritkábban veszik igénybe ezt a szolgáltatást.

Az internetezők körében az online videótékák jóval kisebb népszerűségnek örvendenek, mint – összehasonlításképp – az IPTV-téka az IPTV-előfizetők körében, ellenben jóval nagyobb alapsokaságról beszélhetünk. Az internetezők 8%-a már kipróbálta az internetes videókölcsönzést, s közülük majdnem minden második ember legalább havi rendszerességgel kölcsönöz filmet.

Az OrigoTéka felhasználói körében a legkeresettebb (14%) – és a leginkább hiányolt (6%) – tartalomtípus a bűnügyi filmek, majd ezt követik a romantikus filmek. A hiányolt tartalmak listájának rövideége azt mutatja, hogy a szolgáltatás használóinak a kínálat megfelel, a nem használók számára pedig nem elsősorban a kínálat bősége vagy szűkössége a visszatartó erő. Az OrigoTéka szolgáltatását elkerülő internetezők negyede úgy gondolja, hogy kölcsönözne filmet az Origo internetes videotékájából, amennyiben a kínálat megfelelő lenne (27%). Ahogy azt korábban is bemutattuk, az OrigoTékát nem használók esetében azonban az internetezők túlnyomó többsége sosem próbálta a szolgáltatást (98%), vagyis esetükben is nehéz megállapítani, hogy a kínálat-e az egyetlen ok, ami hátráltatja őket annak igénybevételében.

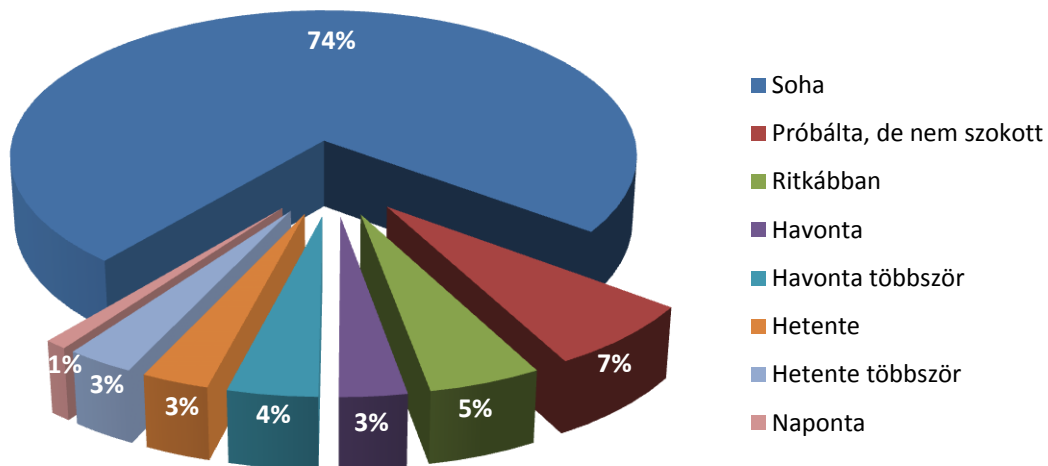
A VOD szolgáltatás jelenleg még új és innovatív szolgáltatásnak számít, azaz az elsődleges célközönsége a lakosság azon csoportja, amely leginkább nyitott az újdonságokra. Ez jellemzően a fiatalokra és a magasan képzett felnőttekre igaz. Azonban az újdonságokra és a technológiára nyitott csoport körében az alternatív források felkutatása, így például a fájlcserezők használata is gyakori.

A VOD szolgáltatások esetében gyakran előfordul, hogy a filmek csak a hazai DVD-megjelenés után kölcsönözhetőek, miközben ezeket illegálisan sokszor már ezt jóval megelőzően, a hazai mozibemutató előtt be lehet szerezni. Így aztán felmerül a kérdés, hogy pontosan kik alkotják a VOD szolgáltatások célközönségét, hiszen a legkönnyebben megszerezhető felhasználók pont azok számára a szolgáltatás megkészté válik.

A legális videoszolgáltatók (beleértve a televíziókat és az online videotékákat) nehezen tudnak versenyezni a fájlmegosztó oldalak és a lelkes amatőrök hatékonyságával. Az online jogokkal is rendelkező filmforgalmazók sok esetben féltik hagyományos piacaikat az online fogyasztástól, ennek ellenére – a működőképes üzleti modellek és az online videotékák hatékony másolásvédelmi megoldásainak köszönhetően – az elmúlt években jelentős előrelépés történt ezen a területen és a nagy nemzetközi online videotékákon a premier filmek megjelenése egybeesik az adott mozifilm DVD-n való megjelenésével – azonban ez nem jelenti azt, hogy a hazai mozibemutató időpontjával is.

IV.2.2.Fájlcserélés

14. ÁBRA FILMEK, SOROZATOK LETÖLTÉSÉNEK GYAKORISÁGA
(A FELNŐTT, INTERNETEZŐ LAKOSSÁG KÖRÉBEN)



Forrás: GKIeNET

Magyarországon mintegy 40 ezer olyan internetező él, aki napi rendszerességgel tölt le filmeket vagy sorozatokat az internetről, ez az internetezők 1%-át jelenti. Rajtuk kívül még nagyjából 190 ezer internetező tölt le heti rendszerességgel (6%). Az internetezők túlnyomó többsége azonban nem szokott letölteni (81%).

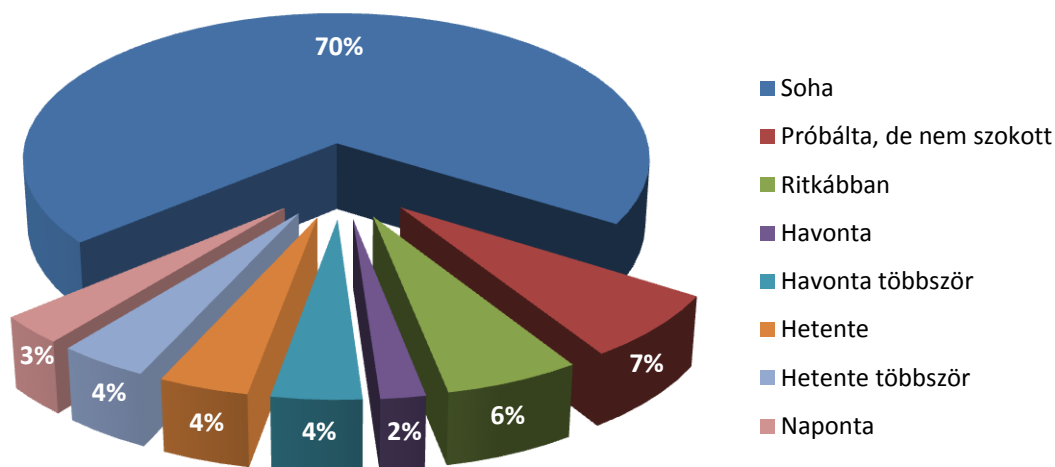
Az internetről filmeket, sorozatokat legalább heti rendszerességgel letöltők havonta átlagosan 3-4 filmet és 1-2 sorozatepizódot szoktak letölteni a világhálóról. Az emberek elsősorban ingyenes downloadsite-okról és fájlcserélőkről (torrent, DC+, stb.) szoktak filmes tartalmakat lementeni a számítógépükre (82% és 59%), a fizetős weboldalak és a fizetős warez oldalak használata már jóval ritkább (12% és 5%).

7. TÁBLÁZAT HAVONTA ÁTLAGOSAN HÁNY FILMET, SOROZATOT, ILLETVE HONNAN SZOKOTT ÖN LETÖLTENI AZ INTERNETRŐL?

	Férfiak	Nők	Összesen
Letöltött filmek száma (db/hó)	3,5	3,5	3,5
Letöltött sorozatok száma (db/hó)	1,6	1,9	1,7
Ingyenes letöltőoldalakról	84%	82%	83%
Fájlcserélőkről (torrent, DC+)	64%	59%	59%
Fizetős weboldalakról (pl. DVDRent.hu)	7%	0%	5%
Fizetős warez oldalakról	12%	11%	12%

Forrás: GKIeNET

15. ÁBRA VIDEÓMEGOSZTÓ-OLDALAK LÁTOGATÁSA



Forrás: GKIeNET

Az internetezők 77%-a nem szokott online videómegosztó oldalakat látogatni, míg 3%-a naponta (114 ezer fő), és további 8%-a legalább heti rendszerességgel teszi ezt (300 ezer fő).

A weben legalább heti gyakorisággal videómegosztó oldalakat látogatók (az internetezők 11%-a) havonta átlagosan 2-3 órát töltenek a videosharing site-ok nézésével (pl. Youtube, Indavideo, Videá, stb.).

8. TÁBLÁZAT HAVONTA ÁTLAGOSAN HÁNY ÓRÁT TÖLT ÖN VIDEÓMEGOSZTÓ-OLDALAK LÁTOGATÁSÁVAL? (LEGALÁBB HETI GYAKORISÁGGAL VIDEÓMEGOSZTÓ OLDALAKAT LÁTOGATÓK KÖRÉBEN)

	Férfiak	Nők	Összesen
Videómegosztón töltött idő (óra/hó)	2,8	2,0	2,5
1 órát	30%	50%	37%
2 órát	28%	29%	28%
Legalább 3 órát	34%	17%	28%
Nem tudja	8%	4%	7%

Forrás: GKIeNET

A videómegosztó oldalakon a zenei tartalmak és az amatőr tartalmak (direkt ilyen oldalakra szánt amatőr felvételek, vicces és házi készítésű videók) a legnépszerűbbek, ezeket a videómegosztókat rendszeresen (legalább hetente) látogatók egyharmada-fele legalább heti rendszerességgel nézi. A profi tartalmak (filmrészletek, előzetesek, TV-műsorok vagy részleteik, konferenciák, előadások, stb.) megtekintésére már jellemzően ritkábban, többségében legfeljebb havonta kerítenek sort a videómegosztókat látogatók.

Az online videótékát az internetezők 7%-a próbálta már ki, azonban ezeknek a többségének nem vált szokásává az internetes videókölcshözjárás. Az internetezők közül mintegy fél százalék azoknak az

aránya, akik havi rendszerességgel kölcsönöznek online videótékából, ez mintegy 7 ezer főt jelent. További 32 ezer fő (1%) rendszertelen időközönként, de ritkábban mint havonta ki szokott kölcsönözni egy-egy filmet.

V. A fogyasztói döntés mechanizmusa

A bemutatott szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztói döntést egy gondolatkísérleten keresztül mutatjuk be. Az elképzelt szituációban a fogyasztó úgy dönt, hogy filmet akar nézni, olyan filmet, amit még nem látott, de nem áll szándékában újra megnézni. Ez utóbbi feltétel ugyan szűkíti a lehetséges változók körét ugyanakkor úgy véljük, hogy az esetek döntő többségében igaz, még ha a felhasználó szándéka ettől el is tér.

A lehetőségek körét meghatározza a filmnézés időpontjának távolsága, a filmnézésre szánt összeg és a filmes tartalmakhoz való hozzájutás jogszerűsége iránti érzékenység. A jogszerűség kérdése elsősorban elméleti jellegű, hiszen a magyar jogszabályok értelmében a letöltés legális, a szabad felhasználás hatálya alá esik, és habár a legmodernebb fájlcsere-alkalmazások megosztásra kényszerítik a felhasználót, az ezzel járó retorzió a gyakorlatban nem jelenik meg, egyéni felhasználót Magyarországon nem vontak jogi eljárás alá. Ez nem jelenti azt, hogy a gyakorlat megjelenése számottevően befolyásolhatná a fogyasztók döntési struktúráját. A külföldi példák alapján – egyelőre – úgy tűnik, hogy az egyes felhasználók támadása nem jelent átmeneti megoldást sem a „problémákra”¹¹.

A fogyasztó számára – ideális esetben – a következő szolgáltatások állnak rendelkezésre:

9. TÁBLÁZAT A SZOLGÁLTATÁSOK LISTÁJA ELÉRHETŐSÉG, ÁR ÉS LEGALITÁS SZERINT

Elérhetőség szerinti sorrendben		Ár szerinti sorrendben		Legalitás szerinti sorrendben	
Több idő ↓ hozzájutni	Televíziónézés	Drágább ↓ hozzájutni	Televíziónézés	Legális	Televíziónézés
	DVD lejátszás (saját tulajdonban)		DVD-lejátszás (s.t.)		DVD-lejátszás (s.t.)
	Video-on-demand szolgáltatás		P2P letöltés		Video-on-demand
	P2P letöltés		Video-on-demand (500Ft)		DVD-kölcsönzés
	Filmszínház-látogatás		DVD-kölcsönzés (500Ft)		Filmszínház-látogatás
	DVD-kölcsönzés		Filmszínház (1000 Ft)		DVD-vásárlás
DVD-vásárlás	DVD-vásárlás (1000 Ft)	Illegális	P2P letöltés		

Forrás: GKleNET

A videomegosztó szolgáltatást nem vizsgáljuk, mivel teljesen más típusú igényt elégít ki, mint a többi szolgáltatás. Amennyiben a videomegosztó oldalakat alkalmasnak tekintjük az egészestés filmek megtekintésére, úgy a tartalom legalitásától függően defíció szerint a VOD-kategórián keresztül vagy a fájlcsere-kategóriáján keresztül vizsgálhatjuk azt.

A saját tulajdonban lévő DVD lejátszását és a DVD-vásárlást szintén nem vizsgáljuk. Egyrészt azért, mert a szkenárió feltétele szerint a fogyasztó olyan filmet szeretne nézni, amit még nem látott – vagyis az otthon lévő DVD-k kiesnek, valamint nem áll szándékában újra megnézni – vagyis a birtoklás iránti vágy (legalábbis a film megtekintése előtt) minimális.

A DVD-vásárlás lehetőségének mellőzése más okból is célszerű. Korábban a DVD-vásárlás célja a film megnézése és birtoklása volt. Az elmúlt idők során ez utóbbi indok súlya jelentősen megnőtt a döntési folyamatban, s ma már a DVD-vásárlás legfőbb célja a birtoklás – s ez az attitűdváltozás nem csak az illegális terjesztés miatt jelent meg, a legális csatornák is egyre inkább az egyszeri, „eldobható” filmnézés irányába mozdulnak és nem csak azért, mert erre vannak kényszerítve, hanem a saját bevételeiket növelhetik azáltal, hogy megszűnik a fogyasztók közti cserebere és kölcsönadás

¹¹ A PirateBay 4 350 818 felhasználóval rendelkezik. 17 174 465 seeder és 10 493 261 leecher (utóbbi, aki csak letölt) cseréli az adatokat, és egészen pontosan 2 942 286 torrent fájl található az oldalon. Tavaly, a per és a botrány kirobbanásának időszakában, az oldal kb. kétmillió felhasználóval rendelkezett, vagyis nagyjából kétmillióval többen használják az oldalt (ez valószínűleg megtörtént volna az „elrettentés” nélkül is). - http://techline.hu/hirek/20100419_piratebay_per_torrent_letoltes.aspx (2010.04.19.)

intézménye, s egyúttal bekebelezik a másodkéz piacát is (még ha nem is egy az egyben). A DVD-eladások csökkenése az új terjesztési csatornák erősödése miatt következett be, aminek folyamánya, hogy a vásárlási igény megjelenéséhez nagyobb az elvárás a filmekkel szemben, jobb produkciókra ösztönzi a filmstúdiókat.

Az adathordozó-forgalom iránti érdeklődés csökkenésének másik oka az egyre nagyobb választék. Az újdonságok iránti igény és az elérhető újdonságok széles köre, valamint a korlátozott mértékben rendelkezésre álló szabadidő kevés teret hagy az egyszer már fogyasztott tartalmaknak, ezáltal a tartalmak állandó birtoklása értelmét és többnyire értékét veszti – s ez a jelenség is független¹² a legális és illegális csatornák jelenlététől, ez a piac fejlődésének iránya, amely felett a készítőik gyakorolhatnak kontrollt.

Moshe Greidiner, a Cinema City International vezérigazgatója szerint a mozik recessziós környezetben is jó üzletnek számítanak, s ennek alapvető oka az, hogy a moziélmény továbbra is az egyik legjobb ár-érték aránnyal bíró szórakozási forma, s hogy az emberek kikapcsolódási igénye a válság során sem csökkent. Ezzel együtt a Cinema City 2010 során felhagy a DVD-forgalmazással, megszüntetve ilyen irányú cseh és magyar tevékenységét. Greidinger szerint a DVD nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, s túl erős a verseny a home-entertainment technológiák, különösen a DVD és a VOD (video-on-demand) között ahhoz, hogy a trendeket látni lehessen.¹³

10. TÁBLÁZAT A DÖNTÉSI FOLYAMAT FŐBB KÉRDÉSEI

	Televízió	Video-on-demand	P2P	Kölcsönzés	Filmszínház	
Elérhetőség	Azonnal		Várni kell			
Elérhetőség	Házon belül			Házon kívül		
Ár	Ingyenes	Fizetős	Ingyenes	Fizetős		
Legalitás	Legális	Legális	Illegális	Legális		
Körülmények	Ismeret	-	Tudja-e, hogy létezik ilyen szolgáltatás?	-	-	
	Használat	-	Tudja-e használni?	Tudja-e használni?	-	
	Lehetőség	-	Van-e megfelelő sebességű kapcsolata? Van-e megfelelő op. rendszere a lejátszáshoz? Tud-e fizetni?	-	Van-e a környéken DVD-kölcsönző?	Van-e a környéken mozi?
	Választék	Talál-e filmet az adott pillanatban elérhető 2-3 film közül?	Talál-e filmet az adott pillanatban elérhető 3-500 film közül?	Talál-e filmet az adott pillanatban elérhető több ezer film közül?	Talál-e filmet az adott pillanatban elérhető filmek között?	Érdekl-e az adott pillanatban elérhető 5-20 film közül valamelyik?
	Idő			Előre tud-e tervezni?		
Fogyasztói döntés	Fizetés	-	Akar-e fizetni ezért 500 Ft-ot?	-	Akar-e fizetni ezért 500 Ft-ot?	Akar-e ezért fizetni 1000 Ft-ot?
	Egyéb	-	-	Akar-e várni annyi időt, amíg letöltődik? (Van-e megfelelő sebességű kapcsolata?)	Akar-e várni annyi időt, amíg elmegy a DVD-ért? Ki akar-e mozdulni otthonról?	Ki akar-e mozdulni ezért otthonról?
	Legalitás			Zavarja-e, hogy letöltsön egy filmet ingyen? (Mo.-on jogilag szabad felhasználás)		

Forrás: GKleNET

¹² Annyiban mégis hozzájárulnak az illegális fájlcsereelő szolgáltatások, hogy a legnagyobb kínálatot biztosítják.

¹³ Óriásit kaszált a plázamozsi - <http://www.napi.hu/default.asp?cCenter=article.asp&nID=438977> (2010. 03. 16)

Úgy véljük, hogy a legális és illegális tartalmak harcában, amely valójában a terjesztési módszerek és technológiák harca, és azon belül is a fájlcserelés kontra minden más – legális – terjesztési módszer harca, ezen kompetitív környezetben a valóban versenyző szolgáltatások: a kölcsönzés és a köznapi értelemben vett fájlcserelés.

- A televízióval szembeni hatások vizsgálatát azért tartjuk – ezen elemzés célját tekintve – feleslegesnek, mivel a televízió-nézés a szabadidő-eltöltés nagy részéért felelős, vagyis a tartalmak és szolgáltatások legalitásától függetlenül minden új, piacképes kikapcsolódási forma a televíziózástól tud/fog elvenni időt, mivel ebben a szórakozási módban van a legtöbb időtartalék.
- A DVD-értékesítéssel kapcsolatban korábban kifejtettük, hogy a fizikai hordozók értékesítésének csökkenése elsősorban a piacfejlődés része, s azzal a legális szolgáltatások is felveszik a versenyt. A kölcsönzési szolgáltatáson belül a VOD és az adathordozó-kölcsönzés szolgáltatása ugyanúgy versenyre kel egymással, ahogy a fájlcserelés elterjedése is az adathordozó-kölcsönzés leáldozásához vezetett.

Ha az audiovizuális tartalmak terjesztésének csatornáit közül az illegális fájlcserelés és a legális kölcsönzés a két legszorosabban konkuráló megoldás, akkor joggal merül fel a kérdés, hogy milyen döntési procedúra eredményén múlik az, hogy a fogyasztó az egyik vagy a másik mellett dönt.

11. TÁBLÁZAT DÖNTÉSI HELYZETEK

	Elérhetőség (idő)	Elérhetőség (hely)	Fizetési hajlandóság	Legalitás fontossága	Kínálat	TV	VOD	P2P	DVD	Mozi
a)	ráér	elérhető	hajlandó fizetni	fontos		x	x		x	x
b)	ráér	elérhető	hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel nem felel meg	x	x	?	x	x
c)	ráér	elérhető	nem hajlandó	fontos		x				
d)	ráér	elérhető	nem hajlandó	nem fontos		x		x		
e)	ráér	nem érhető el	hajlandó fizetni	fontos		x	x			
f)	ráér	nem érhető el	hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel nem felel meg	x	x	?		
g)	ráér	nem érhető el	nem hajlandó	fontos		x				
h)	ráér	nem érhető el	nem hajlandó	nem fontos		x		x		
i)	nem ér rá		hajlandó fizetni	fontos		x	x			
j)	nem ér rá		hajlandó fizetni	nem fontos	megfelel nem felel meg	x	x			
k)	nem ér rá		nem hajlandó	fontos		x				
l)	nem ér rá		nem hajlandó	nem fontos		x	x			

Forrás: GKIeNET

A táblázatban a legalitás kérdését a kínálat elé soroltuk. Amennyiben nem fontos a legalitás, akkor megvizsgáljuk a legális kínálat elégségét. Az alapfeltevés, hogy a P2P hálózatok választása nem az öncélú illegális tevékenység miatt népszerű, az emberek nem akarnak szándékosan illegális tevékenységet folytatni. Emellett feltételeztük, hogy a P2P kínálata mindig megfelelő.

A VOD-szolgáltatás esetében a fizikai elérhetőséget azért nem tekintettük feltételnek, mert az – ideális esetben – nem adottság, legyen akár szó televízió-előfizetéssel járó VOD-szolgáltatásról, akár szélessávú internet-kapcsolatot igénylő webes VOD-szolgáltatásról. Habár ez a feltétel Magyarországon még erősen korlátozó jellegű, azonban a legális és illegális csatornák összehasonlításában a folyton fejlődő technológiai adottság csak feleslegesen növelné a komplexitás

szintjét. A szélessávú internet-szolgáltatással rendelkező lakosság számára a webes VOD-szolgáltatások elérhetők, s amennyiben a fogyasztó nem rendelkezik megfelelő internetkapcsolattal, úgy az összehasonlítás értelmét veszti. Ezzel szemben mozi és a DVD-kölcsönző elérhetősége a fogyasztó döntési körén kívül esik – nem ez alapján választ lakóhelyet.

A modellben foglalt öt paraméter tizenkét eltérő esetet ír le. A szolgáltatások közül a televíziónézés minden esetben a fogyasztó rendelkezésére álló opció – a televíziónézési szokásokat alapul véve. A rendelkezésre állás tekintetében a televíziónézést követi a VOD-szolgáltatás, amely hét esetben bővíti a döntési lehetőségek körét. A fájlcsere négy esetben, a DVD-kölcsönzés és a mozizás két-két esetben játszik szerepet. Két esetben van direkt verseny a fájlcsere és a kölcsönzés között (b) és f)) és mindkét esetben az elérhető kínálat határozza meg a fogyasztó végső választását, mivel habár a fogyasztó nem tántorodik el illegális forrás használatától, a filmnézésért hajlandó lenne fizetni. További két esetben a fájlcsere az egyetlen rendelkezésre álló alternatíva (a televíziónézést leszámítva), amikor is a fogyasztó nem hajlandó vagy nem tud fizetni, és nem érdeklődik az igénybevett csatorna legalitása.

Habár a televízió-szolgáltatás dominanciája nyilvánvaló, az eredményekből nem lehet következtetni a szolgáltatások sikerességére és a hozzájuk tartozó keresletre. Az ilyen és hasonló kérdések megválaszolásához további kutatások szükségesek – pl. „a lakosság mekkora hányada hajlandó fizetni a tartalomért”, s ezen eredményekkel a modell tovább finomítható.

A fájlcsere-jelenség vizsgálata éppen ezen feltételek sokasága miatt problémás. Amennyiben a VOD-szolgáltatás és a P2P versenyt vizsgáljuk, szükséges eldönteni, hogy a jelenleg érvényes döntési mechanizmusokat próbáljuk feltárni vagy pedig egy szolgáltatás – nevesen a Video on demand – iránti kereslet lehetséges mértékét. A mai technológiai és szolgáltatásbeli adottságok mellett a két kérdés élesen elválik egymástól. Az itt felvázolt modell azonban választ ad arra a kérdésre, hogy milyen tényezők megváltoztatása szükséges ahhoz, hogy a legális szolgáltatások versenyre kelhessenek a fájlcsere-vel: minél több fogyasztó számára elérhetővé tenni a szolgáltatást technológiai és anyagi értelemben, biztosítani a megfelelő kínálatot és ösztönözni a fogyasztókat a legális források igénybevételére.

A fájlcsere megjelenése új lehetőségeket teremtett – az otthoni kölcsönzést, az azonnali elérhetőséget, a külföldi tartalmakhoz való gyors és „olcsó” hozzáférést –, amik alapján felismerhetővé váltak fogyasztói igények. Egy pillanatra félretéve a legalitás kérdését azt mondhatjuk, hogy a fájlcsere jelenléte, terjedése és hatása a fogyasztói igény kommunikálásának egyik módja. A piac fejlődésének meghatározó szereplője kell legyen a fogyasztó, ezen csatorna támadásával, bezárásával és ellehetetlenítésével a piac fejlődésének továbbra is egyetlen meghatározója a kínálati oldal marad. Véleményünk szerint a fájlcsere is új fogyasztói igények kifejeződése, s a jelenség elleni állami ténykedés a piaci szereposztás – egy nagyméretű technológiai újdonságot követő – természetes átalakulását lassítja.