

TV tartalomfogyasztás-kutatás

Készült a MEME megbízásából

-
- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| 1. Összefoglaló | A kutatás főbb következtetései |
|------------------------|--------------------------------|
-
- | | |
|--------------------------------|---|
| 2. A kutatás eredményei | A kvantitatív és kvalitatív fázis eredményeinek bemutatása. Alapvető műsorválasztási szokások, a válaszadók szegmentálása e dimenziók mentén, a szegmensek főbb jellemzői |
|--------------------------------|---|
-
- | | |
|---|---|
| 3. A kvalitatív kutatás részletes eredményei | A résztvevő megfigyelések során a szegmensek műsorfogyasztási szokásaival kapcsolatban nyert eredmények bemutatása. |
|---|---|
-
- | | |
|--|--|
| 4. A kvantitatív kutatás részletes eredményei | A kérdőíves kutatás során feltárt szegmensek demográfiai jellemzői, eszköz- és szolgáltatás-ellátottsága, a nézett műsorok és attitűdjellemzők szerinti tulajdonságai. |
|--|--|
-
- | | |
|--|---|
| 5. A kutatás módszertana, mellékletek | Rövid áttekintés a kutatás háttéréről és a módszertanról. |
|--|---|

Összefoglaló

Összefoglaló – I.

Tartalomválasztási szokások 2015-ben

- 2015. őszi mérés szerint (átlagos szerdai nap, este 17:00-23:00 között) a 18-69 éves TV-készülékkel rendelkező nézők által választott műsorok mindössze 1%-a volt nemlineáris tartalom. Vagyis a műsorok 99%-át **lineárisan**, és ezek 90%-át a **legnézettebb csatornák** (RTL Klub, TV2, Cool, Viasat3, Film+, M1, M4 Sport) egyikén nézték.
- A kiválasztott műsorok döntő többségét (69%) **előre eltervezett módon**, azaz tudatosan választották ki, nagyrészt a műsor iránti preferencia miatt. Azokra a műsorokra, amelyeket nem előre eltervezetten néztek, többnyire (83%-ban) kapcsolgatás során találtak rá. Ebben az esetben a **műsorpreferencia** mellett a **csatornapreferencia** és a műsor által **felkeltett érdeklődés** is nagy szerepet játszott a döntés meghozatalában. Összességében tehát a tartalom kiválasztásában a műsorok és csatornák márkaértékének nagy szerepe van, a nézők többsége rendelkezik ezekre vonatkozó preferenciával.
- A döntési mechanizmusok alapján (nézők száma, a döntés ideje, műsorpreferencia) a kutatás három nagyobb csoportot azonosított, a **többnyire egyedül tévéző tudatos** (35%), a **többnyire társaságban tévéző tudatos** (38%) és a **kapcsolgató** (27%) nézők csoportját. (Tudatos alatt azt értjük, hogy a műsorok kiválasztása előre történik.) Ezeken a csoportokon kívül látszik még egy lineáris-nemlineáris dimenzió is, de a **nemlineáris** tartalomfogyasztás olyan **kis szeletét** teszi ki a nézési időnek, ami nem tette lehetővé számszerű következtetések levonását. A kvalitatív szakaszban azonban ellátogattunk két többnyire nemlineáris módon tartalmat fogyasztó háztartásba is.

Összefoglaló – II.

A döntési mechanizmusok alapján azonosított szegmensek – I.

- **Többnyire egyedül tévéző inkább tudatos nézők (35%):** a TV a szabadidejük eltöltésében központi szerepet tölt be (barát). Már előre tudják, hogy mit néznek majd aznap a TV-ben, vannak kedvenc műsoraik, amiket igyekeznek folyamatosan nyomon követni. A jelenlegi kínálat többnyire kielégítő nekik, megtalálják azokat a műsorokat, amiket nap mint nap nézni tudnak. Bevonódnak az adott műsorba, többnyire a reklámblokk alatt sem kapcsolnak el.
- **Többnyire társaságban tévéző inkább tudatos nézők (38%):** többnyire családi TV-nézők, akik a közös kikapcsolódás miatt nézik a műsorokat. A TV fontos szerepet tölt be az ő szabadidő-eltöltésükben is (barát), de ők nem csak erre hagyatkoznak. Ők is előre eldöntik, hogy mit néznek majd, erős műsorpreferenciával rendelkeznek, és a jelenlegi kínálatot többnyire kielégítőnek tartják. A kiválasztott műsorok esetén több szempontot vesznek figyelembe, jellemzően olyan tartalmat keresnek, ami a család minden tagjának megfelel. A reklámblokkokat többnyire nem nézik végig, kimennek közben vagy elkapcsolnak. Az ő körükben már kezd megjelenni a nemlineáris tartalomfogyasztás is: ha nem találnak megfelelő tartalmat, ezekhez az eszközökhöz fordulnak.
- A nemlineáris tartalomfogyasztók esetében a TV-készülék csupán eszköz, ahol meg lehet jeleníteni a nézett műsort, a lineáris tartalmak között csak néhánynak van meg az „élő műsor varázsa” (például sportműsorok). Céljuk az idejük maximális kihasználása, amibe nem férnek be a hosszabb reklámblokkok, ezért ha tehetik, átugorják őket.

Összefoglaló – III.

A döntési mechanizmusok alapján azonosított szegmensek – II.

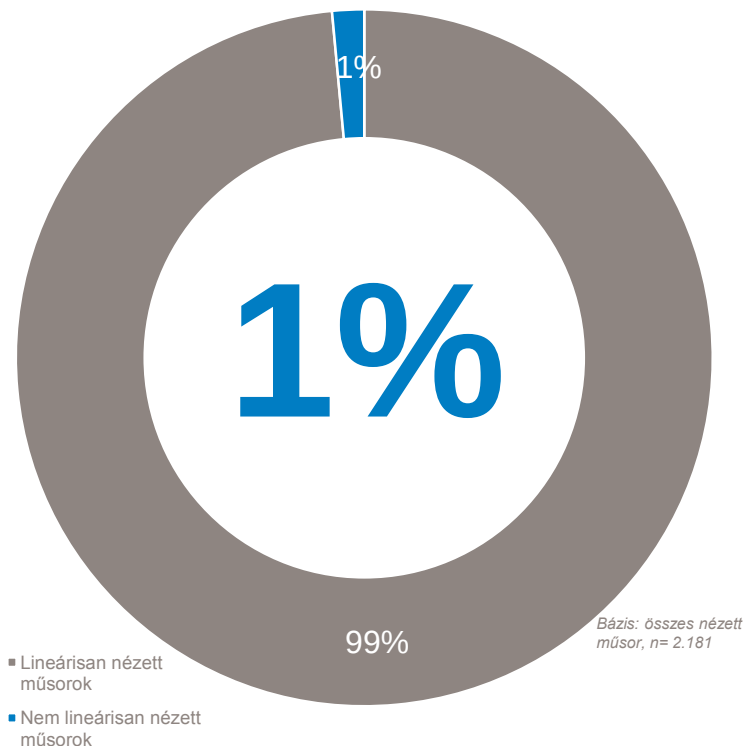
- **Kapcsolgatók (27%):** ők a kritikus tartalomfogyasztók, számukra a TV nem tölt be központi szerepet a szabadidejük eltöltésében (ismerős). A szabadidejüket szeretnék maximálisan kihasználni, ezért ők a tartalom miatt választanak ki egy-egy műsort. A jelenlegi lineáris műsorkínálattal szemben kritikusak, többnyire kapcsolgatás során keresnek számukra érdekes műsort (körülbelül 10 másodperc alatt eldöntik, hogy mi érdekli őket). Inkább csatornapreferenciával rendelkeznek, elsősorban azokon a csatornákon keresgélnek, ahol gyakrabban szoktak őket érdeklő műsort találni. A reklámblokkokról elkapcsolnak (tudatos reklámkerülők), részben emiatt az átlagosnál jobban jellemző rájuk a rögzített műsorok nézése.
- **Csatorna-, műsorpreferencia:** az inkább tudatos csoportok nagyobb eséllyel nézik a legnézettebb csatornákat (a családosoak esetén lényegesen magasabb volt a tágabb célközönséget megszólító RTL Klubon nézett műsorok aránya). A kapcsolgatók több esetben választottak tematikus tartalmakat sugárzó csatornákat. A legnépszerűbb formátum minden csoportban a sorozat volt, ami valószínűleg arra vezethető vissza, hogy a sorozatok nézése egyrészt megkönnyíti a tervezést, hiszen fix időben és helyen vetítik őket, másrészt hosszabb távon be lehet vonódni egy-egy ilyen műsorba. A hírműsorok is népszerű tartalomnak bizonyultak, a kapcsolgatók esetén minden hetedik fogyasztott tartalom film volt.

A kutatás eredményei

MÉG MINDIG LINEÁRISAN - 90:10 TOP 8 CSATORNA

Nézett műsorok: lineárisan (99%), a legnagyobb nézettségű csatornákon (90%)

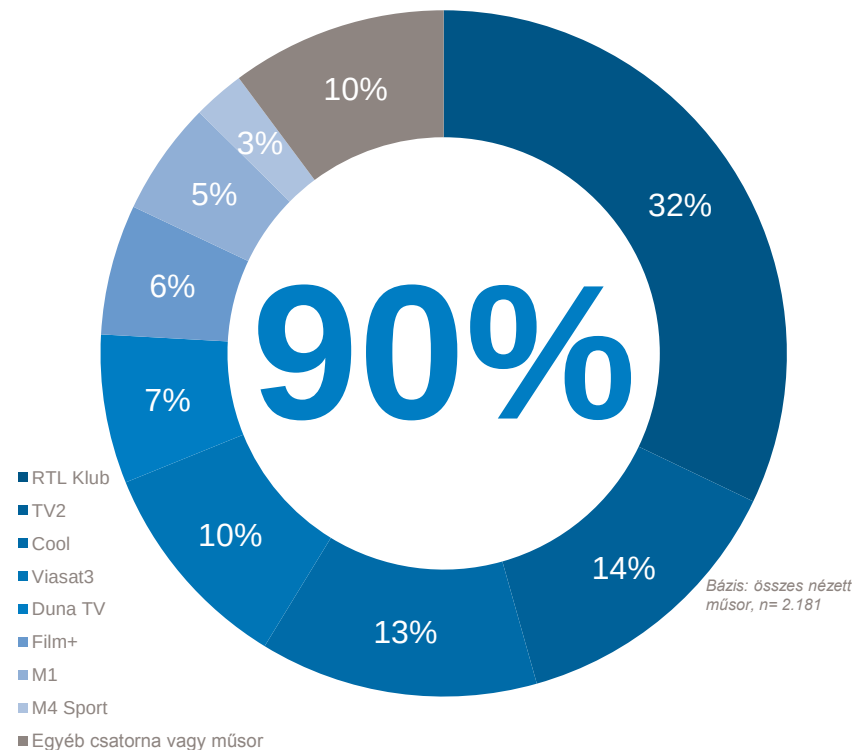
LINEÁRIS / NEMLINEÁRIS



Nemlineáris műsorok

Az összes nézett műsor mindössze 1%-át nézték nem lineárisan (CD-n / DVD-n / pendrive-on / gépen lévő / korábban a TV-ben futó és rögzített / videotárból kiválasztott vagy online (stream) műsor vagy film).

CSATORNÁK



Kiemelt csatornákon nézett műsorok

Az összes nézett műsor 90%-át a 8 legnézetesebb csatorna valamelyikén nézték a válaszadók. A kiemelt csatornákon nézett legnépszerűbb műsorok a sorozatok, az itt nézett műsorok 48%-a sorozat volt (19%: híradó, időjárás-jelentés, 6% film, 17% egyéb).

SAJÁT DÖNTÉS (IS), TUDATOS MEGFONTOLÁSBÓL

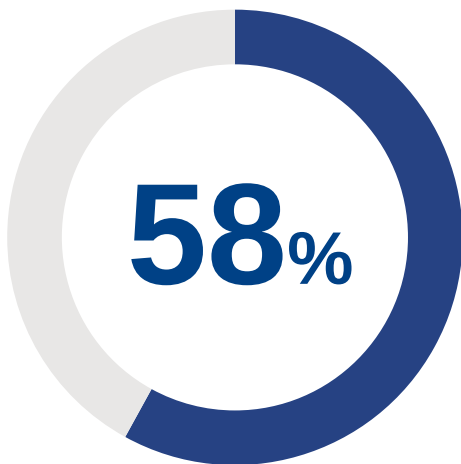
Nézett műsorok: 69%-ban előre eldöntötték, hogy nézni fogják

Nézők száma

(egyedül, többen)

Egyedül nézett műsorok aránya: 42%

Többen nézett műsorok aránya: 58%

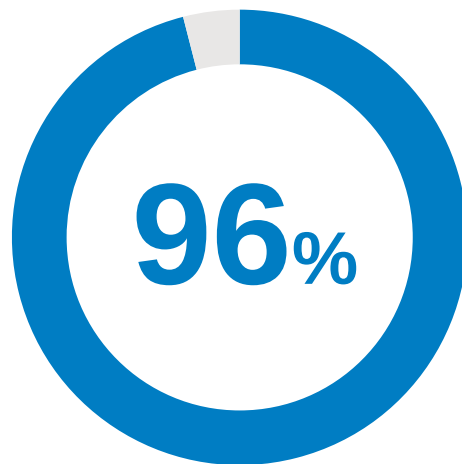


A nézett műsorok több mint felét többen is nézték a háztartáson belül.

Részvétel

Részt vett a döntésben: 96%

Nem vett részt a döntésben: 4%



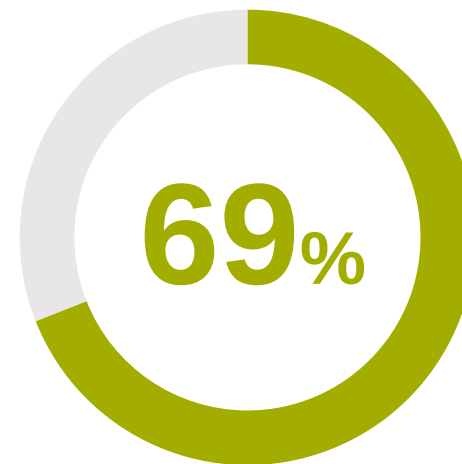
A megkérdezettek nem kényszerből néztek egy-egy műsort, szinte az összes nézett tartalom esetén a válaszadó is részt vett a döntésben vagy ő hozta azt.

Döntés ideje

(akik részt vettek a döntésben)

Előre eldöntötték a nézését: 69%

Nem döntötték el előre: 31%

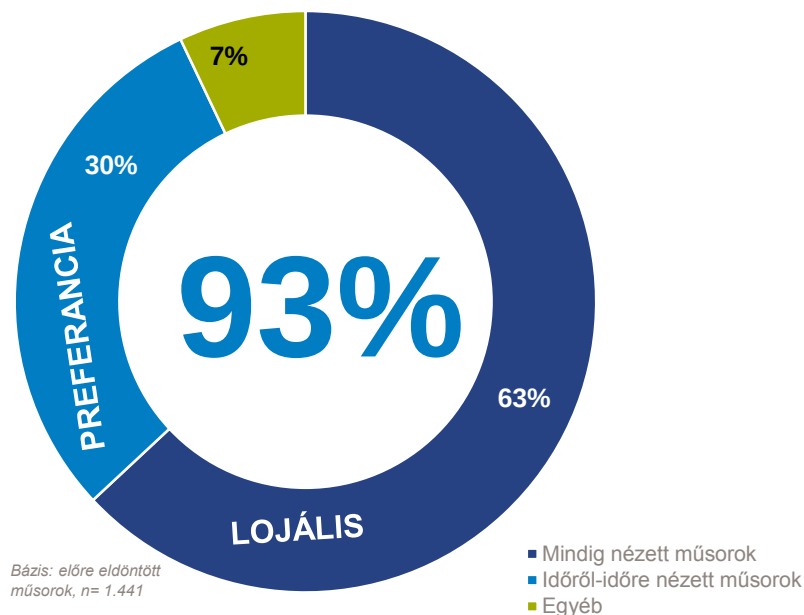


A döntések kétharmada esetén már előre eldöntötték, hogy nézni fogják az adott műsort, vagyis tudatosan választották az adott tartalmat.

MŰSORPREFERENCIA ÉS KAPCSOLGATÁS

Nézett műsorok nagyobb részét előre eldöntve műsorpreferencia / megszokás miatt nézték, kisebb részben kapcsolgatva találták meg (műsorpreferencia vagy felkeltett érdeklődés miatt)

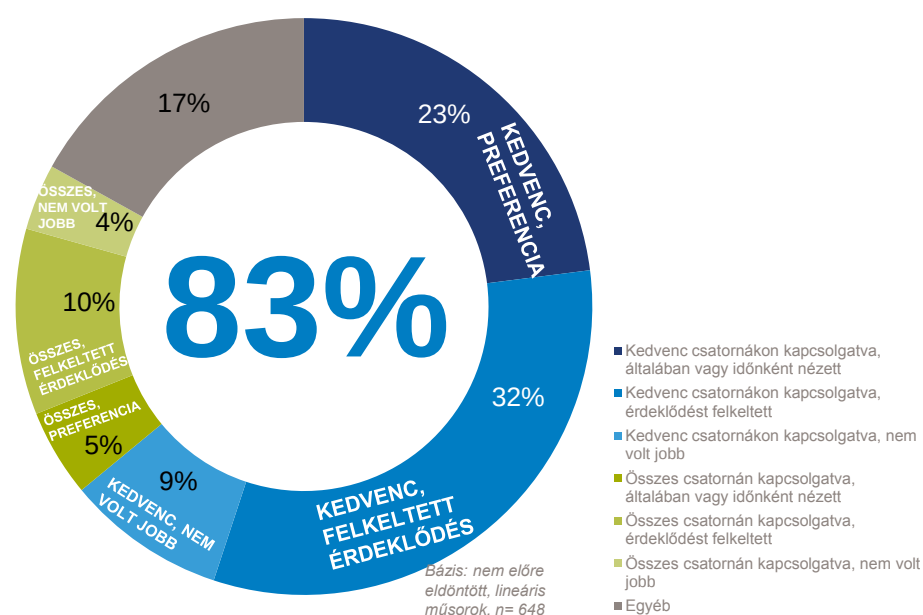
ELŐRE ELDÖNTÖTT MŰSOROK (69%)



Előre eldöntött műsorok

Az előre eldöntött módon nézett műsorok 93%-a olyan tartalom volt, amit a válaszadók rendszeresen, vagy időnként nézni szoktak. A műsorúság, műsorelőzetesek vagy ajánlás szerepe minimális a döntésben. Ez részben annak is köszönhető lehet, hogy nem nagyon volt új műsor ebben az időszakban, a gyakran vagy időnként nézett műsorok esetében pedig valószínűleg már ismert a kezdési időpont.

NEM ELŐRE ELDÖNTÖTT MŰSOROK (31%)



Nem előre eldöntött műsorok

A nem előre eldöntött műsorok 83%-át kapcsolgatás során találták meg. Ezen műsorok 64%-a a kedvenc csatornákon szűrőlvé került kiválasztásra, míg 28%-át időnként nézni szokták, vagyis már ismerős tartalomról van szó. Az így kiválasztott műsorok 42%-a esetén a látottak alapján döntött úgy a válaszadó, hogy az adott műsort nézni fogja. A műsorok 13%-át csupán azért nézték, mert nem találtak jobbat a szűrőlés során.

A DÖNTÉS IDEJE ÉS A MŰSORPREFERENCIA

A kutatást megelőzően feltételezett döntési fa a kvantitatív adatok alapján



FŐBB SZEMPONTOK

Szegmensek képzése a műsorválasztási szokások alapján

NÉZŐK SZÁMA



Egyedül



Többen

DÖNTÉS IDEJE



Előre
eldöntött



Kapcsolgatás
során talált

MŰSORPREFERENCIA



Kedvenc
műsorok



Megtetszett
műsorok

A szegmentálásba bevont tényezők: Egyedül nézett műsorok aránya / Előre eldöntött módon nézett műsorok aránya / Előre eldöntött, mindig nézett műsorok aránya / Előre eldöntött, időnként nézett műsorok aránya / Nem előre eldöntött, kapcsolgatás során talált műsorok aránya / Nem előre eldöntött, kedvenc adókon kapcsolgatás során talált műsorok aránya / összes adón kapcsolgatás során talált műsorok aránya / Nem előre eldöntött, kapcsolgatás során talált műsorok, amiket nézni szokott, aránya / Nem előre eldöntött, kapcsolgatás során talált műsorok, amik érdekelték, aránya / Nem előre eldöntött, kapcsolgatás során talált műsorok, amin ott ragadt, aránya

HÁROM CSOPORT A MŰSORVÁLASZTÁSI SZOKÁSOK ALAPJÁN

A műsorválasztási jellemzők alapján statisztikai módszerekkel képzett szegmensek:



35%

**Egyedül, inkább
tudatosan tévézők**

- Jellemzően egyedül nézik a TV-t és előre tudják, hogy mit néznek majd.
- Kevésbé jellemző rájuk a kapcsolgatás



38%

**Többen, inkább
tudatosan tévézők**

- Többen nézik a TV-t és az átlagosnál jobban jellemző rájuk az előre kiválasztott műsorok nézése
- Kevésbé jellemző rájuk a kapcsolgatás



27%

Kapcsolgatók

- Jellemzően nem tudják előre, hogy milyen műsort fognak aznap nézni
- A tartalmat többnyire kapcsolgatás útján találják meg

A SZEGMENSEK FŐBB JELLEMZŐI – KVALITATÍV FÁZIS

Egyedül, tudatos TV nézők

- TV: mindennapok szerves része, **BARÁT**
- cél: könnyed **KIKAPCSOLÓDÁS**
- **MŰSOR**orientált tartalomválasztás
- műsorok rendjét **FEJBEN** tartják
- jelenlegi kínálat **KIELÉGÍTŐ** nekik, vannak kedvencek
- **NEM KAPCSOLGATNAK**, bevonódnak
- **NEM SZOFISZTIKÁLT** eszközhasználat
- **MEGNÉZIK** a reklámblokkot

Többen, tudatos TV nézők (LINEÁRIS)

- TV: mindennapi társ, **BARÁT**
- cél: közös lazulás, **KIKAPCSOLÓDÁS**
- **MŰSOR**orientált tartalomválasztás
- műsorok rendjét **FEJBEN** tartják
- jelenlegi kínálat **TÖBBNYIRE KIELÉGÍTŐ**
- **TÖBBNYIRE NEM KAPCSOLGATNAK**, bevonódnak
- **ALAPSZINTŰ** eszközhasználat
- **ELKAPCSOLNAK** a reklámblokkokról

Kapcsolgatók

- TV: **ISMERŐS**
- cél: maximálisan **KIHASZNÁLT SZABADIDŐ**
- **TARTALOM**orientált választás
- **KAPCSOLGATÁS** során döntenek, kb. 10 mp alatt
- jelenlegi kínálattal szemben **KRITIKUSAK**, válogatnak
- **KAPCSOLGATNAK**, ha megfelelő a tartalom, bevonódnak
- **MAGASABB SZINTŰ** eszközhasználat
- tudatos **REKLÁMKERÜLŐK**

DÖNTÉSI FA - KVALITATÍV FÁZIS



Egyedül, tudatos TV-nézők

Döntéshozást dominálják vagy teljesen egyedül döntenek

ESTI HÍRADÓ – preferált csatornán, jellemzően **VÉGIGNÉZIK**

Marad az adott csatornán és a **KÖVETKEZŐ MŰSORT** megnézi

Marad az adott csatornán és a következő műsort **VÉGIGNÉZI**.

KAPCSOLGATÁS – fő cél, hogy tartalmas, **ÉRDEKES** műsort találjon. Egy filmet csak az elejétől néz végig.

Lefekvéshez készülődés, **HÁTTÉR-TÉVÉZÉS**

ELKAPCSOL arra a csatornára, ahol tudja, hogy hamarosan az a műsor kezdődik, ami **ÉRDEKES** számára: politikai beszélgetős műsor, vetélkedő, sorozat.

ELŐRE KINÉZETT (port.hu) esti film/ sorozat megtekintése.

Előre **KIVÁLASZTOTT** ismeretterjesztő műsor

Döntéshozás: 1) egyszer Te, egyszer Én 2) kompromisszum: mindenki lemond a saját vágyáról és egy harmadik közbülső tartalmat választanak, 3) win-win: mindenki nyertesnek érzi a választott tartalmat.

Többen, tudatos TV-nézők LINEÁRIS

CSALÁDOS háztartás esetén, főként a **GYEREKEK** számára releváns tartalommal indul a TV-nézés 17-18 h (gyereksatornák, M2, Minimax)

Vacsora, fürdésidőben **HÁTTÉR-tévezés** vagy ha éppen akad **KEDVENC TARTALOM**, azt nézik.

Gyermekek elalvását követően **FELNŐTTEKNEK** szóló **SOROZATOK, VETÉLKEDŐK**.

ISMERŐS TARTALMAKAT keresnek tudatosan. Nincs kedvenc csatorna, csak kedvenc műsor.

PÁRBAN élők **KEDVENC SOROZATOK**kal indítanak, naprakészen tudják, mikor melyik kezdődik.

Átkapcsolás az adott sorozat végét követően egy **MÁSİK SOROZAT**ra. Sorozatról sorozatra haladnak, csak a csatornák változnak.

Kapcsolgatók

Aki kezében van a távirányító, azé a „hatalom”

Érdeklődésnek megfelelő **CSATORNÁRA** kapcsolás

FIX ESTI PROGRAM pl. (Híradó, Konyhafőnök, Dr Csont)

HA **MEGFELELŐ A TARTALOM**, addig nézi, amíg leköti.

HA nem megfelelő a tartalom, akkor **SZÖRFÖLÉS**

Családostok a politikai műsorokat rögzítve, visszatérve nézik, miután a gyerekek aludni mentek

SZÖRFÖL releváns csatornákon miután lementek az érdekes műsorok

Reklám esetén azonnal elkapcsol és **SZÖRFÖL**. Ha talál érdekesebb műsort, ott ragad, ha nem, addig szörfölget, amíg vége a reklámblokknak.

Csatornakiosztást tartja fejben, elsősorban azokat a **CSATORNÁK**at látogatja, ahol **KORÁBBAN RELEVÁNS** tartalmat talált.

Kedvelt műsorokat, sorozatokat **RÖGZÍTVE** vagy csúsztatással nézik, a **REKLÁMBLOKK KIHAGYÁSA** céljából. Jellemzően egy este 1-2 műsort végignéznének.

INKÁBB TUDATOS, JELLEMZŐEN EGYEDÜL TÉVÉZŐK

A szegmensek tipikus, az átlagtól eltérő tulajdonságai

- ✓ **NŐ** (58%, Index: 114)
- ✓ **IDŐSEBB** (50+: 51%, Index: 138)
- ✓ **ALACSONYABB SZUBJEKTÍV GAZDASÁGI STÁTUSZ** (38%, Index: 131)
- ✓ **EGYEDÜLÁLLÓ, ELVÁLT** (49%, Index: 153)
- ✓ **EGY FŐS HÁZTARTÁS** (21%, Index: 175)
- ✓ **ÁTLAGOSNÁL KEVESEBB OKOSTELEFON** (1 db: 39%, Index: 130)
- ✓ **JELLEMZŐEN EGYEDÜL NÉZTE A MŰSOROKAT** (97%, Index: 176)
- ✓ **ELŐRE ELDÖNTÖTTE, HOGY NÉZNI FOGJA A KIVÁLASZTOTT TARTALMAT** (84%, Index: 1727)
- ✓ **VANNAK KEDVENC MŰSORAI, A TV-NÉZÉS SZOKÁSSÁ VÁLT**
- ✓ **A TV KÖZPONTI SZEREPET TÖLT BE A SZABADIDŐ ELTÖLTÉSÉBEN**



EGYEDÜL, INKÁBB TUDATOSAN TÉVÉZŐK

A tudatosan, egyedül TV-t nézők életében a **TV SZERVESEN JELEN VAN, MINDENNAPI KÖNNYED KIKAPCSOLÓDÁS** érzései társulnak hozzá. Kialakult **NAPI RUTINNAL** rendelkeznek, a **KEDVELT MŰSOROK RENDJÉT FEJBEN TARTJÁK**, a **MŰSOROKAT** általában **VÉGIGNÉZIK**, közben **NEM KAPCSOLGATNAK**. Ha választanak egy tartalmat, amely ízlésüknek, érdeklődésüknek megfelelő, azt hűségesen végigkövetik.

A TV MINDENNAPI TÁRSUK, BARÁTI VISZONYBAN ÁLLNAK VELE, ESTI SZÓRAKOZÁSUKBAN KÖZPONTI HELYET

FOGLAL EL. A műsorkínálatot átfogóan ismerik, a műsorokat egymást követően nézik, életüket többnyire a TV-hez igazítják. **AZONBAN** azoknál, akik már megtapasztalták rögzítés, megállíthatóság előnyét, igényként már megteremtődik a tartalomfogyasztás személyes meghatározása. A szegmens választása TV-nézés során jellemzően **MŰSORORIENTÁLT**, egyéni ízlés alapján bevonódnak az egyes műsorokba.

ESZKÖZHASZNÁLATUK NEM SZOFISZTIKÁLT, többnyire LCD TV-vel rendelkeznek. A TV-nézéshez a TV-készülék kötődik szorosan, más eszközön ritkán fogyasztanak tartalmat. A szegmens még csekély mértékben fordul a lekérhető médiaszolgáltatások felé, azonban egy-egy vonzó műsor, esetleg elszalasztott hír, esemény már errefelé tereli őket

Reklámfogyasztása a szegmensnek elenyésző, azonban **TÖBBNYIRE AZ ADOTT CSATORNÁN MARAD, MÍG TART A REKLÁMBLOKK.**



INKÁBB TUDATOS, JELLEMZŐEN TÖBBEN TÉVÉZŐK

A szegmensek tipikus, az átlagtól eltérő tulajdonságai

- ✓ **HÁZAS, KAPCSOLATBAN ÉL** (82%, Index: 122)
- ✓ **INAKTÍV** (48%, Index: 114)
- ✓ **NAGYOBB HÁZTARTÁS, VAN VELE ÉLŐ GYERMEK A HÁZTARTÁSBAN** (3 vagy több fő: 67%, Index: 118, van gyerek: 35%, Index: 125)
- ✓ **ÁTLAGOSNÁL TÖBB OKOSTELEFON, TABLET A HÁZTARTÁSBAN** (2 vagy több : 62%, Index: 111)
- ✓ **JELLEMZŐEN TÖBBEN NÉZTÉK A KIVÁLASZTOTT MŰSOROKAT** (egyedül: 13%, Index: 24)
- ✓ **ELŐRE ELDÖNTÖTTE, HOGY NÉZNI FOGJA A KIVÁLASZTOTT TARTALMAT** (82%, Index: 124)
- ✓ **A TV NEM KÖZPONTI SZEREPLŐ, DE NEM IS CSUPÁN HÁTTÉRZAJ**



TÖBBEN, LINEÁRISAN, TUDATOSAN TÉVÉZŐK

Viselkedésük, gondolkodásuk sok esetben hasonló a tudatosan, egyedül TV-néző szegmenssel: **TÖBBNYIRE TERVEZETLEN NÉZNEK TV-T**, fejükben azonban **CSALÁDI MŰSORREND** él. A TV-nézés szorosan kapcsolódik a **KÖZÖS LAZULÁSHOZ, SZÓRAKOZÁSHOZ**.

A TV számukra is **MINDENNAPI TÁRS**, szerepe a család szórakozási igényének kielégítésében kulcsfontosságú. Azonban a TV-nézés összeforrt a közös döntéshozással, a szegmens törekszik a közös szórakozás élményére. Nagyságrendileg tisztában vannak a műsorkínálattal, mely időszámban milyen műsorok érhetők el, és ezek közül melyik kinek megfelelő. Adott szettből válogatnak. Kapcsolgatás közepes mértékben jellemző, akkor következik be, ha épp egy családtag számára sincs ismert, releváns tartalom. **TÁG CÉL- ÉS KORCSOPORT SZÁMÁRA KÉSZÜLŐ MŰSOROKBA TUDNAK KÖNNYEDÉN BEVONÓDNI**. Döntésük jellemzően műsor- és családtagorientált egyben.

A szegmens **ESZKÖZHASZNÁLATA ALAPSZINTŰ**, jellemzően lineáris TV-nézők. A set-top-boxot többnyire tájékozódásra használják. Filmletöltés főként hétvégi családi mozi céljából kerül szóba, ekkor a laptopot kábellel összekötik a TV-vel, mert a képernyőélmény fontos a fogyasztás során. Catch-up TV, VOD szolgáltatásokat nem használnak, az itt található tartalom azonban csak egyvalakit érdekelne a családból. Találkoztunk azonban olyan családdal, ahol a legidősebb gyermek már önállóan, saját lappal kifejezetten lekérhető médiaszolgáltatásokon - főként Catch-up TV és letöltött tartalmak - segítségével oldja meg hétköznapi szórakozását a többi családtagtól függetlenül.

REKLÁMBLOKKOK SORÁN JELLEMZŐEN ELKAPCSOLNAK: a gyerekesek számára alkalmat ad otthoni teendők ellátására, a párban élők számára a reklám megtöri a kedvenc műsorok adta meghitt hangulatot.



TÖBBEN, NEMLINEÁRISAN, TUDATOSAN TÉVÉZŐK

TV-nézési szokásait tekintve **EGYEDI, MA MÉG SZŰK SZEGMENS. A TV-VEL, MINT KÉPERNYŐVEL ÁLLNAK NAPI KAPCSOLATBAN, LINEÁRIS MŰSORFOGYASZTÁS NEM JELLEMZI.**

A mindennapokban a **TV FUNKCIONÁLIS SZEREPPEL BÍR, LETÖLTÖTT TARTALMAK MEGNÉZÉSÉRE HASZNÁLJÁK.** Ezért a „TV-nézést” tartalomfogyasztásként aposztrofálják, amelyhez élményteli és személyreszabott szórakozás, kikapcsolódás társul. Javarészt **ESTI** fogyasztási helyzeteik vannak, heti időszaktól függetlenül. Ekkor többnyire a nyomon követett **SOROZATOK** epizódjait, **NAGYJÁTÉKFILMEKET** néznek meg. Egy műsorfajta, képes a nemlineáris fogyasztót **VISSZACSÁBÍTANI A TV ELÉ: SPORTMŰSOROK** (foci, Forma-1). Ezeknek a műsoroknak élőben van varázsa.

Döntéshozásuk csupán a tartalomra vonatkozik, a hogyan stabilan nemlineáris mód.

Többnyire saját szerverüket vagy torrent oldalak (Ncore) kínálatát tekintik át, választást követően az adott tartalmat közösen végignézik. **VÁLASZTÁSUK TÖBBNYIRE IMPULZÍV, KIVÉTELT KÉPEZ EZ ALÓL A KEDVENC SOROZAT LEGÚJABB EPIZÓDJA.** Utóbbit tervezetten a megjelenést követően letöltik és megnézik.

A szegmens **AFFINITÁST ÉREZ A TELEKOMMUNIKÁCIÓS, SZÁMÍTÓGÉPES ÚJDONSÁGOK NYOMONKÖVETÉSÉRE,** ennek megfelelően rendkívül tudatosan felépített, a kényelmet, az otthoni szórakozást maximálisan kielégítő **ESZKÖZPARKOT ÉPÍTETT KI ÉS FOLYAMATOSAN FEJLESZT.** Fő cél az otthoni, zavartalan mozizás, tartalomfogyasztás.

A technikai tudáson, eszközparkon kívül a szegmens naprakész módon követi az amerikai sorozatok alakulását, elolvassák a várható sorozatok összefoglalóját és nyomon követik sorozataik újabb évadjait. Nyelvtudásuk folytán nem okoz nehézséget egy–egy tartalom angol nyelvű fogyasztása.



KAPCSOLGATÓK

A szegmensek tipikus, az átlagtól eltérő tulajdonságai

- ✓ **FÉRFI** (54%, Index: 110)
- ✓ **KÖZÉPKORÚ** (30-49 y.o.:52%, Index: 121)
- ✓ **MAGASABB SZUBJEKTÍV GAZDASÁGI STÁTUSZ** (31%, Index: 120)
- ✓ **MAGASABB GAZDASÁGI AKTIVITÁS** (31%, Index: 120)
- ✓ **TÖBB TV, OKOSTELEFON, KÁBEL-TV, TSV ÉS VOD SZOLGÁLTATÁS**
- ✓ **KAPCSOLATBAN ÉL, DE NEM HÁZAS** (26%, Index: 118)
- ✓ **KAPCSOLGATÁS SORÁN TALÁLT RÁ A MŰSOROKRA** (74%, Index: 308)
- ✓ **NEM KONKRÉT MŰSOROKHOZ RAGASZKODIK**
- ✓ **A TV INKÁBB CSAK KIEGÉSZÍTŐ SZEREPE TÖLT BE A SZABADIDŐ ELTÖLTÉSÉBEN**



A kapcsolgató szegmens **IMPULZÍVABB**, választását kizárólag a **TARTALOM BEFOLYÁSOLJA**. A TV-nézés számára a **MINŐSÉGI TARTALOMKERESÉSSSEL** párosul. **GYORSAN** és **KRITIKUSAN** döntenek, **EGY-EGY MŰSORNAK MAXIMUM 10 MÁSODPERCE VAN, HOGY MEGGYŐZZE ŐKET**. Felszínes háttértévézés kevésbé jellemzi a csoportot, ha választ egy tartalmat, ami elvárásainak, intellektuális igényeinek megfelelő, akkor végignézi. Családos kapcsolgató esetében a családtagok egymást követik a TV előtt, csupán családi mozizás esetén ülnek le együtt TV-t nézni.

Túlnyomóan **ESTI TÉVÉNÉZÉSI** helyzeteik vannak, időhiány miatt azonban többnyire egy-két műsort tudnak végignézni, így **SZABADIDEJÜKET SZERETIK MAXIMÁLISAN HASZNOS DOLOGGAL TÖLTENI**. Gyakori a **RÖGZÍTÉS** alkalmazása, hogy elkerülhessék a reklámblokkokat, lerövidíthessék a műsorokat és személyre szabhassák a felvett műsor megtekintésének idejét.

Annak ellenére, hogy napi kapcsolatban állnak a TV-vel, csak **ISMERŐSKÉNT** tekintenek rá. A TV nem tölt be nélkülözhetetlen szerepet az életükben, szórakozási és információszerzési igényüket más módon is képesek kielégíteni. Távolságtartásuk gyökere, hogy a mai TV műsorkínálatával kevésbé tudnak azonosulni, **KEVÉS MINŐSÉGI MŰSORT TALÁLNAK**. Továbbá nehezen tűrik az egysíkú tartalmat.

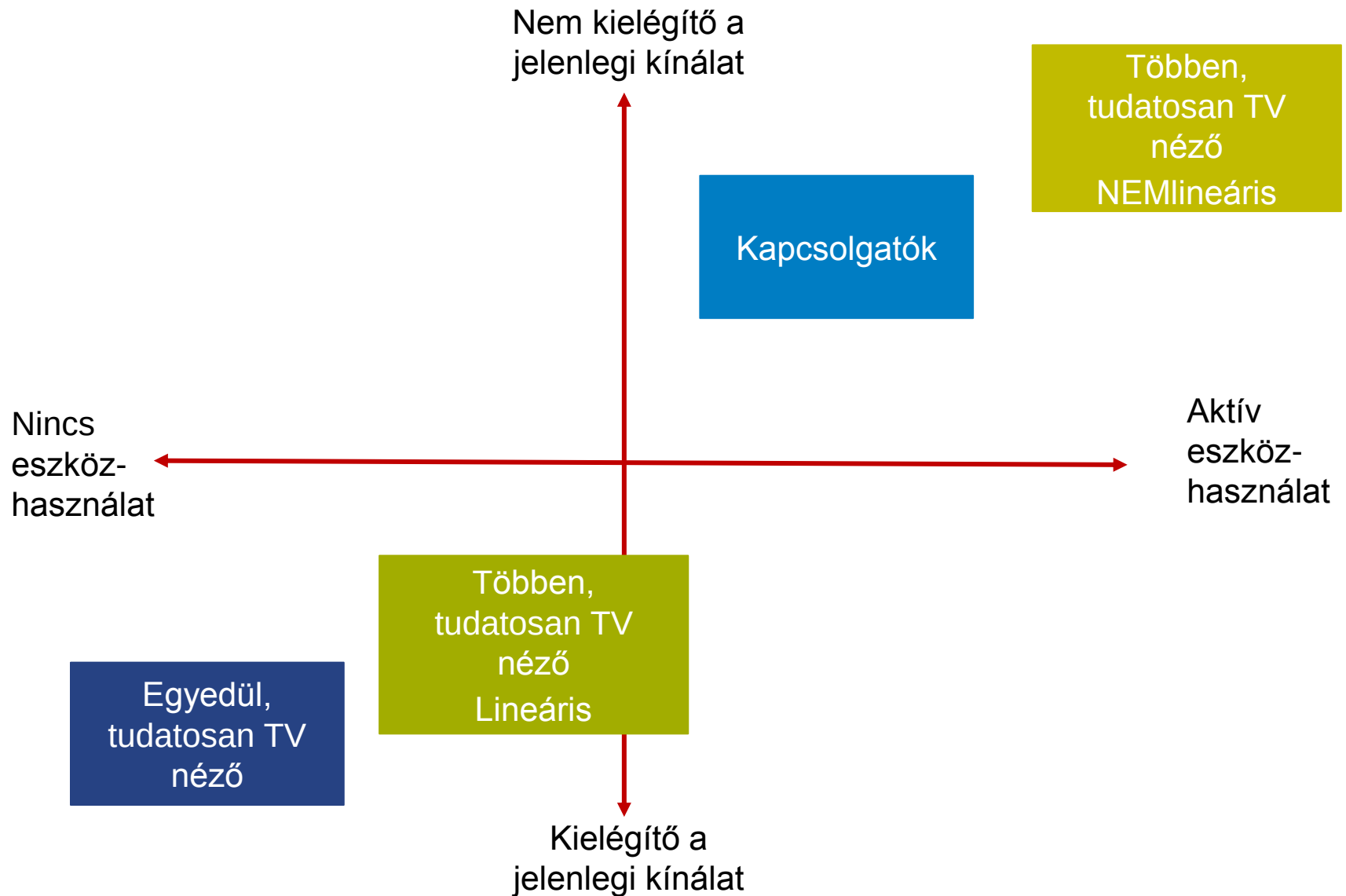
Eszközhasználatukat a **SET-TOP-BOX** dominálja, rendszeresen használják funkcióit, megállítást, tekerést, rögzítést. Fő céljuk a **TÉNYLEGES TARTALOMFOGYASZTÁS**. Továbbá az eszköz infósávja segítségével gyorsan áttekintik a kínálatot adott időben, döntéshozásukban elemi szerepet tölt be.

Lekérhető médiaszolgáltatások használata ezt a szegmenst kevésbé jellemzi még, Catch-up TV szolgáltatás felkeresése ritkán fordul elő, többnyire valamilyen eseményhez köthető.

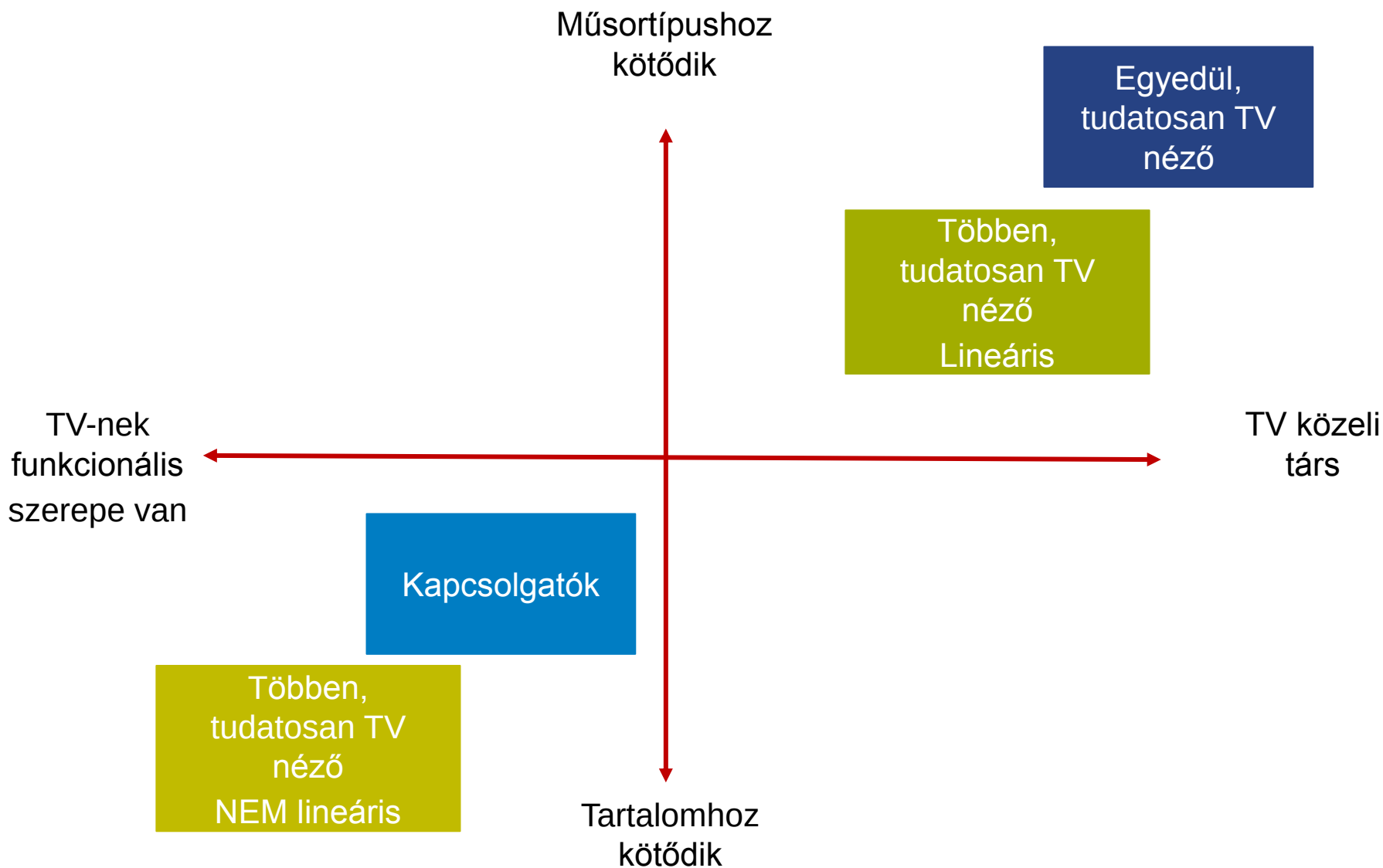
A reklámblokkok a szegmens tartalomfogyasztását meglehetősen zavarják, ezért a szegmens **TUDATOSAN, SZÁNDÉKOSAN KERÜLI A REKLÁMOKAT**.



A KÍNÁLAT ÉS AZ ESZKÖZ ÖSSZEFÜGGÉSEI - KVALITATÍV FÁZIS



A MŰSOR ÉS A TARTALOM ÖSSZEFÜGGÉSEI - KVALITATÍV FÁZIS



A kvalitatív kutatás részletes eredményei

TV-nézés: Spontán reakciók

Egyedül, tudatos TV nézők

Vidámság,
könnyedség,
szórakozás,
rendszeres
program, pihenés =
**MINDENNAPI
KÖNNYED
KIKAPCSOLÓDÁS**

Többen, tudatosan TV nézők - LINEÁRIS

Lazulás,
kikapcsolódás,
fárasztó nap után a
családdal, párral
közös időtöltés =
**KÖZÖSSÉGI,
INTER-
PERSZONÁLIS
SZÓRAKOZÁS**

Kapcsolgatók

Szűrt tartalom,
keresgélés,
kevésbé minőségi,
műsorok sokasága
miatt **KERESNI
KELL A MINŐSÉGI
MŰSOROKAT**

TV nézési szokások

Egyedül, tudatos TV nézők

Cél: Elsődleges cél a **KIKAPCSOLÓDÁS, SZÓRAKOZÁS**, a külvilág eseményeiről való **TÁJÉKOZÓDÁS**.

Időtartam:

napi min. 4-6 órát néznek TV-t. Az esti TV-nézés stabil helyet foglal el életükben.

Kivel: Egyedül vagy párban. Utóbbi esetében a megkérdezettek döntő befolyással bírnak a választásra.

Többen, tudatos TV nézők

Cél:

- *Lineáris:* gondolkozást nem igénylő, könnyed szórakozás, **KIKAPCSOLÓDÁS**
- *Nem lineáris:* **TARTALMAS SZÓRAKOZÁS**

Időtartam:

- *Lineáris:* 18h-22h hétköznapokon, hétvégén kora délutántól késő estig.
- *Nem lineáris:* kizárólag este 2-3 óra.

Kivel: partnerrel, családtagokkal együtt. A TV-nézés ennek megfelelően összeforrt szinte a közös döntéshozással is. Törekednek a közös szórakozás élményére.

Kapcsolgatók

Cél: **MINŐSÉGI TARTALOM**

FOGYASZTÁSA, amely intellektuálisan kielégítő, hosszú távon képes az érdeklődést fenntartani.

Időtartam: rendkívül változó időtartam (2-8h), függ a háztartás összetételétől, illetve a heti időszakról (hétköznap, hétvége). Ez az időtartam inkább a háztartásra vonatkozik, maguk a kapcsolgatók **KEVÉS, DE MINŐSÉGI MŰSORT** néznek.

Kivel: élethelyzetnek megfelelően. Amennyiben tartalomválasztásnál nem érvényesül igényük, más elfoglaltságot keresnek. A TV-nézés **NEM NÉLKÜLÖZHETETLEN** számukra.

TV-hez fűződő viszony

Egyedül, tudatos TV nézők

BARÁT, mindennapi **TÁRS**. Szoros kapcsolatban állnak tévéjükkel, a lakásban központi helyen van. Egyeseknek külön TV-néző foteljük van.

Az esti szabadidő eltöltésben **KÖZPONTI SZEREPE** van, alternatív szórakozás, egyéb eszköz nem jön szóba.

Többen, tudatos TV nézők

Lineáris szegmens: A TV mindennapi **TÁRS**, családtag. Az esti kikapcsolódásban aktívan számítanak rá, rendszeresen a TV-hez fordulnak.

Szerepe a család szórakozási igényének kielégítésében kulcsfontosságú, az egyes műsorokat közösen választják ki.

Nem lineáris szegmens: **ISMERŐSKÉNT** jellemzik viszonyukat. Alapvetően nem kötődnek műsorokhoz, a TV-hez. Egyesek háttérzajként kapcsolják be a TV-t, míg háztartási teendőiket ellátják, mások csak akkor, ha konkrét tartalmat szeretnének fogyasztani. Mivel elsősorban moziélményt keresnek, legfőbb céljuk a zavaró tartalmak (reklám, ajánlók) kiszűrése.

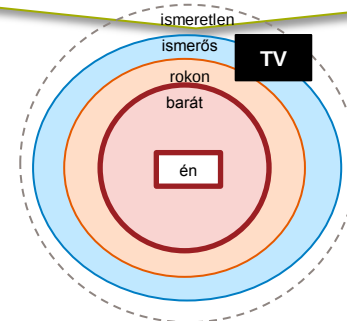
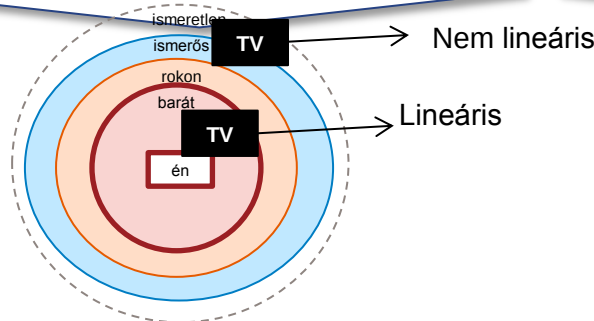
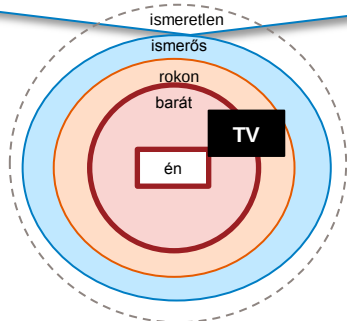
A mindennapokban a TV **FUNKCIONÁLIS** szereppel bír, letöltött tartalmak megnézésére használják.

Kapcsolgatók

Bár napi kapcsolatban állnak a TV-vel, **ISMERŐSKÉNT** tekintenek rá. A távolságtartás háttére összetett:

- nem tudnak azonosulni a mai műsorkínálattal (hazai realityk, sorozatok) többnyire rétegműsorokat fogyasztanak.
- nem a TV az elsődleges információforrás és szórakozási lehetőség. A napi hírekről rendszerint az interneten is tájékozódnak, szórakozási igényüket más csatornák (zene, PC, könyv) is képesek kielégíteni.
- magasabb intellektuális igényük folytán csak a nívós, kulturális értékeket közvetítő, illetve ismeretterjesztő, edukáló műsorokat preferálják, keresik.
- kritikusak, nehezen tűrik az egysíkú tartalmat.

A TV nem tölt be nélkülözhetetlen szerepet, bekapcsolását a **MEGSZOKÁS** generálja, csak megfelelő tartalom esetén maradnak a csatornánál.



Választás – Nézői magatartás, karakterisztikák

Egyedül, tudatos TV nézők

A releváns **MŰSORKÍNÁLATOT** átfogóan **ISMERIK**. Ennek tükrében vagy **TUDATOSAN KAPCSOLNAK** egyik csatornáról a másikra a műsor végén, vagy egy adott csatorna műsorait nézik végig.

Kapcsolgatás, szörfözés nem jellemző, a választott tartalmat végignézik.

Tudatosságuk oly mértékű, hogy az egyes műsorok ajánlóinak időpontjait is ismerik, tudatosan nyomon követik annak érdekében, hogy eldöntsék, releváns-e számukra az aznapi téma, vendég.

Többnyire a TV előtt ülnek és nézik a műsorokat, **ÉLETÜKET A TV-HEZ IGAZÍTJÁK**. Amennyiben technikai eszköz (set-top box, beépített winchester) rendelkezésre áll, esti teendőiket elvégzik közben, de a kialakított műsorrendet végigkövetik csúsztatással.

A technikai eszközök már megteremtik az igényt a **TARTALOMFOGYASZTÁS BEOSZTÁSÁRA**, meghatározására.

MŰSORREND ÉL A FEJEKBEN

Többen, tudatos TV nézők

Lineáris: Többnyire egy ember kezében van a távirányító, azonban **KÖZÖSEN DÖNTENEK** a tartalomról. Nem ritka, hogy a tartalomfogyasztásukat úgy alakítják, hogy más – más családtag vágya teljesüljön.

NAGYSÁGRENDILEG TISZTÁBAN VANNAK A MŰSORKÍNÁLATTAL, mely időszámban milyen műsorok érhetők el, és ezek közül, melyik kinek megfelelő. **ADOTT SZETTBŐL VÁLOGATNAK**. A teljes műsorkínálatot nem tekintik át.

Kapcsolgatás közepes mértékben jellemzi a szegmenst, csak akkor következik be, ha olyan időszávhhoz érkeznek, amikor nincs éppen az egyik, vagy másik családtag számára releváns műsor.

Család és TV viszonya közösen kialakított, kompromisszumos együttműködés.

Nem lineáris: Többnyire **SAJÁT** szerverüket vagy torrent oldalak (Ncore) **KÍNÁLATÁT TEKINTIK ÁT**, választást követően az adott tartalmat közösen végignézik. Választásuk **IMPULZÍV**, épp mi kelti fel az érdeklődésüket, miről hallottak, ez a lineáris TV műsorkínálatától független. **OTTHONI MOZIZÁST** valószínűleg meg, azonban ez nem párosul rákészlődéssel (rágcsa), kifejezetten **FILMÉLMÉNYRE VÁGYNAK**.

Lineáris: **CSALÁDI MŰSORREND ÉL A FEJEKBEN**

Kapcsolgatók

Tartalomkeresés jellemzi a szegmenst. Egy műsornak csupán 5-10 másodperce van, hogy meggyőzze a nézőt. Ez alatt az idő alatt döntenek el, hogy hosszú távon képes-e az adott műsor lekötöni figyelmüket vagy sem.

Választásukat korábbi tapasztalataik nagymértékben befolyásolják, egy-egy rossz élmény végleges elfordulást is képes kiváltani a műsor iránt.

Nincs élő műsorfüzet a fejükben, csupán nagyságrendileg vannak tisztában a műsorkínálattal.

A csatornakiosztást jól ismerik, elsősorban azokra kapcsolnak, amelyek releváns tartalmat sugároznak, korábban nem okoztak csalódást.

Rendkívül gyorsan áttekintik adott időszámban a tartalomkínálatot, csupán 1-2 perc elegendő számukra. Tévészésüket a türelmetlenség, kritikus hozzáállás jellemzi.

A TV-t igazítják az életükhöz, egyértelműen irányítani akarnak, ehhez eszközt is keresnek már. Fontos számukra, hogy ők szabják meg, mikor és mit néznek.

CSATORNAKIOSZTÁS ÉL A FEJEKBEN

Választást befolyásoló tényezők - Műsorok

Egyedül, tudatos TV nézők

DÖNTÉSÜK MŰSORORIENTÁLT, továbbiakban pedig az egyéni ízlés a meghatározó. Főként a TV által kínált műsorokat monitorozzák. Az esti műsoridőben (18-22h) az adott kínálaton kívüli tartalmat, más eszközt nem használnak.

Megszokott sorozatok, műsorok szervesen beépültek a szegmens mindennapjaiba.

Az alkalmi műsorokat, heti sorozatokat nagyobb várakozás, izgalom övezi, ha tehetik, élőben nézik. Ezeket a műsorokat rákészülés előzi meg, otthoni teendőiket rendszerint előtte elvégzik. A vendégszereplőkkel dolgozó műsorok esetében téma és vendégfüggő a műsor fogyasztása, itt egyéni preferenciák érvényesülnek.

Az egész estés nagyjátékfilmeket javarészt végignézik, azonban itt már megjelenik egyeseknél a rászánt idő lerövidítése iránti igény, ha tehetik rögzítik vagy csúsztatással kezdik a fogyasztást a reklámblokkok kikerülése céljából.

Kiszámítható, stabil műsorfogyasztás, műsorgyártók célközönsége.

Többen, tudatos TV nézők

Lineáris: Döntésük jellemzően **MŰSOR- ÉS PARTNER/CSALÁDTAGORIENTÁLT**.

Hétköznap esti szettben gondolkodnak, amelyben mindenki megtalálja az igényeinek megfelelő tartalmat. A tervezettség hétvégére kevésbé jellemző, műsorajánlók alapján, illetve ad-hoc döntenek el, hogy épp mit néz a család. A családi filmek a hétvégék szerves részét képezik, többnyire a délutáni műsorfolyamban keresnek ehhez megfelelő tartalmat.

Családok esetében a választást este 19-20 óráig a gyerekek kora, ízlése erőteljesen befolyásolja, AZONBAN a döntés közös, mindenkinek van beleszólása.

Nem lineáris: Általában nincs hagyományos, élő műsorfogyasztás, csupán a sportműsorok tudják a képernyő elé csalogatni őket.

A fiatalok (< 30 év) csak abban az esetben néznek meg egy műsort, illetve részletet, ha beszédtema az ismerősök, barátok körében, pl. Friderikusz – Rubint Réka párbeszéd. Ekkor is jellemzően letöltik az adott tartalmat.

Idősebb generáció (40+) elvétve (havonta) rögzít egy-egy műsort, és szabadidő, kedv esetén megnézi. Javarészt VOD (HBO GO) és letöltött filmek fogyasztása jellemzi.

Lineáris: tág célcsoportot megszólító műsor esetén stabil célközönség lehet.

Kapcsolgatók

TARTALOMORIENTÁLT A DÖNTÉSHOZÁS, kevésbé kötődnek egy-egy műsorhoz. A műsorok inkább kiindulópontként szolgálnak, azonban az, hogy az adott keretek (vetélkedő, reality, tehetségkutató, sorozat stb.) megfelelő tartalommal vannak-e feltöltve, mindig a műsorba való betekintés után dől el. Adott műsor kedveltsége nem hozza automatikusan annak rendszeres nézését.

Példa: kedvelt a többszereplős szituációs játékokat feldolgozó műsor. AZONBAN Hajós András Készhelyzet műsorát akkor nézik, ha a benne szereplő színészek szimpatikusak, vonzóak, a műsor szórakoztató.

Erre a szegmensre a **magasabb ingerküszöb** jellemző, hajlamosak műsorfogyasztás közben más tevékenységet is végezni (facebook, email, háztartási teendők) ezért a megállíthatóság, rögzítés, visszatérés lehetősége kiemelkedő fontossággal bír.

Műsorválasztásuk impulzív, nem tervezett. Belekóstolást követően döntenek, a TV nézésnek nincs előre meghatározható ritmusa. Család esetén ritka a közös TV-nézés, a családtagok (gyerek, felnőtt) egymást követik a TV előtt vagy külön készülékkel rendelkeznek.

Kritikus, impulzív, távolságtartó, műsorgyártók számára instabil célközönség

Választást befolyásoló tényezők – Műsorok (2)

Egyedül, tudatos TV nézők

EGYÉNI ÍZLÉS alapján az egyes műsorokba **TELJESEN BEVONÓDNAK**, nyomon követik az egyes részeket.

Rendszerint **MŰSORPREFERENCIÁVAL** rendelkeznek, de **KÖZVETETT MÓDON CSATORNAPREFERENCIÁJUK IS KIALAKUL**, ha számos szimpatikus műsort találnak egy adott csatornán.

A csatorna többnyire akkor kap szerepet, amikor tartalmat keresnek, ekkor elsősorban azokhoz a csatornákhöz fordulnak, amelyek esetében korábban pozitív tapasztalataik voltak.

Amennyiben egy adott műsor mégsem tetszik, megvárják a soron következőt, addig pedig ellátják a háztartási teendőket.

A saját gyártású tartalom vonzereje az egyén stílusától, habitusától függ, önmagában a saját gyártásnak nincs húzóereje.

Többben, tudatos TV nézők

Lineáris: többnyire azokba a műsorokba tudnak bevonódni, amelyek **TÁG CÉL- ÉS KORCSOPORT SZÁMÁRA KÉSZÜLNEK**, pl. Családom és egyéb állatfajták. Gyerekek esetén fontos, hogy az adott műsor agresszív tartalmat ne közvetítsen

Döntéshozásban a tartalom játszik döntő szerepet, az elsődleges cél, hogy **MINDENKI TUDJA NÉZNI AZ ADOTT MŰSORT**. Amennyiben olyan tartalom kerül napirendre, ami egy családtag számára kevésbé elfogadható, akkor utóbbi kilép a TV-nézési helyzetből vagy másik TV-készüléken néz egy másik, általa kedvelt műsort.

Alapvetően **NYITOTT** szegmens, sok mindenbe belekóstolnak, mivel a háztartásban valakinek épp az adott tartalom tetszik. Kifejezett csatorna-preferenciával nem rendelkeznek, inkább **CSATORNA SZETT** él a fejükben, ahol a család, háztartás számára releváns tartalmakat szoktak találni, pl. RTL, TV2, Comedy Central, AXN, M2, Cool.

Kapcsolgatók

A **SZEMÉLYES PREFERENCIÁK, IGÉNYEK** teljesülése a műsorba **BEVONÓDÁS KULCSA**.

TARTALOMpreferencia játszik szerepet a döntésben, a csatorna csak tematikus jellegével tud kiemelkedni, de azokat is általánosságban tartják számon, pl. ismeretterjesztő csatornák.

Jellemzően **INTELLEKTUÁLIS TARTALOMMAL** bíró műsorok képesek rendszeresen elérni a szegmenst. Valóságshowk, szappanoperák, sok évadot megélt sorozatok kevésbé csábítóak.

Szeretik az **ÉRTÉKET KÖZVETÍTŐ, EGYEDI TARTALMAKAT**, pl. Készhelyzet, Beugró, Virtuózok, Megasztár 1-4. évad.

Választást befolyásoló tényezők – rendszeresen nézett műsorok karakterisztikái (3)



Egyedül, tudatos TV-nézők

Hírműsorok, politikai beszélgetős műsorok:

Információszerzés, tájékozódás a világról. A politikai beszélgetős műsorok esetében nézőpontokra, szemléletre kíváncsiak főként. Szeretik a vitaműsorokat, amikor ellentétes álláspontok ütköznek.

Sorozatok: egyéni ízlés, preferenciák érvényesülnek. Ha megkedvel egy sorozatot, kötődik hozzá, hétről hétre várja az újabb részt.

Ismeretterjesztő csatornák: többnyire ismeretszerzésre, tartalmas TV-nézésre törekcsenek ezeknek a csatornáknak a felkeresésekor.

Hazai gyártású filmsorozatok: napi sorozatokra hétköznapi rendszeres jelentkezésük folytán rákészsülés, várakozás nem párosul, egy-egy rész kimaradása nem hoz létre űrt a nézőben.

Sportműsorok: fogyasztásuk kifejezetten élőben élvezetes. Választás során az egyéni stílus érvényesül.

Többen, tudatos TV-nézők

Lineáris: vegyes műsorfogyasztás, a család, háztartás érdeklődési körének megfelelő tartalmak kerülnek a fókuszba.

Gyermekműsorok esetén a szülők fő igénye a tartalmas szórakozás, az agresszív, erőszakmentes tartalomfogyasztás.

Elsősorban szórakozás, időtöltés céljából nézi az egyes műsorokat, többnyire megszokásból.

Párban élők esetében jellemző egy-egy sorozathoz való kötődés és azok nyomon követése, ahogy ezt a egyedül tudatosan TV nézők esetében is tapasztaltuk.

Nem lineáris:

Blockbuster filmek, sorozatok, korábbi kedvenc sorozatok újabb évadai állnak fókuszban. Másodlagosan hazai műsorok, akár tehetségkutató, akár vetélkedő, ahol érdekes tartalom jelent meg, és erről olvastak (comment.blog.hu, Facebook). Utóbbi tartalmakat is többnyire letöltve az adást követően nézik meg.

Egy műsorfajta képes a nemlineáris fogyasztót visszacsábítani a TV elé: **sportműsorok**, foci, Forma-1. Ezeknek a műsoroknak élőben van varázsa.

Megjegyzés: mindkét nemlineáris válaszadó férfi.

Kapcsolgatók

Hírműsorok: tájékozódás, illetve kíváncsiak egyes hírek interpretálására, amelyekről korábban olvastak.

Ismeretterjesztő, tematikus csatornák esetében konkrét műsorokhoz fordulnak, de nyomon követésükben rendszeresség. Korábbi pozitív tapasztalat folytán, ha épp rátalálnak, hajlamosak megnézni. Beépített főnök, Autókereskedők, Eszement Játékok, Jamie Oliver, Olasz melő, Esküvői ruhák. Stílusában, tartalmában érdekes, szórakoztató, elgondolkodtató műsorokként írják le őket. Főzés esetén praktikák, ötletek, inspirációk meríthetők.

Komédiák, vígjátéksorozatok: Többnyire időkitöltés, szörfözgetés során kapcsolódnak be. Tudatosan nem követik, várják az adott részeket. Ha korábban szórakoztatónak találtak egy-egy tartalmat, leragadnak egy ideig.

Tehetségkutató műsorok: csak új szerkezet, tartalom és értékközvetítés esetén képes vonzani ezt a szegmenst.

Szituációs játékon alapuló szórakoztató műsorok: vonzó karakterek, tartalom esetén hosszú távon képes lekötni a szegmenst.

Sportműsorok: nevesebb klubcsapatok rangadóit, jelesebb sporteseményeket élőben, a műsort végignézve fogyasztják.

Választást befolyásoló tényezők – Eszközök és szegmens karakterisztikák



Egyedül, tudatos TV-nézők

Eszközhasználat nem szofisztikált. A TV-nézéshez a TV-készülék kötődik szorosan, más eszközön ritkán fogyasztanak tartalmat.

Számítógépen olyan tartalmakat néznek meg, amelyről lemaradtak és jelentős hírértékkel bír. Ennek meghatározott ideje van (kora du.), nem keresztezi az esti műsoridőt.

Set-top box: többnyire nem rendelkeztek vele, amennyiben mégis, akkor a felnőtt gyermek használta.

Többnyire csak TV-vel rendelkeznek, PC, mint TV-nézés alternatívája nem jöhet szóba (lassú internet, kis képernyő). DE beépített winchester már megteremti az igényt a személyre szabható fogyasztásra.

Többen, tudatos TV-nézők

Lineáris:

Eszközhasználat alapszintű. Jellemzően lineáris TV-nézők. Filmletöltés ritkán kerül szóba, ekkor a laptopot kábelrel a TV-hez kötik. Fontos a nagyképernyős élmény.

Set-top-box: tájékozódásra használják. A rögzítés elenyésző, egyrészt időhiány folytán, másrészt csak másik családtag műsorának kárára nézhető.

Nem lineáris:

Fejlett eszközkészlettel, otthoni hálózattal rendelkeznek. Az otthoni rendszer kialakítása során a kényelem, a rendszer teherbíró képessége (tárház, teljesítmény) és az egyes eszközök egymással való kommunikálása elsődleges szempont volt.

A TV rendszerint okos TV, ezen kívül műsor rögzítésére alkalmas set-top-box, házimozsi rendszer, médialejátszó, router, szerver, Logitech tevékenység alapú távirányító, play station és tablet érhető el.

Az elsődleges cél a házimozsiélmény kényelmes fogyasztása a lakás bármely pontjáról. Ezen kívül fiatalabb generációnál (<30 év) naprakész amerikai tartalmak letöltését jelenti.

Kapcsolgatók

A set-top-box stabilan jelen van, a döntéshozásban, kulcsszerepet tölt be.

Műsorösszefoglalók: különös vonzerővel bír, a műsorokról ezen keresztül gyorsan és könnyedén tájékozódnak. Az adott műsor stílusa, kontextusa és a tartalomösszefoglalók alapján hozzák meg döntésüket. A kapcsolgatót, szűrőfózt továbbá az is generálja, hogy az infosávban tájékozódni tudnak a következő műsorokról, illetve arról, hogy a reklámblokkok tartanak-e még. Ezen kívül a set-top boxot műsorrögzítésre, visszatekerésre, csúsztatott indításra is használják, ami hozzásegít a célirányos tartalomfogyasztáshoz.

A rögzített tartalmakat egy-két héten belül megtekintik. Az érdekesebb sorozatokat már másnap.

Javarást lineáris TV-használat jellemzi a szegmenst, **tartalomfogyasztás laptopon** elvétele kerül napirendre. A laptopot műsoridőben inkább kapcsolattartás, információszerezés céljából keresik fel. Előfordul, hogy párhuzamosan használják a TV-nézés során.

A kérdezettek okos TV-vel nem rendelkeztek.

Eszközök és hatásuk a TV-nézésre

Set-top-box (rögzítésre alkalmas)

- A tartalom megállításának, tekerésének és rögzítésének lehetősége magával hozza a személyre szabható TV-nézés kialakítását. A TV-nézés evolúciójában mérföldkő, ennek hatására válnak passzív nézőből aktívvá az emberek, akik saját maguk határozzák meg, mit és mikor néznek.
- Segítségével gyorsan, könnyedén lehet tájékozódni a tartalmakról adott pillanatban. Ez a lehetőség sokakat aktivizál az adott kínálat áttekintésére.
- Többnyire hagyományos TV-műsorok fogyasztása történik az eszközön keresztül

TV-be épített winchester

- Hasonlóan set-top-boxhoz ez az eszköz is egyéni szabadságot biztosít. Továbbá lehetőséget biztosít a párhuzamosan futó, érdekes tartalmak rögzítésére. Gyengesége, hogy a műsorokról tájékoztatást nem nyújt, ehhez külön segédeszközt kell igénybe venni.
- Jellemzően hagyományos TV-műsorok rögzítése a cél.

PC

- Használata a megkérdezettek körében elenyésző. Egyrészt letöltött tartalmak megtekintését szolgálja, másrészt Catch-up TV szolgáltatás használatát. A Catch-up TV tartalmainak fogyasztása jellemzően eseményorientált: kiemelt jelentőségű hír vagy esemény után keresik fel, ha éppen elszalasztották az adott műsort.

Szerver, router, médialejátszó

- Jelenleg szűk réteg rendelkezik komplex eszköztárral. Az eszközök az otthoni mozizást segítik elő elsősorban. Ez a réteg elszakadt a hagyományos TV-nézéstől, teljes mértékben saját maga határozza meg, hogy mikor, mit néz meg. Igényeinek megfelelő tartalmakat letölti torrent oldalokról, illetve set-top box segítségével rögzíti az egyes műsorokat, sorozatokat.

TV-készülék helye az otthonban



Egyedül, tudatosan TV néző



Kapcsolgató



Többen, tudatosan TV néző

Lineáris vs. nemlineáris és lekérhető médiaszolgáltatás

Egyedül, tudatos TV-nézők

Még csekély a lekérhető médiaszolgáltatások használata, azonban elmozdulás látszik a műsoridő személyre szabhatósága iránt.

Előfordul, hogy Facebookon keresztül értesülnek egy műsor megjelenéséről, amit ezt követően online néznek meg, illetve ha lemaradnak egy nagyobb eseményről, felkeresik a csatorna online műsorkínálatát.

A lekérhető médiaszolgáltatások elterjedésének egyik fő korlátja ebben a szegmensben a nem megfelelő technikai háttér (internet sávszélesség, képernyőméret).

A szegmens többnyire idősebb korcsoportot képvisel, akik számára a TV-nézés = hagyományos, élő műsor fogyasztással.

Többen, tudatos TV-nézők

Lineáris:

Lekérhető médiaszolgáltatás használata kevésbé jellemző, ritkán filmek letöltésével színesítik palettájukat.

Nemlineáris:

VOD (HBO GO) és torrent oldalakról való letöltés jellemzi a szegmenst, ehhez komplex eszköztárat hoztak létre, hogy minél magasabb színvonalon tudják megvalósítani az otthoni mozizást.

Az okos TV-k applikációinak használata nem jellemző, erre már nincs szabadidős kapacitásuk, releváns tartalmakkal bőven ellátják magukat a torrentoldalakról.

Kapcsolgatók

Lekérhető médiaszolgáltatások használata ezt a szegmenst sem jellemzi.

Abban az esetben kerül előtérbe a lekérhető médiaszolgáltatás, ezen belül Catch up TV, ha személyre szabottan érdekel valakit egy-egy tartalom, hír.

A szegmens kritikusan, egy-két műsorra leszűkítve néz TV-t, de ezt még a hagyományos TV-szolgáltatás keretein belül teszi.

Lineáris vs. nemlineáris: mozgatórugók

Egyedül, tudatos TV-nézők

Többen, tudatos TV-nézők

Kapcsolgatók

A lineáris módon TV-t nézők között néhány esetben találkoztunk aktív fogyasztói magatartás kezdeti lépéseivel. A lekérhető médiaszolgáltatások közül a Catch-up TV használata volt jellemzőbb, az RTL Most, ATV, Echo TV online tartalmait, egyes műsorait időnként felkeresték már a válaszadók kortól, szegmenstől függetlenül. Azonban rendszeres használatról nem beszélhetünk. Ezeknek a tartalmaknak a fogyasztása jellemzően eseményorientált, illetve egy adott tartalom nagyfokú vonzereje generálta.

VOD (HBO GO) szolgáltatást egy fő vesz igénybe rendszeresen, a válaszadók többsége filmtár szolgáltatásért kevésbé fizetne pluszban, ezt többnyire megpróbálják illegális módon megoldani egy-egy tartalom, jellemzően film, sorozatok letöltésével.

A lineáris TV-nézéstől való elszakadás várat magára, az emögött meghúzódó visszatartó erő összetett: a) a jelenlegi műsorkínálat nyújt olyan tartalmakat, amelyeket szívesen követnek, b) a nemlineáris TV-nézés nagyfokú proaktivitást igényel, vonzó tartalmak keresését, letöltését, c) komolyabb technikai tudást és eszközt igényel, hogy hasonló minőségben élvezhető legyen a tartalom, ahogy azt a lineáris TV esetében megszokták.

Lekérhető médiaszolgáltatások esetében a döntési fa kevésbé összetett, a nézők célirányosan néznek egy-egy tartalmat. Szörfözés Catch-up TV, VOD esetében nem jellemző. A letöltött tartalmak esetében hasonló a mechanizmus, célirányosan egy-egy filmet, sorozatot töltenek le, hogy biztosítsák az aznapi vagy közeljövőbeli szórakozásukat.

A letöltések mögött meghúzódó igények komplexek. Egyrészt friss tartalmakra vágnak, illetve rétegműsorokat szeretnének nézni, amelyet a hazai médiakínálat nem biztosít. Másrészt a letöltött filmet nem szakítják meg reklámblokkok, a filmet akkor állítják meg, amikor szükséges, a néző irányít. Harmadrészt ingyenes, ami talán az egyik legfőbb motiváló erő, így moziélményhez jutnak fizetés nélkül.

A **nemlineáris fogyasztók** naprakész módon követik az amerikai sorozatok alakulását, elolvassák a várható sorozatok összefoglalóját. Nem okoz nehézséget egy-egy tartalom angol nyelvű fogyasztása. Ez a szegmens nem akarja kivárni, míg Magyarországra eljut kedvenc sorozatuk újabb évadja. Technikai tudásuk, háttérük folytán óriási film- és sorozattárat halmoznak fel, igénylik a személyre szabott választékot.

Reklámok TV-nézés közben

Egyedül, tudatos TV nézők

Többen, tudatos TV-nézők

Kapcsolgatók

Szegmenstől, kortól és családi helyzettől függetlenül a válaszadók a reklámblokkokat **nem nézik**. Többféle magatartással találkoztunk a reklámblokkok elkerülése céljából:

- Az adott tartalom, műsor késleltetett indítása, így a reklámblokkok későbbiek során áttekerhetők.
- Rögzítés áttekerés céljából.
- Elkapcsolás, szörfözés, amíg a reklámblokk tart.
- Háztartási teendők ellátása, családtagokkal, partnerrel napi teendők megbeszélése.

A reklámblokkok alapvetően nem zavarják, vehemens elkapcsolást ennél a szegmensnél nem tapasztaltunk, inkább otthoni teendőiket látják el, szünetnek élik meg.

Lineáris: reklámok esetén elkapcsolnak. Családos háztartásban alkalmat ad arra, hogy körünézzenek, így egy másik családtag talál magának egy vonzó műsort. Kisebb gyerekek esetében fürdetést, vacsorakészítést oldják meg a reklámok alatt. Párban élőket inkább zavarja a reklámblokk, ami megtöri kedvenc műsorok adta meghitt hangulatot.

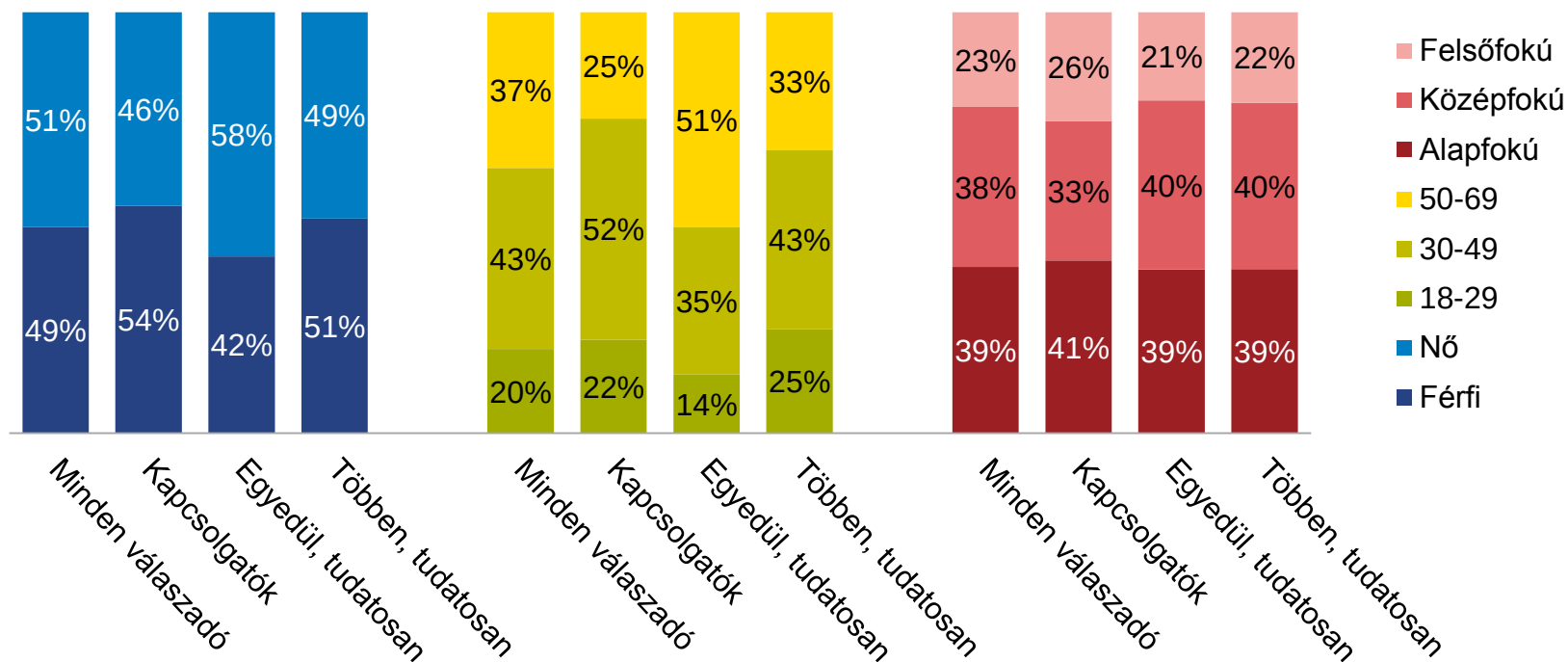
Nemlineáris: hagyományos csatornákon sugárzott reklámok nem érik el a szegmenst.

Reklámblokk esetén azonnal elkapcsolnak. A reklámokat időpocsékolásnak élik meg, amely a tartalomfogyasztásukat zavarja. Ez a szegmens tudatosan, szándékosan kerüli a reklámokat.

A kvantitatív kutatás részletes eredményei

A szegmensek jellemzői

Nem, kor, iskolai végzettség szerint

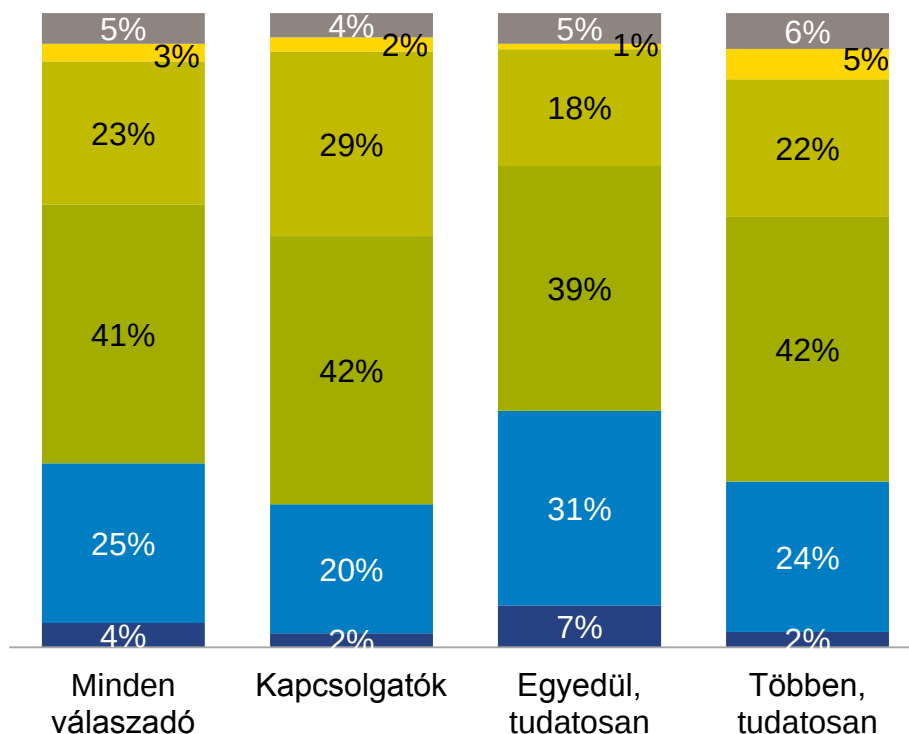


Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** valamivel magasabb a **FÉRFIAK** és a **KÖZÉPKORÚAK** aránya
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** inkább **NŐK** és magasabb az **IDŐSEBB** korosztály (50-69 évesek) aránya
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** a fent vizsgált ismérvek szerint az **ALAPSOKASÁGHOZ** nagyon **HASONLÓ**

A szegmensek jellemzői

Szubjektív gazdasági státusz szerint



■ Erre a kérdésre nem szeretnék válaszolni

- Jómódúak vagyunk, még a nagyobb dolgok megvásárlásához sem kell takarékoskodnunk
- Elegendő pénzünk van a kiadásainkra, és még megtakarítani is tudunk egy keveset

Átlag feletti

- Elegendő pénzünk van a mindennapi élethez, de nem engedhetünk meg magunknak nagyobb kiadásokat

Átlagos

- Nagyon sok dolog megvásárlásáról le kell mondanunk, hogy elég pénzünk legyen a mindennapi életünk fenntartásához
- Még a legszükségesebb dolgokra sincs elég pénzünk

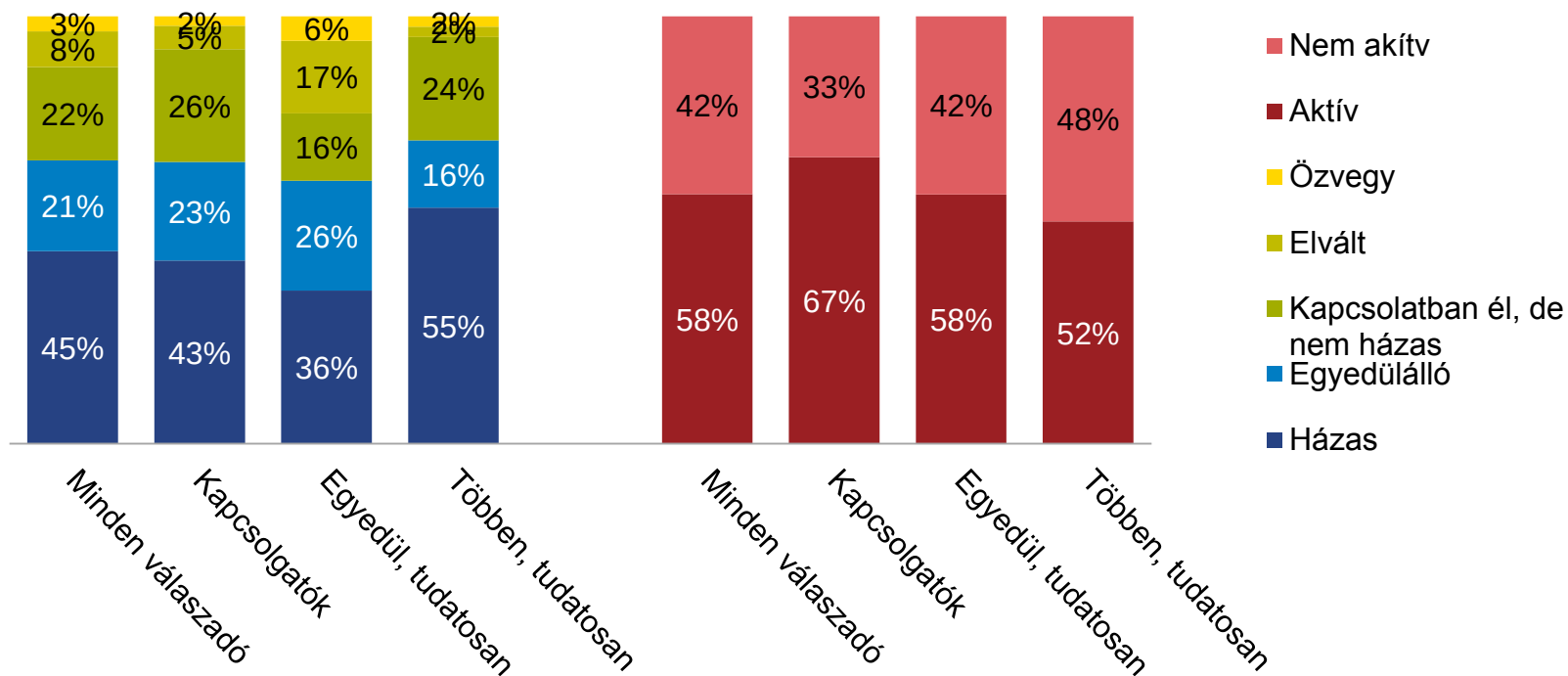
Átlag alatti

Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** valamivel több a körükben az átlagosnál **MAGASABB** státuszúak aránya
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** magasabb körükben az átlagosnál **ALACSONYABB** státuszúak aránya
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** a fent vizsgált ismérvek szerint az alapsokasághoz nagyon **HASONLÓ**

A szegmensek jellemzői

Családi állapot és gazdasági aktivitás szerint

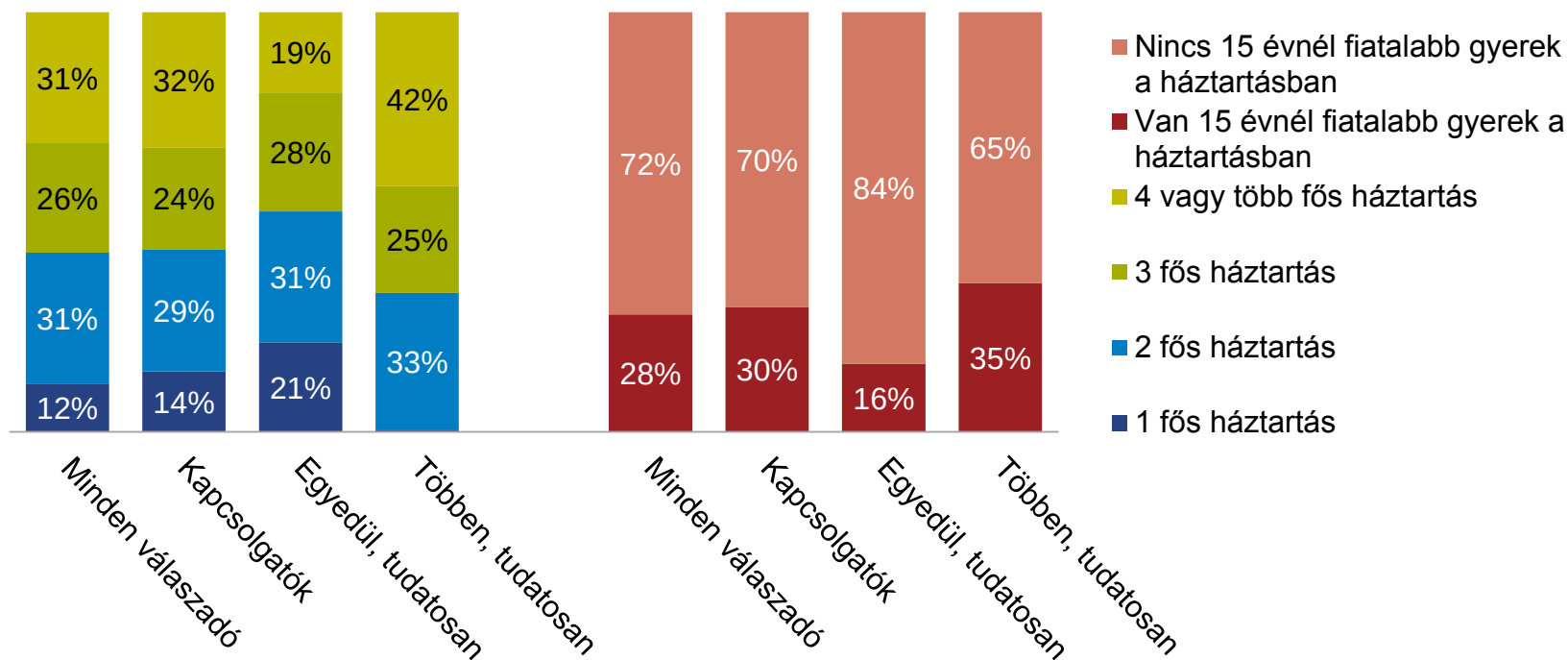


Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** valamivel magasabb **KAPCSOLATBAN** élők, de nem házasok és az gazdaságilag **AKTÍVAK** aránya
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** magasabb körökben az elváltak és egyedülállók aránya
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** magasabb körökben a házasok és valamivel magasabb az inaktívok aránya (GYES, GYED, nyugdíjas)

A szegmensek jellemzői

A háztartás nagysága és összetétele szerint

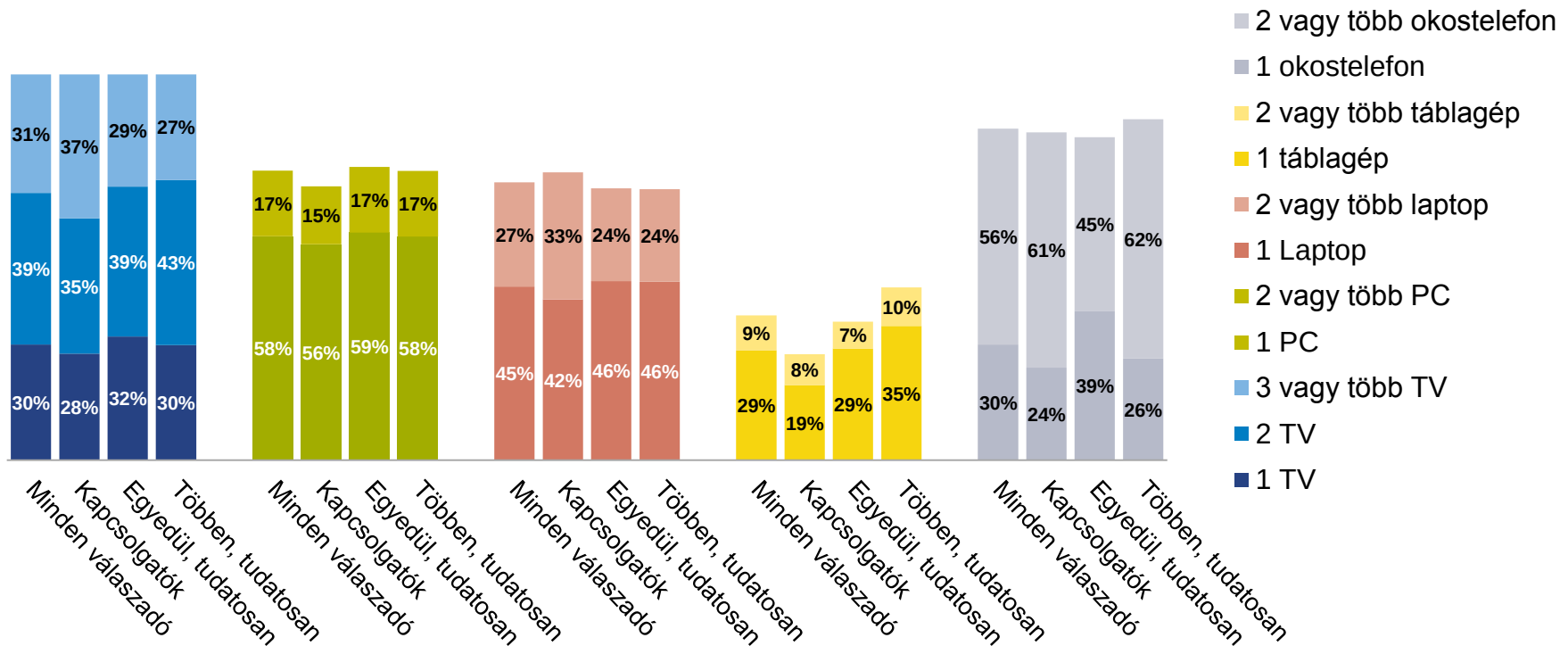


Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** a fent vizsgált ismérvek szerint az alapsokasághoz nagyon **HASONLÓ**
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** magasabb körökben az egy fő háztartások aránya és jellemzően már nincs fiatalos korú gyerek a háztartásban
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** jellemzően nagyobb háztartások, minden harmadik válaszadó családjában van velük élő fiatalos korú gyermek

A szegmensek jellemzői

A háztartás audiovizuális eszközellátottsága alapján

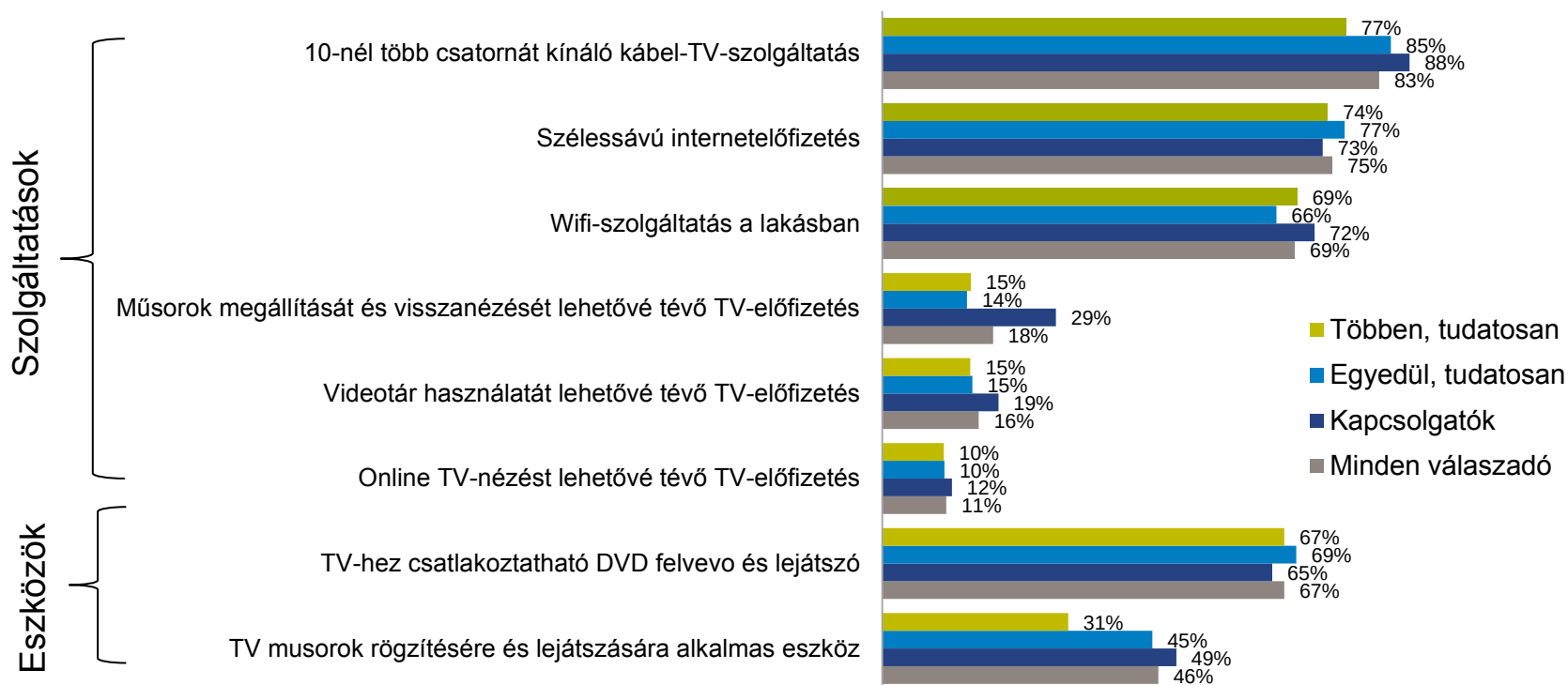


Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többben, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** az átlagosnál több TV készülékkel, jellemzőbb a több okostelefon a háztartásban
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnál kevesebb az okostelefonok száma a háztartásban
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnál több tablettel és okostelefonnal rendelkezik a háztartás

A szegmensek jellemzői

A háztartás eszköz/szolgáltatás ellátottsága alapján

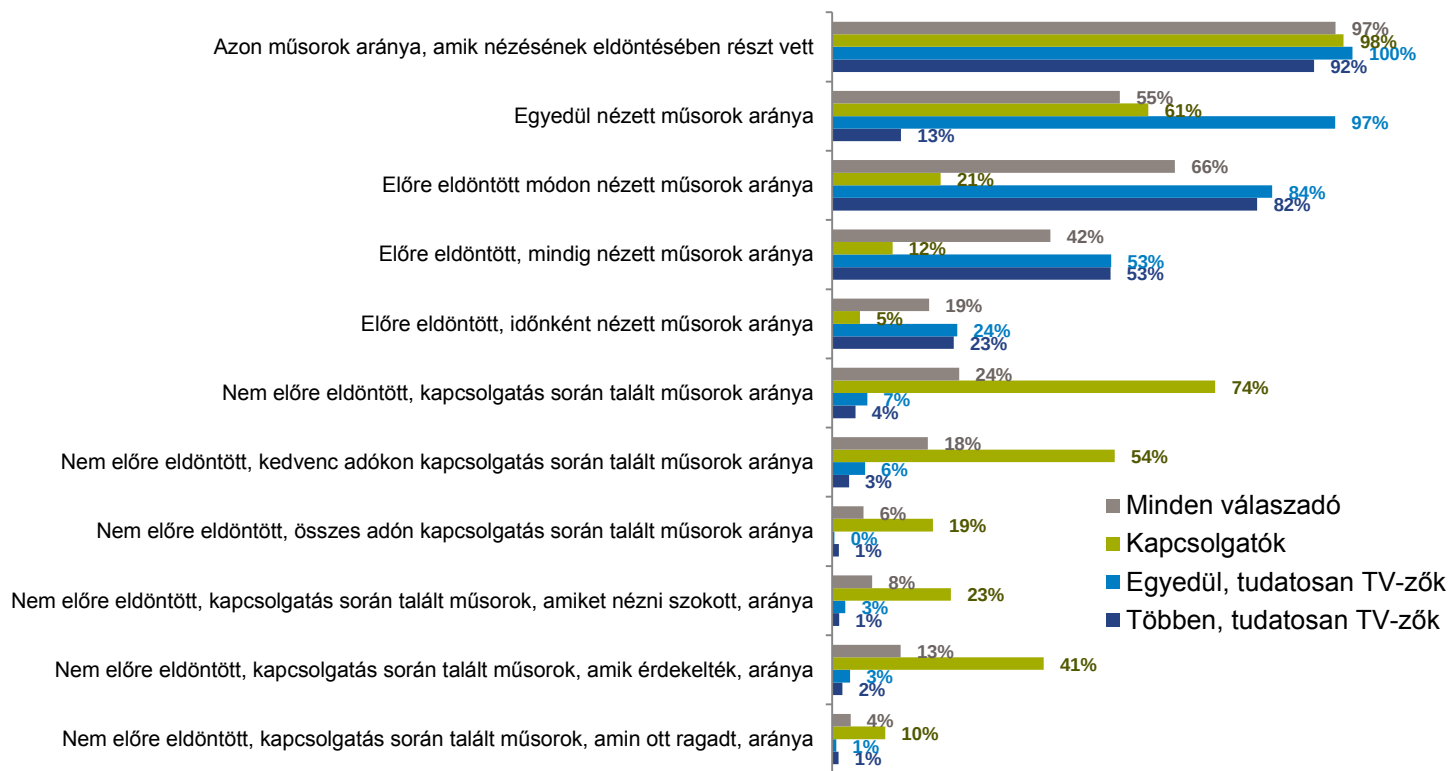


Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többben, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** az átlagosnál magasabb a többcsatornás kábel-TV, a TSV-t lehetővé tevő és a VOD szolgáltatások aránya, valamint a WIFI a lakásban
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnak megfelelő a többcsatornás kábel-TV, a TSV-t lehetővé tevő eszköz és a szélessávú internet előfizetés aránya
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnál kisebb a többcsatornás kábel-TV és a TSV-t lehetővé tevő eszköz aránya

A szegmensek jellemzői

Műsorválasztási szokásaik szerint



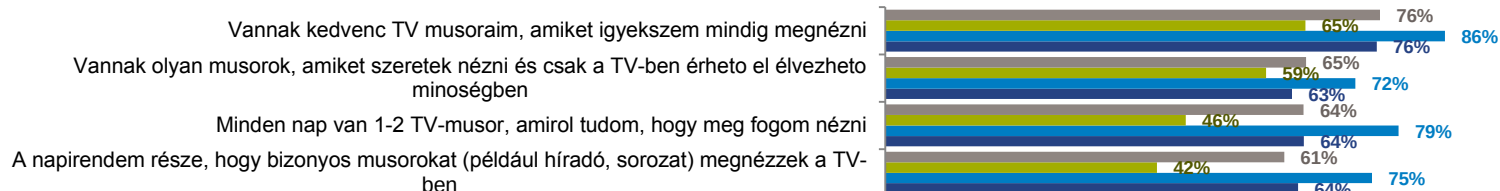
Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** jellemzően kapcsolgatás során találtak rá a műsorokra, a műsorok 61%-át egyedül nézték
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** jellemzően egyedül nézték a műsorokat és már előre tudták, hogy mit néznek majd (mivel az adott műsorokat rendszeresen vagy időnként nézni szokták)
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** jellemzően többen nézték a műsorokat, és előre eldöntötték, hogy mit néznek majd (mivel az adott műsorokat rendszeresen vagy időnként nézni szokták)

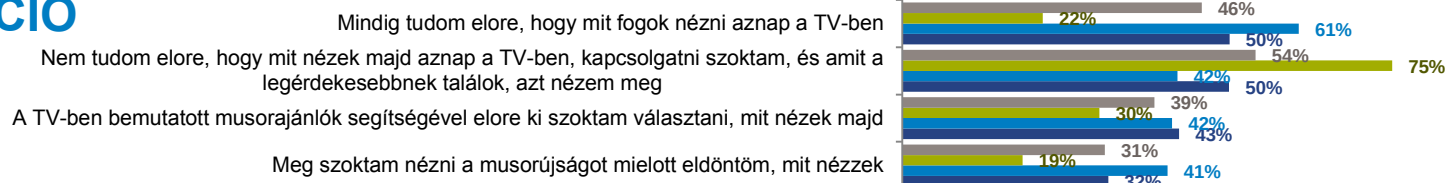
A szegmensek jellemzői

Attitűdjellemzők

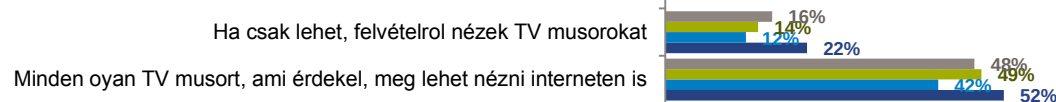
MŰSOR



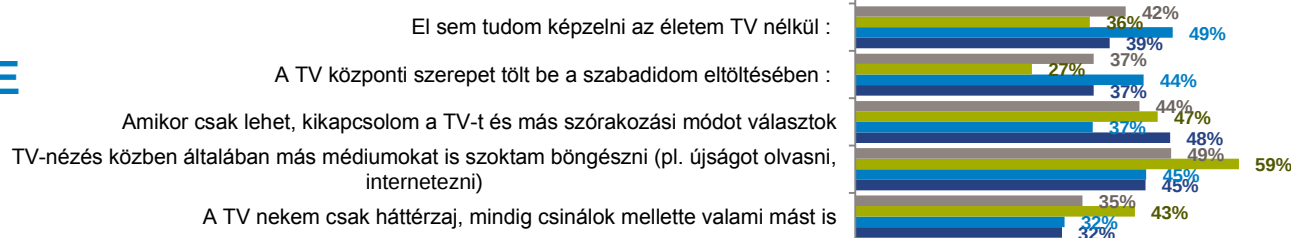
INFORMÁCIÓ



PLATFORM



TV SZEREPE



DÖNTÉS



Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

A szegmensek jellemzői

Attitűdjellemzők alapján képzett dimenziók



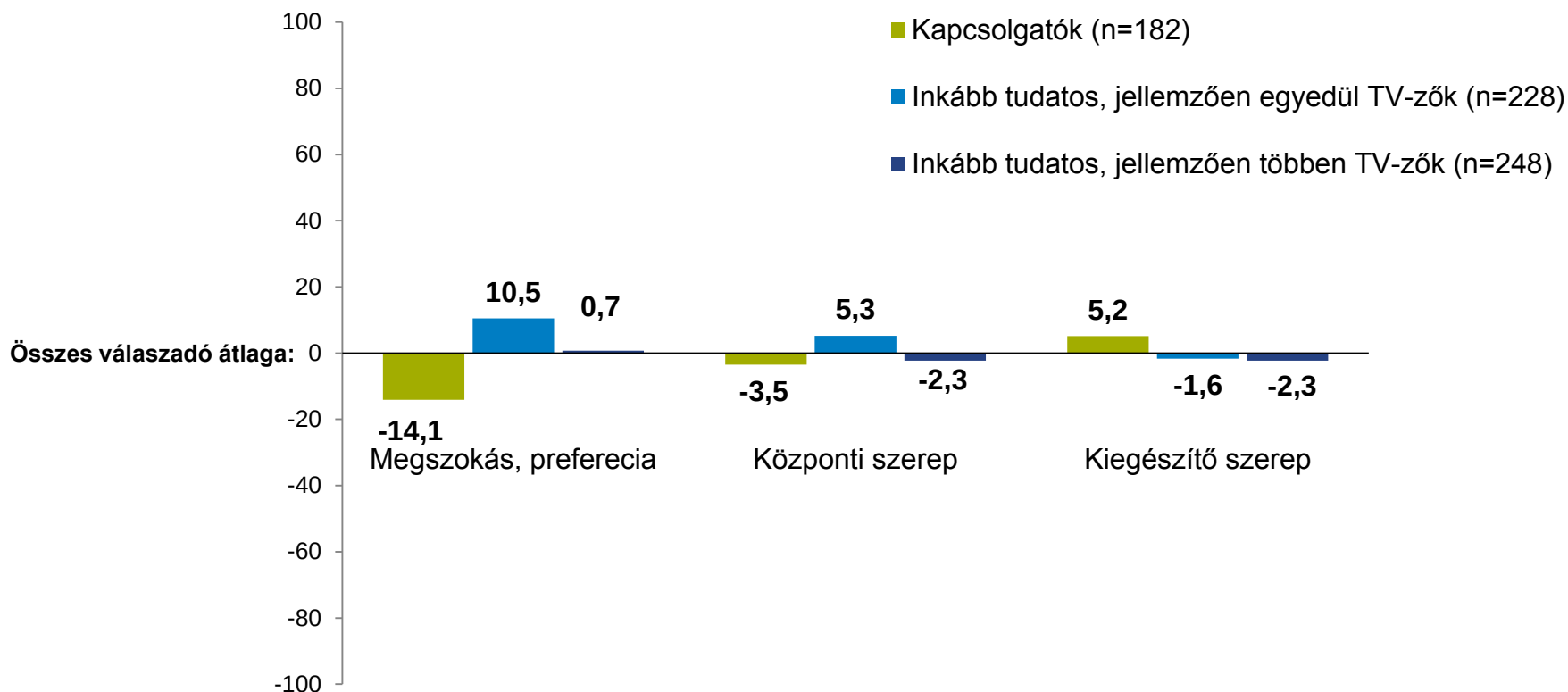
A TV-zés bevett program, minden nap van 1-2 olyan műsor, amit megnéznék. Ezek a műsorok vagy kedvencek, vagy a napi rutin részei (pl. híradó, sorozatok)

A TV központi szerepet tölt be a szabadidő eltöltésében, a mindennapok szerves része, már el sem tudják képzelni nélküle az életet.

A TV csak háttérzaj, más tevékenység végzése közben „szól”, jellemző a párhuzamos médiafogyasztás.

A szegmensek jellemzői

Attitűdjellemzők alapján képzett dimenziók alapján

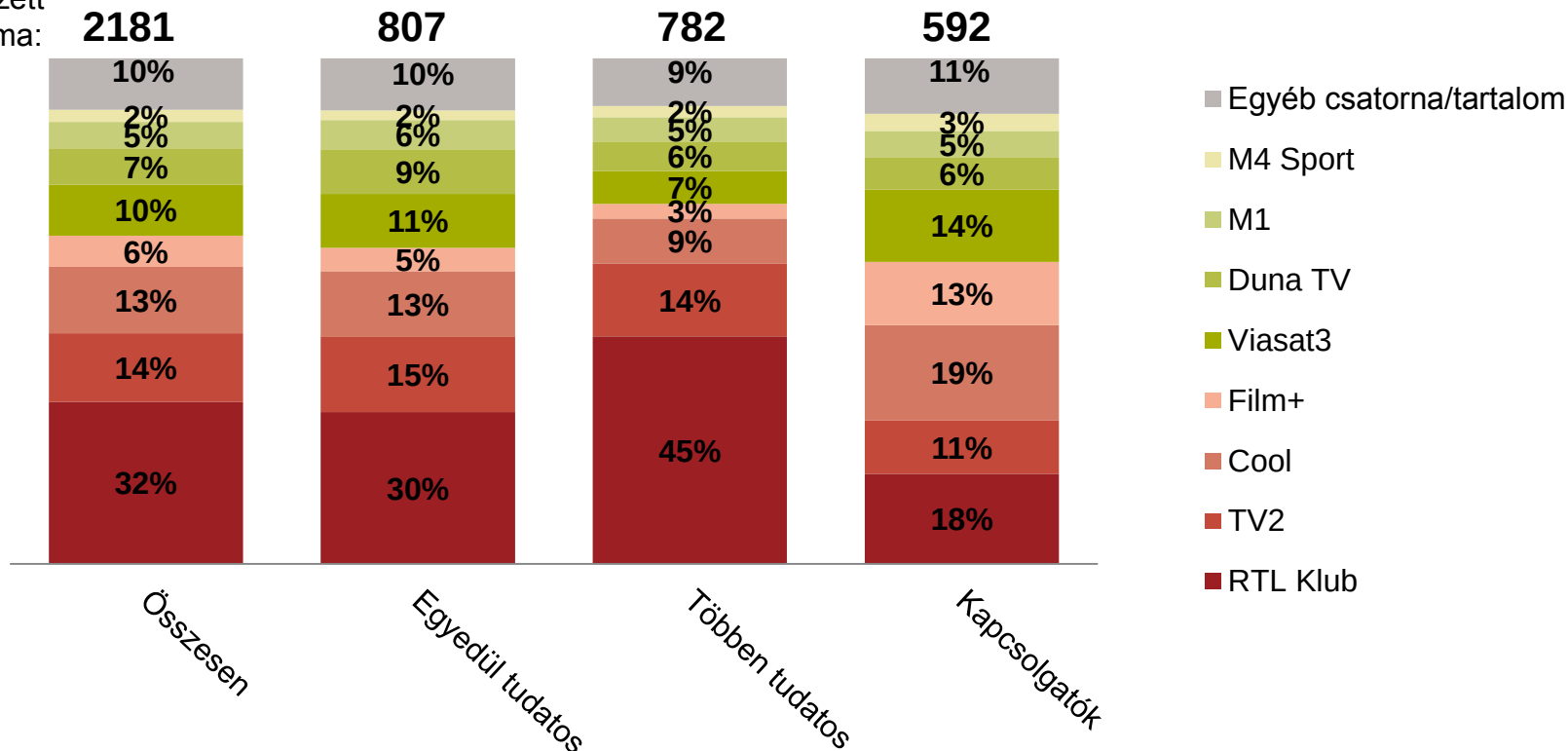


- **KAPCSOLGATÓK:** az átlagosnál jóval kevésbé jellemző rájuk a megszokásból, vagy műsorpreferenciából eredő tartalom választás, a TV sok esetben csak kiegészítő szerepet tölt be az életükben
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnak nagyobb arányban választanak tartalmat azért, mert nézni szokták, vagy kifejezetten kedvelik az adott műsort, a TV központi szerepet tölt be az életükben
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagoshozhoz nagyon hasonlóak

A szegmensek jellemzői

Az egyes csatornákon nézett műsorok száma alapján

Összes nézett
műsor száma:



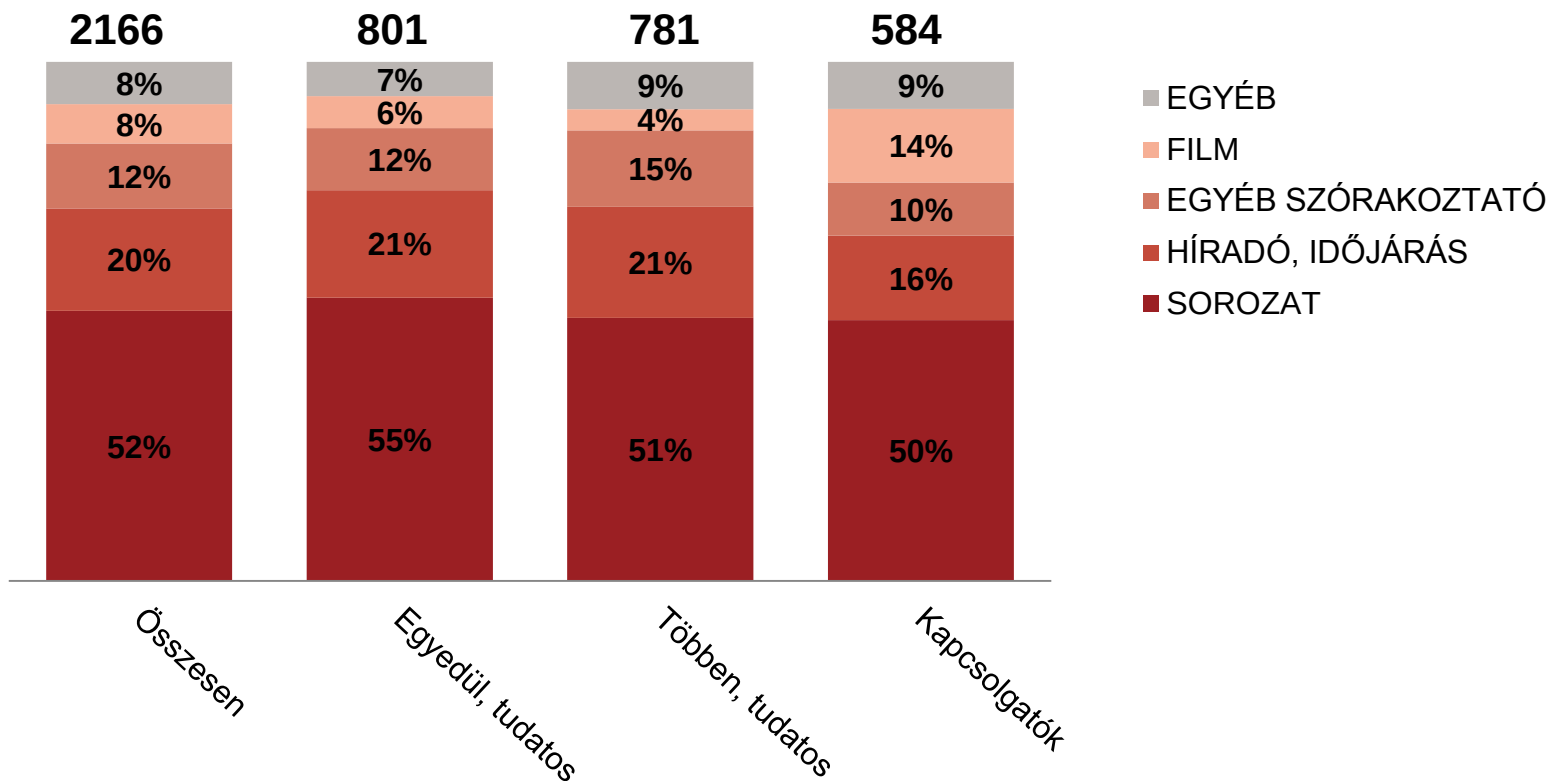
Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- **KAPCSOLGATÓK:** az átlagosnál valamivel magasabb a Viasat3 és Cool-on nézett műsorok aránya, míg az RTL Klubot az átlagosnál sokkal kevesebb esetben választották
- **EGYEDÜL, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnak megfelelő arányban nézték az egyes csatornák műsorait
- **TÖBBEN, TUDATOSAN TV-ZŐK:** az átlagosnál jóval többször választották az RTL Klub műsorait

A szegmensek jellemzői

Az egyes csatornákon nézett műsorok típusa alapján

Összes nézett,
kategorizált
műsorok száma:



Bázis: Összes válaszadó, n=658, Bontások: Kapcsolgatók: n=182, Egyedül, többnyire tudatosan TV-zők: n=228, Többen, többnyire tudatosan TV-zők: n=248

- Nincs jelentős különbség, a sorozat a legnépszerűbb műsor minden vizsgált csoportban. A kapcsolgatók több filmet és kevesebb híradót, valamint egyéb szórakoztató műsort néztek.

A kutatás háttere és módszertana

A kérdőíves felmérés

Módszertan

A válaszadókat előre toboroztuk, és felkészítettük őket arra, hogy egy adott időpontban kell majd egy kérdőívet kitölteniük (minden válaszadó egy adott este elérhető műsorkínálat melletti választásáról adott számot).

1. A felmérésben résztvevők este a televíziónézés után (esetleg másnap délelőtt) egy erre a célra kialakított weboldalon saját azonosítójukkal léptek be a kérdőív kitöltéséhez.

2. A kérdőív első lépéseként kiválasztották a műsorújságból az általuk a tárgynapon megtekintett műsorokat.

3. A megtekintett műsorok kapcsán kérdőívet töltöttek ki melynek (1) általános, (2) programspecifikus része is volt (pl. tervezte-e előre az adott műsor megnézését, végignézte-e vagy csak belenézett, miért döntött a műsor mellett, stb.).



A kérdőíves kutatás módszertani háttere

 Módszertan	 Célcsoport	 Minta	 Időzítés
Online, önkitöltős kérdőív (CAWI), amely a GfK internetes paneljében regisztrált válaszadók körében került lekérdezésre	Alapminta: 18-69 éves válaszadókra, nem, kor, település típus szerint reprezentatív minta Szűrőfeltételek: • 18-69 évesek • Legalább egy TV készülékkel rendelkezik a háztartásuk • A mérés napján délután 5 óra és este 11 óra között néztek bármilyen TV-műsort, filmet, sorozatot vagy egyéb műsort • A naplóban legalább egy tartalmat megjelölt	Súlyozott elemszám: n=658 válaszadó (tervezett elemszám: 400) n=2181 műsor (tervezett műsorok száma: 1600)	A kérdezés ideje: 2015.10.08. A nézett műsorok ideje: 2015.10.07. 17:00-23:00

A kérdőíves kutatás módszertani háttere – a napló

A napló a GfK saját fejlesztése, az aktuális kutatási feladatra adaptálva



Elkészült: 3%

Az alábbi műsorok közül melyeket nézte Ön tegnap délután 5 óra és este 11 óra között legalább 15 percig?

Az összes műsort jelölje, amit nézett tegnap!

Ha az egyéb válaszlehetőségnél egy műsort több időszámban is nézett, csak egyszer válassza ki az adott csatornát vagy egyéb platformot, csak azt az időszámbot válassza ki, amikor elkezdte nézni az adott műsort!

K	L	U	B	DUNA	M1	FILM1	G	MA	3	Egyéb
17:00-17:26 A mentalista	17:00-18:00 Fiorella	17:00-18:00 Ridikuli	17:00-17:16 Híradó, időjárás-jelentés	17:00-17:16 Az igazság ára	17:00-17:26 Dögölt aktak	17:00-17:30 Női labdarúgó bajnokság	17:00-17:40 NCIS: Los Angeles	17:00-17:30	17:00-17:30	
17:26-18:00 Fókusz			17:16-17:41 Proff?7	17:16-18:00 Next: A holnap a múlt	17:26-18:20 CSI: Miami helyszínelők	17:30-18:46 NBI-es férfi kézilabda mérkőzés (Csurgó-Croscház)	17:40-18:40 NCIS: Tengerészeti helyszínelők	17:30-18:00	17:30-18:00	
18:00-18:56 RTL Klub Híradó	18:00-18:30 Tények	18:00-18:30 Híradó	17:41-17:52 Ma délután	17:52-18:22 Ma este, benne 18:00-18:22: Híradó, időjárás-jelentés	18:20-18:46 Nyugi, Charlie!	18:46-19:16 Nyugi, Charlie!	18:40-19:06 Jim szerint a világ	18:00-18:30	18:00-18:30	
18:56-20:16 A Konyhafőnök		18:40-19:30 A helyi doktor – Újra rendel	18:22-18:06 Ma este, benne 19:00-19:05: Híradó, időjárás-jelentés	18:00-21:00 Utcai igazság	19:00-21:00 Gyilkos elmék	19:16-20:16 Gyilkos elmék	19:06-19:36 Jim szerint a világ	18:30-19:00	18:30-19:00	
	19:30-20:16 Joban Rózsában	19:30-20:30 Maradj talpon!	19:06-19:30 Szeméti szembe			19:46-21:30 Vízilabda OB I.	19:36-20:10 Két pasi – meg egy kicsi	19:00-19:30	19:00-19:30	
20:16-21:30 Éjeli-nappali Budapest	20:16-21:36 Ezek megörültek!	20:30-21:16 Szabadkánál tér 39	19:30-20:36 Híradó, időjárás-jelentés	20:16-21:10 A mentalista	20:16-21:10 A mentalista	20:16-21:10 A mentalista	20:10-20:36 Két pasi – meg egy kicsi	19:30-20:00	19:30-20:00	
			20:30-21:16 Skandináv lotó sorolós	21:00-23:00 Még drágább az életed!	21:00-23:00 Még drágább az életed!	21:00-23:00 Még drágább az életed!	20:36-21:00 Két pasi – meg egy kicsi	20:00-20:30	20:00-20:30	
21:30-22:10 Barátok közt	21:36-22:40 Házugr, ha tudsz	21:16-21:50 Munkaügyek	20:36-21:00 Ma este				21:00-23:00 A Zodiákus	20:30-21:00	20:30-21:00	
22:10-23:00 Szulejmán	22:40-23:00 Lángoló Chicago	21:60-22:50 Római helyszínelők – Árulkodó nyomok	21:24-21:56 Ma este, benne 21:35-21:55: Világhíradó	21:00-21:26 Híradó, időjárás-jelentés	21:00-21:26 Híradó, időjárás-jelentés	21:00-21:26 Híradó, időjárás-jelentés	21:30-22:16 Magyarország - Párizs-szigetesi labdarúgó EB selejtező előtt	21:00-21:30	21:00-21:30	
			22:00-22:00 Híradó, időjárás-jelentés	22:00-22:00 Híradó, időjárás-jelentés	22:00-22:00 Híradó, időjárás-jelentés	22:00-22:00 Híradó, időjárás-jelentés	22:16-23:00 Magazin	22:00-22:30	22:00-22:30	
			22:56-23:00 Kenő, Ma éjeli					22:30-23:00	22:30-23:00	

Kérem, válassza ki az alábbi listából, hogy mit nézett ebben az időszámban!

18:00-18:30

A videotárból választottam egyéb műsort/filmet

Meddig nézte Ön ezt a műsort?

20:30

Rendben

Pontosan milyen egyéb műsort, filmet nézett Ön az alábbi időszámban?

(Kérem, hogy írja be a műsor, vagy film címét, akkor is, ha nem tudja pontosan hogy kell leírni!)

A videotárból választottam egyéb műsort/filmet, 18:00-20:30

Kegyetlenül szokatlan! x

Az etnográfiai vizsgálat

Módszertan

A válaszadókat előre toboroztuk arra, hogy egy kutató egy egész estét eltölthessen a háztartásban (az első fázis eredményei alapján 12 jellegzetes tartalomválasztási magatartást mutató személy).

1. A felmérésben résztvevők az esti szórakozás megkezdése előtt fogadták a kutatót, egy 10-15 perces „bemelegítés”, összehangolódás során a kutató elmondja, hogy a célszemély tegyen úgy, ahogy szokott, ne módosítson hétköznapi viselkedésén, ne zavartassa magát.
2. A megfigyelés során a kutató rögzítette, hogy a megfigyelt személy mikor, mit nézett, hogyan jutott el az adott programhoz, mennyire figyelt a programra, beszélgettek-e a háztartás tagjai közben, együttesen határoztak-e a programválasztásról, stb., azonban nem kérdezett közbe, hagyta természetesen viselkedni a résztvevőket.
3. A 2-3 órás megfigyelés végén a kutató rákérdezett azokra a dolgokra, amelyeknek a háttere, motivációja pusztán megfigyeléssel nem tisztázható (pl. ki ajánlotta egy adott műsor megnézését, melyek azok a programok, amelyeket rendszeresen néznek, amelyekre mintegy automatikusan odakapcsolnak, stb.).

Az etnográfiai kutatás módszertani háttere

Módszertan 	Célcsoport 	Mintanagyság 	Terepnap 								
12 etnográf interjú Aktív TV-nézés nyomon követése a részrtvevők otthonában.	✓ Férfiak, nők vegyesen ✓ 18-60 évesek ✓ Olyan TV-nézők, akik korábban a kvantitatív kutatásban részt vettek. ✓ A résztvevők kiválasztása a kvantitatív fázis során adott válaszaik alapján történt (az egyes szegmensek jellemző tagjait kerestük).	<table><tr><td>n</td><td>Csoport tulajdonságai</td></tr><tr><td>1</td><td>Egyedül, tudatosan TV-t nézők: 4 fő</td></tr><tr><td>2</td><td>Kapcsolgatók: 4 fő</td></tr><tr><td>3</td><td>Többben, tudatosan TV-t nézők: 4 fő • 2 fő, akik túlnyomóan nem lineáris tartalomfogyasztók • 2 fő lineáris fogyasztó </td></tr></table>	n	Csoport tulajdonságai	1	Egyedül, tudatosan TV-t nézők: 4 fő	2	Kapcsolgatók: 4 fő	3	Többben, tudatosan TV-t nézők: 4 fő • 2 fő, akik túlnyomóan nem lineáris tartalomfogyasztók • 2 fő lineáris fogyasztó	2015. október 19. – november 2.
n	Csoport tulajdonságai										
1	Egyedül, tudatosan TV-t nézők: 4 fő										
2	Kapcsolgatók: 4 fő										
3	Többben, tudatosan TV-t nézők: 4 fő • 2 fő, akik túlnyomóan nem lineáris tartalomfogyasztók • 2 fő lineáris fogyasztó										

Kapcsolat

Kapcsolat



Sugatagi Gábor

Senior tanácsadó

+36-1-452-3095

Gabor.Sugatagi@gfk.com

GfK Hungária Kft.