

Műsortípusok szerepe

Kutatási riport, készült a MEME részére.

2021.10.29.



Tartalom

1	Főbb eredmények	3
2	Kutatási háttér és módszertan	8
3	Tévénézési motivációk, helyzetek	13
4	Tartalomfogyasztás különböző platformokon	24
5	Tartalomválasztás, zsánerek a tévében	34
6	Műsorválasztási motivációk	62
7	Mellékletek	84

1

Főbb eredmények

CONNECTION
ANALYSIS
DATA
SEARCHING
VERIFICATION

A tévzés helye és szerepe

A hagyományos tévzésnek az emberek körében van egyfajta **outdated imidzse**: a percepciók és a vélemények alapján nem találják eléggé naprakésznek, nem érzik úgy, hogy számukra elegendő minőségi tartalmat kínálna. Úgy látszik tehát, hogy a tévzésre ráakódik a XXI. század teljesítmény- és önmegvalósítási „kényszere”, a nézők egy részének fokozódó tudatossága az életvezetés terén. A korábbi hármas funkciója, mint informálódás-szórakoztatás-ismeretszerzés erőteljes támadás alatt van: a tudás első számú forrása ma már az internet, míg a szórakoztatásunkról számos más platform, streaming csatornák, ingyenes videómegosztók stb. gondoskodik. A tévzés közösségi jellege is eltűnőben: a tartalomcsatornák és az azokat megjeleníteni képes képernyők számának egy háztartáson belüli növekedésével párhuzamosan eltűnt a közös program kiválasztásának kényszere, ma már az empty nester párok körében is az individuális tartalomfogyasztás a jellemző.

A tévzés szerepe és jelentősége tehát átalakulóban, ugyanakkor még mindig megkerülhetetlen platform: 70% naponta, de további 30% is legalább hetente élvezi a tévé nyújtotta lehetőségeket. Hasonló heti eléréssel rendelkeznek a videómegosztók is, míg SVOD szolgáltatásokon minden második ember ér el videótartalmakat heti rendszerességgel.

Felmerül a kérdés, hogy mi alapján döntenek az emberek a különböző platformok között, mitől függ a választás? Mikor választják egyiket vagy másikat?

- A streaming csatornák használata mellett egyik gyakori érv a kötetlensége, a tartalomválasztás szabadsága. És valóban: míg a tévéműsor iránti érdeklődés a klasszikus napi görbét mutatja, a streaming tartalmak fogyasztása sokkal egyenletesebb, ugyanakkor a főműsoridő itt is a csúcspontot jelenti. Az ingyenes videómegosztók inkább napközben erősek, bár fogyasztásuk az esti órákban sem esik vissza nagy mértékben.
- Hangulat vagy befogadói állapotot szerint három lehetőséget különböztettünk meg. Platformválasztás terén a különbségek nem igazán markánsak: unalom esetén nagyobb valószínűséggel fordulnak a streaming, míg kiegyensúlyozott, befogadóképes állapotban inkább a tévé felé. Fáradtan pedig többször választják a videómegosztók nyújtotta kikapcsolódási lehetőségeket.
- Az aktuálisan vágyott tartalomtípus is lehet döntő tényező: a SVOD szolgáltatások egy szűkebb terepen mozognak jól, húzózsánereik a filmek és sorozatok. Az ingyenes videómegosztókat – a tévés zsánerek közé nem beilleszthető tartalmakon túl – főként az ismeretterjesztő anyagokért nézik. A tévében a legtöbbször által követett tartalomtípusok a hírek, a filmek és a tudományos-ismeretterjesztő tartalmak.

Zsánerek

A streaming szolgáltatásokhoz képest nem csak többen, de többet is fogyasztanak lineáris tévét. Az előző napi – önbevalláson alapuló - tartalomfogyasztást figyelembe a streaming szolgáltatásokhoz képest 43, míg az ingyenes online videókhoz képest 34 perccel több időt töltöttek a válaszadók lineáris tévé nézéssel. Ez a különbség a tartalomválasztás színességét is befolyásolja, egyértelműen a tévében nézik a legtöbb típusú tartalmat az emberek.

A tévében a híradó, a hírek zsáner a legnépszerűbb, legtöbbször által követett műsorszíntípus jelenti egészen az esti órákig. Különösen a reggeli időpontokban (összességében alacsony nézőszám miatt) valamint az esti híradó időpontjában jelentős a szerepe. Az esti órákban leginkább a filmek és a showműsorok dominánsak, míg a sorozatok egész nap hasonló szeletet hasítanak ki a zsánertortából. Az ismeretterjesztők iránti érdeklődés leginkább délután és késő este jelentkezik. Hétköznap színessebb a tartalomtípus-választási kép, míg hétvégén a showműsorok, filmek és a sportközvetítések kerülnek előtérbe.

Az egyes műsorok, műsorszíntípusok iránti elkötelezettséget mutatja, hogy tervezetten ülnek-e le nézni az emberek, vagy csak spontán találtak rá a nézett műsorra a csatornák váltogatása közben, vagy esetleg rendszeresen az életük stabil részét alkotja az adott műsor nézése.

A rendszeresség a sorozatok nézésre jellemző leginkább, míg a tudatosság, előre kiválasztottság a hétvégi showműsoroknál, a reality jellegű vetélkedőknél és a sportközvetítésekénél érzékelhető leginkább. A filmekbe gyakran spontán botlanak csak bele a nézők, és ugyanígy jellemző a tervezettség alacsony szintje az ismeretterjesztőkre, a mélyebb beszélgetős, valamint a humoros műsorokra is.

A tévénézésre – és általában a videós tartalomfogyasztásra – alapvetően a kiegyensúlyozott, befogadói állapot jellemző (60%), de megjelenik a fáradtság (25%) vagy unalom (15%) is. Fáradtan hajlamosabbak az életmód műsorok vagy a heti sorozatok, filmek felé fordulni az emberek, míg a közéleti műsorokat, vagy éppen sitcom-okat sokszor unalmukban választják tévénézők.

A tervezettség és lelkiállapot nem független egymástól: unalmukban vagy fáradtan kapcsolgatva gyakran kötnek ki spontán választott tartalmak mellett az emberek, míg a kiegyensúlyozott állapotra jellemzőbb az előre tervezetten választott program.

A műsorválasztás fő motivációi

Az eredmények alapján a tévézés az **eszképizmus** – **könnyed kikapcsolódás** – **informálódás** hármasa köré épül, melyet jól mutatnak a leggyakrabban említett motivációk is:

- „Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam”: a legalapvetőbb és leggyakoribb igény a tévézés kapcsán az **eszképizmus**: a munka utáni időszakra jellemző állapot, a napi terhek letétele, a nyugalom érzése, az agy kikapcsolása, „sem mire sem gondolni”. Része a rutin, a rendszeresség, nagyon individuális need. Ezt a típusú igényt számos zsáner, műfaj, műsor képes kielégíteni, leggyakrabban filmeket, sorozatokat választanak a valóságból elmenekülni vágyók.
- „Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt”: a **könnyed kikapcsolódás** is valójában az eszképizmus egy formája, de kevésbé az elvonulós, nyugodt érzet, inkább a felszabadultságra, vidám pillanatokra vágyódás jelenik meg benne. A könnyebb beszélgetős műsorok, talkshow-k, egyes sorozatok (a jelenlegi hazai sorozatkínálatra egyértelműen jellemző) és a hétvégi showműsorok felelnek legjobban e need-re.
- „Szeretnék naprakész és tájékozott lenni azzal kapcsolatban, mi történik a nagyvilágban, hazánkban, körülöttem”: bár többen használják ma már az internetet tájékozódásra, **informálódásra**, mint a televíziót, nem vesztette el teljesen ezt a funkcióját. A legnagyobb érdeklődésre számot tartó zsáner a hírek voltak, mely a legalkalmasabb zsáner ezen igény kielégítésére a közéleti háttérműsorok mellett. Természetesen nem csupán a napi hírek iránt fogékonyak a nézők, az ismeretszerzésben a tudományos-ismeretterjesztő műsorokra, a napi ügyes-bajos dolgokkal kapcsolatban sokszor a magazinműsorokra támaszkodnak.

A műsorválasztás egyéb motivációi

Az előzőekhez képest sokkal nehezebben megfogható, megfogalmazható igény a **státusz** megerősítésére vonatkozik. Ugyanakkor a tévzés általános megítélése szempontjából rendkívül fontos annak vizsgálata, melyek azok a műsorok, műsortípusok, melyek képesek emelni a tévzés minőségpercepcióját, csökkenteni a „cikiséget” azáltal, hogy nézők egyfajta identitás-kérdéssé emelik adott tartalom fogyasztását. Ezt a need-et leginkább a tudományos-ismeretterjesztő, a mélyebb beszélgetős, illetve a kvízműsorok szolgálják ki. Ne feledkezzünk meg azonban a szükséglet másik oldalról való megtámogatásáról sem – én nem ilyen vagyok, nem itt tartok –, melyre egyes reality vetélkedők adhatják meg a legalkalmasabb választ.

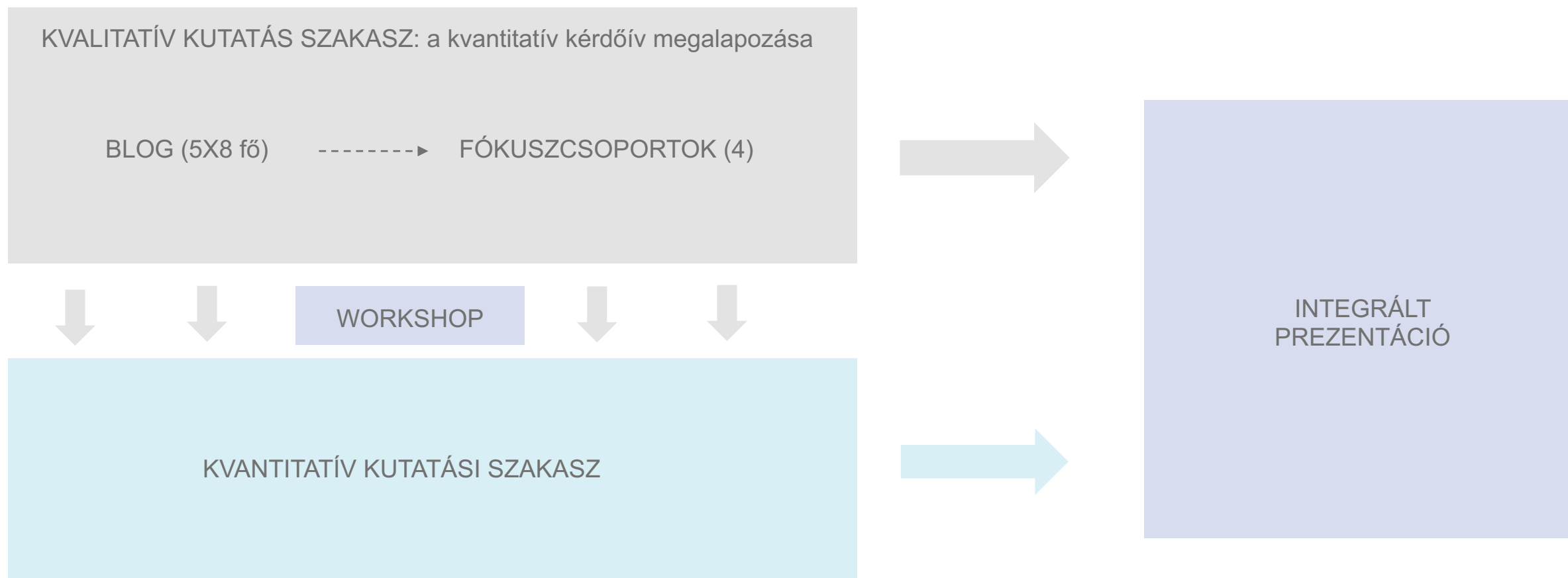
Bár a tévzés egyre individuálisabb tevékenységgé válik, azért még képes reflektálni a **közösséghez tartozás**, kapcsolódás szükségletére is. A kapcsolódás azonban gyakran a tévében szereplőkhöz történik, a kedvenc, rendszeresen nézett műsorokon keresztül (pl. napi sorozatok, beszélgetős műsorok). A saját környezetükhöz való kapcsolódást pedig a műsorok által szolgáltatott beszédtemákon keresztül élik meg, ehhez nyújtanak segítséget az elemzőműsorok vagy mélyebb beszélgetős műsorok. A klasszikus „együtt tévzik a család” jelenség sem teljesen ismeretlen jelenség, ugyanakkor nem a nagy hétvégi showműsoroknál jelenti a műsorválasztás alapját, inkább a sorozatok hozzák össze a családtagokat.

Az **izgalom** iránti vágyra összességében kevés zsáner képes megoldást nyújtani, főleg a filmek, sorozatok valamint a kvízműsorok (a reality jellegű vetélkedők például kevésbé). Ezen műsortípusoknál azonban nagyon fontos részét képezik a választásnak, és jobbra együtt jár a valóságból való kiszakadás vágyával. Ezt a kiszakadást (tehát megint az eszképizmus egy válfajánál tartunk) az izgalommal párosítva tudják elhozni az előbb emlegetett zsánerek.

2

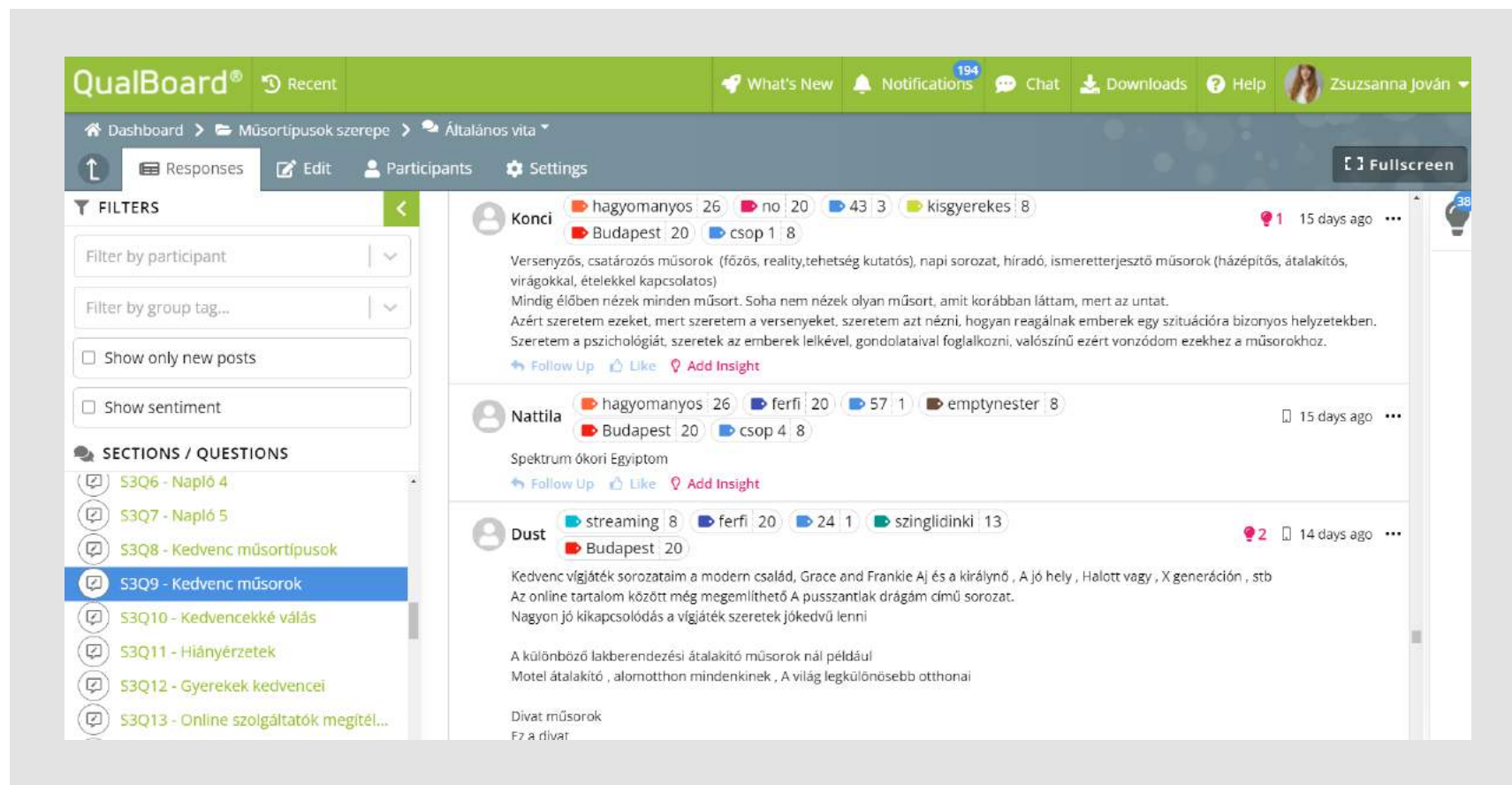
Kutatási háttér és módszertan

Kutatási flow



Online blog

- <https://qb4.qualboard.com/>
- 3 napos online blogolás (2021. 09. 10-12), 40 fő részvételével
- A 3 nap során megtekintett műsorok naplózása mellett az általános tévénézési szokások, műsorválasztási preferenciák feltárása
- A fókuszcsoport megalapozása, a nézői igények listájának finomítása



Fókuszcsoportok

- A blogolásban résztvevő nézőkből szervezve (kivéve: streamer-ek)
- 4 mini fókuszcsoport
- 2021. 09. 20-23 között
- 120 perc/ csoport
- A blogból tanultak pontosítása, elmélyítése
- Célok:
 - A nézői motivációk rendszerének alapos feltárása és megértése, a blogon megfogalmazott szükségletek alapján, a need-ek és azokat kielégítő zsanerek összegyűjtése és kibontása
 - Szegmens-specifikus jellemzők feltárása
 - A kvantitatív kérdőív megalapozása



25-45 év közöttiek
kisgyermekkel (max. 9
éves a velük élő gyerek)

„A közös családi filmnézéseket szeretjük, a régi klasszikusokat is igyekszünk megismertetni a gyerekekkel, amik nekik valók, de akár csak jó egyet nosztalgiazni. Az izgalmasabb krimisorozatokat is kedveljük, meg a viccesebb műsorokat is.” – Kisgyermekes nő



20-50 év közötti szinglik
vagy gyermektelen párok

„Rtl Klub: szeretem a magyar sorozatokat, amelyeket sugároz, mai problémákat és helyzeteket viccesen ad elő vagy teljesen komoly témában mélyednek bele, teljesen ki lehet kapcsolódni vagy akár komolyan elgondolkodni ezektől a sorozatoktól (Mi kis falunk, Drága Örökösök, Apatigris, Bátrak földje, Mellékhatás).” – szingli/ dinki



30-59 év közöttiek nagyobb
gyermekkel (10-18 év
közötti a velük élő gyerek)

„Jellemzően kikapcsolódás miatt nézzük a Tévé és leginkább hétköznapi késő délutáni, esti órákban hétvégén a reggeli órákban. Szeretem az autós, főzős, tudományos ismeretterjesztő, és az egyszerűen csak pihentető sorozatokat és filmeket. A fiam még az Ő korosztályának megfelelő ifjúsági műsorokért van oda, valamint még megnézi a természetfilmeket, állatos ismeretterjesztő műsorokat és még a meséket is.” – Nagy gyermekes férfi, 43, Bp



45-65 év közöttiek, üres
fészek családok

„Én egy elmélkedő, filozofálgató, könyökgig a mélyre menni típusú ember vagyok, keresem az élet értelmét, minél idősebb vagyok annál inkább. Keresem a problémáimra a megoldást, keresem a titot, szeretnék életművész lenni, nyugodtabban élni. Ami ehhez hozzájárul, az jöhet. Ez néha a humor, mert megment az aznapi stressz után, de máskor pedig a fejlődés lehetősége hajt.” – Empty nester, nő, 52

Kvantitatív fázis célja és módszertana

Cél

A kvantitatív fázis fő célja volt a kvalitatív fázis során feltárt jellegzetességek pontosítása, számszerűsítése. A kutatás során a következő témaköröket vizsgáltuk:

- Általános, különböző platformokon történő tartalomfogyasztási szokások
- Tegnap módszerrel vizsgálva:
 - Médiafogyasztással töltött idő
 - Videótartalomfogyasztásra használt platformok, jellemző idősávok
 - Műsortípusok, zsánerek fogyasztása különböző platformokon
 - Műsorok fogyasztásának tervezettsége
 - Befogadói állapot a műsorok fogyasztása során
 - Needek, motivációk a műsorválasztás során

A kvalitatív eredmények alapján valamint a workshop során alakult ki a végleges zsáner- illetve motivációs lista, mely a kérdőív gerincét jelentette.

Módszertan

Adatfelvétel módja: Online, CAWI adatfelvétel

Célcsoport: 16-64 éves magyar internetező lakosság

Minta: 1006 fő

3

Tévézési motivációk, helyzetek



A televízió mint kategória percepciója és helye a nézők életében

A hagyományos tévézés értékvesztett állapota detektálható, elsősorban a fiatalabb és magasabb végzettségű nézők körében – a SVOD szolgáltatások ezt képesek ellensúlyozni.

A hagyományos tévénézés percepciója: kicsit „ciki”

- A tévézés **csak egy a programlehetőségek közül**
 - A Covid utáni felszabadultabb, nyári időszakban a tévézés nem volt prioritás, ahogy akkor sem, ha végre együtt a család (pl. hétvégén)
- A tévé – az idősebbeket leszámítva – már nem a tudás elsősorú forrása → az **internet vette át ezt a szerepet**, nemcsak naprakészségben, de az elérhető információk mennyiségében és minőségében is, a tévé relevanciája csökken
- Relevanciája mellett a **hagyományos tévézés minőség-percepciója is csökken**
 - Kereskedelmi csatornákhöz köthető „trash” tartalmak („érték nélküli”, pl. bulvár- és celeb műsorok) → elsősorban az idősebbek körében, akik még mindig a tévé „okító” szerepét várják
 - Zsánerek szintjén csökkenő színvonal (pl. humor minősége) → a SVOD tartalmak percepciója ehhez képest sokkal magasabbra értékelt
- A tévézésnek van egyfajta **outdated image-e**: nem elég naprakész, nem elég minőségi tartalmak, amire ráakodik a XXI. század teljesítmény- és önmegvalósítási „kényszere”, a nézők egy részének fokozódó tudatossága az életvezetés terén: a tévé előtt töltött idő elvesztegetett idő, „couch potato” hangulat, a „panellakók szórakozása”

„Már lemondtam arról, hogy a tv-n keresztül „épüljek”, mert leginkább „leépülni” lehet... ezért inkább háttértévézek.” – Streamer, nagy gyermekes szülő

„Úgy gondolom hogy amit én kiválasztok az sokkal jobb mint akár amit a tévé sugároz. Sokkal minőségibb érdekesebb dokumentumfilmeket filmeket, szórakoztató műsorokat tudok így találni. A tévénézés már egy nagyon elavult dolog” – Streamer

„Napi szinten nézünk tv-t, leginkább délután és este. Panel lakásban élünk sajnos, ezért is az egyik legfőbb szórakozás ami kikapcsol és a gyerek is szereti.” – Kisgyerekes néző

- A SVOD műsorfogyasztás motivációi a műsортípusokat illetően nem különböznek a hagyományos műsorválasztási preferenciáktól
- **Egyéb online műfajok hatása**, pl. youtube vlog, Insta, TikTok → a tiniket elvesztette a tévé
- **Az individuális tartalomfogyasztás dominanciája** – már empty nester pároknál is! Párhuzamos eszközhasználat, mely a Covid alatt (home office, home schooling, idősok „felokosítása”) kiépült
- **Egyes nézői rétegek tudatossága nő, meta-szint** (elemzések, ajánlások relevanciája nagyobb, a gyártókkal való párbeszéd igénye)
- A **valóság/ valódiság** fogalmának „zavara”
 - Hitelesség kérdés, a tévé/ csatornák/ infók szempontjából, „fake news” és politika
 - „Valósághoz közeli” mint szófordulat – mit jelent?
 - Ezzel együtt kiemelt érték, fontos hívószó

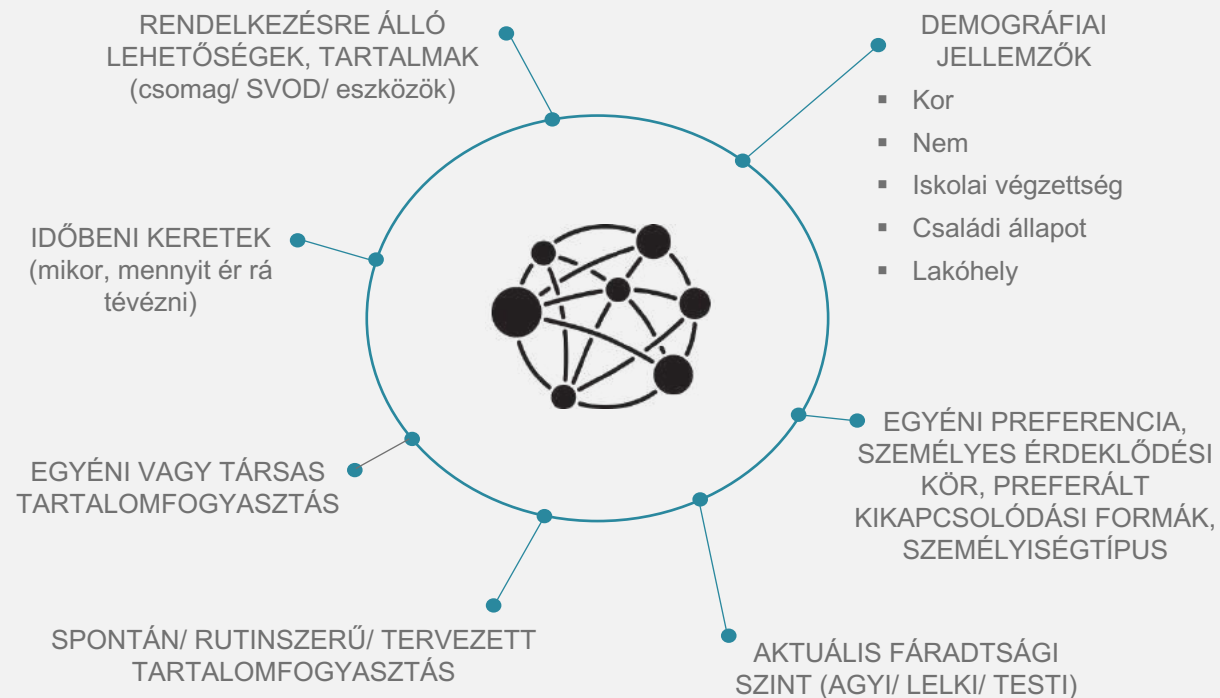
„Persze én folyamatosan gyanakszom, hogy melyik jelenet van megrendezve és melyik valódi, de ettől eltekintve követjük az eseményeket.” – nagyobb gyermekes néző a Sztárban sztárról

A tartalomválasztás keretei

A „tévénézés motivációi” kifejezést érdemes alaposabban megérteni ahhoz, hogy a különféle need-eket és motivációkat keretezzük.

- Miért néz valaki tévét? És miért épp tévét? (**kategória szintje**)
 - Hagyományos benefitek (mert olcsó/ kéznél van/ kényelmes/ nem igényel sok energia-befektetést, se anyagi befektetést)
- Hogyan választ csatornát, műsort? (**műsortípus, zsáner szintje**)
 - A klasszikus válaszok („*unatkozom, szórakozni szeretnék, kikapcsolódni, lazítani, tájékozódni*”) a kategóriáról szólnak, nem támogatják a nézői szükségletek mélyebb megértését.
 - Ezzel együtt arról nagyon is árulkodnak, hogy a tévézés egyik fő funkciója a kikapcsolódás, „**kikapcsolás**” a mindennapokból
- A műsorválasztás motivációi tágabb keretbe ágyazódnak, és számos szempont összetett rendszerén múlik, ki hol köt ki végül a távirányítóval a kezében.

A TARTALOMVÁLASZTÁS ALAPVETŐ SZEMPONTJAI, KERETEI



EGY-EGY NEED-RE TÖBBFÉLE TARTALOMTÍPUS IS FELELHET
EGY-EGY TARTALOMTÍPUS TÖBBFÉLE NEED-ET IS KISZOLGÁLHAT

Rendelkezésre álló lehetőségek, tartalmak

A tartalomválasztás alapvető szempontjai, keretei

A hagyományosan tévézők döntő többsége a **nagyobb/ családi** csomagot választ. A tartalmak, amelyek befolyásolják a csomagválasztást (azaz: az „alapon” felüliek, ezekért hajlandóak kifizetni a nagyobb csomagot):

- Sportcsatornák (konkrét események, közvetítések miatt)
- Gyerekcsatornák
- Ismeretterjesztő csatornák

A (csomag) árakról való gondolkodást befolyásolja továbbá az **adott régió „lefedettsége”** is, kettős értelemben:

- Vidéken a nézők korlátozottabbnak élik meg a szolgáltatók közötti választást, és erősen kapcsolódik az internet-szolgáltatóhoz
- SVOD: bizonyos régiókban a gyenge internet miatt nem éri meg

Az online televíziózás (TV2/ RTL Most, stb.) költséghatékony módja az elmulasztott adások pótlásának.

„Családi csomagunk van, mindenképpen szeretjük volna, ha a közszolgálati műsorokon kívül a kereskedelmi is benne foglaltatik, illetve a család nagy focirajongó ezért a sportcsatornák közül nagyon fontos volt, hogy az Eurosporton kívül a Digi és a Spiler csatornák is benne legyenek a spanyol, az olasz és az angol bajnokságok miatt.” – empty nester (hagyom. + SVOD is)

„Sajnos amihez a gyerekek miatt ragaszkodtunk volna (NickJr), az itt ezen a településen nem elérhető... Youtube- ot szoktuk nézni, pl. gyerekeknek mesét. A Netflixről mostanság tájékozódok, megéri-e nekünk.” – kisgyerekes néző

„Egyre szívesebben használjuk streaming szolgáltatókat, de ez időszakosan jön nálunk, ha találunk valami sorozatot, akkor rákattanunk, aztán egy hétig rá se nézünk.” – szingli/ dinki

„Mostanában előfordul hogy tv-ben elkezdek egy sorozatot, és annyira tetszik, hogy nem bírom kivárni, míg a tv-ben levetítik, így online megnézem az egész évadot.” – streamer

A hagyományos tévét is nézők egy része beéri egy SVOD-szolgáltatóval, kettőre már „nincs elég idejük” és ilyen sok csatorna mellett „feleslegesnek” érzik.

- Mások ezzel szemben „kimaxolják” a lehetőségeket, többnyire családi összefogásnak köszönhetően → elsősorban filmek, sorozatok és dokumentumfilmek alkalmi vagy binge nézése jellemző, kedvelt az „ajánló” funkció is
- A **Youtube elsősorban a gyerek-tartalmak** (kisgyerek → mese, fiatal felnőtt → vlogok, influencerek), másodsorban az informálódás, személyes érdeklődési körnek megfelelő tartalmak fogyasztására szolgál, a zene mellett.

A SVOD szolgáltatások ár-percepcióját kedvező irányba fordítja, hogy **egyszerre több felhasználó is hozzárendelhető**, így a költségek az esetek jelentőség részében megoszlanak.



A kizárólag online tartalmakat fogyasztók egyelőre kb. 2 szolgáltatásra fizetnek elő (Netflix és HBO GO), de aggasztónak vélik a hasonló márkák megjelenését és ezek többletköltségét

„Nem volt tv előfizetésem, most sincs. A barátnőmmel HBO GO, Netflix, YouTube és pirate tartalmakat fogyasztunk” – streamer

Demográfiai szempontok (kvalitatív snapshot)

A tartalomválasztás alapvető szempontjai, keretei



KOR

Az alapvető műsorválasztási preferenciákon (mese VS nosztalgia) túl az idősebbekre jellemző, hogy...

... **a tévé kategória image-e még mindig jobb**, elfogadottabb:

releváns kikapcsolódási forma, szeretnek tévézni

... ők is elkezdtek **individúálisan** tartalmakat fogyasztani

... **még kevésbé érnek rá hétvégén** tévézni

... **szinkronosan** nézik a filmeket

„Azért lett még egy médiabox, hogy a férjemmel ne kelljen ugyanazt a műsort nézni feltétlenül, nem egy az érdeklődési körünk.” – empty nester



NEM

A férfiak számára fontosabb a **sport és humor**, míg a hölgyek a **„könnyedebb tartalmak”** alatt nem a humort, inkább az életmód jellegű műsorokat értik.

A közös tévézés elsősorban népszerű show-k, sorozatok, sportesemények ill. dokumentum/ ismeretterjesztő műfajban a jellemzőek – romantikus vagy akciódúsabb filmek kevésbé esnek ebbe a mezőbe.

A „kinél van a távirányító” kérdés az individuális tartalomfogyasztás miatt idejétmúlttá kezd válni.

„Nekem a humor nagyon fontos, a tévében elsősorban ilyen műsorokat keresek, de ahogy öregszem a nosztalgikus hangulat is megszáll néha.” – nagyobb gyerekes apa



VÉGZETTSÉG

- A magasabb iskolai végzettséggel rendelkezőkre jellemzőbb az az érzés, hogy a tévézés outdated.
- **Fontos számukra az önképük**, amit műsorválasztási preferenciáik is megerősítenek (hírek, közéleti és ismeretterjesztő ill. elgondolkodtató műsorok).
- Az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők sokkal bátrabban merik kimondani, hogy „szeretek tévézni”.



CSALÁDI ÁLLAPOT

- **A „családi tévézés” nem kiemelt prioritás** a kisgyerekeseknél, a nagyobbaknál pedig szinte kivitelezhetetlen: kb. 12 éves felett a gyerekek visszahúzódnak szobájukba, ritkán csatlakoznak a szülőkhöz a tévé elé.
- A szinglik számára nagyon fontos a tévé (egyfajta társ is), míg a dinkikre a rituális közös tartalomfogyasztás a jellemző (pl. esti SVOD, közös sorozatnézés).
- A még aktív empty nesterek tévézésre fordítható ideje nem nőtt: elfoglaltak, unokáznak, pörögnek.

„Gyermekeimmel próbálok minél több és hasznos időt eltölteni. Játsszani, biciklizni, tollasozni, társasozni.” – kisgyerekes néző

„Aki egyedül él, nem akar sírni. Kihozzuk az életünkéből a legjobbat, a tévével is így vagyunk.” - Szingli



LAKÓHELY

- Vidéken a tartalmak hozzáférhetősége (tévécsoomagok/ net a SVOD-hoz) korlátozottabbnak tűnik.
- A kertés házban élők időbeosztása – különösen a nyári időszakban – a kert ritmusához alkalmazkodik, a tévé rovására.

„Ha kertet van, olyan, mintha gyereked lenne, azt nem hagyhatod ott.” – Empty nester

Aktuális fáradtsági szint (egyéni időbeosztástól nagyban függ)

A tartalomválasztás alapvető szempontjai, keretei

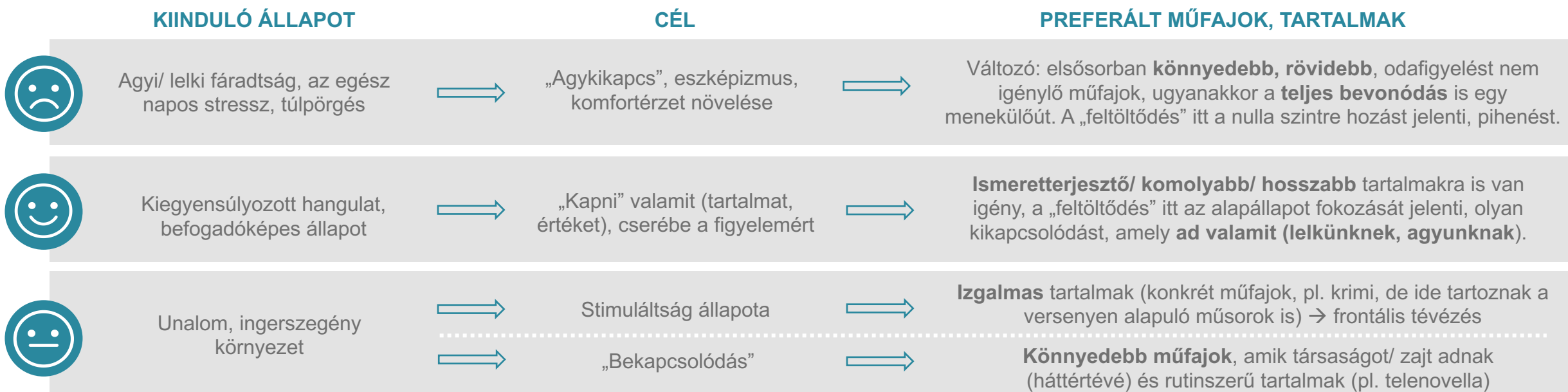
- A tévzés alapvetően a kikapcsolódásról szól – és a többség ez alatt nem a felpörgést érti, hanem a pihenést: passzívabb kikapcsolódásnak számít, még akkor is, ha igénybe veszi az elmét is.
- A műsorválasztásra döntő befolyással van, hogy **a néző épp milyen érzelmi állapotban van (és mennyire éles a figyelme, „agya”)** és **mire vágyik, hogyan változtatná ezt meg.**
- A következő mintázatok a leginkább jellemzőek:

„A mindennapok rohanásában jól esik a tévét **bambulni pihenésként.**” – nagyobb gyermekes néző

„Szerintem ha már valaki elhatározta magát arra, hogy egy vagy több streaming szolgáltatást előfizet, annak az legfontosabb, hogy a **mindenkori hangulatának megfelelő műsort kapja.**” – streamer

„Komolyabb ismeretterjesztőt inkább **hétvégén** nézünk.” – kisebb gyermekes néző

„**Ezt érzi az ember,** hogy mire van szüksége, nem tervezi.” – Empty nester

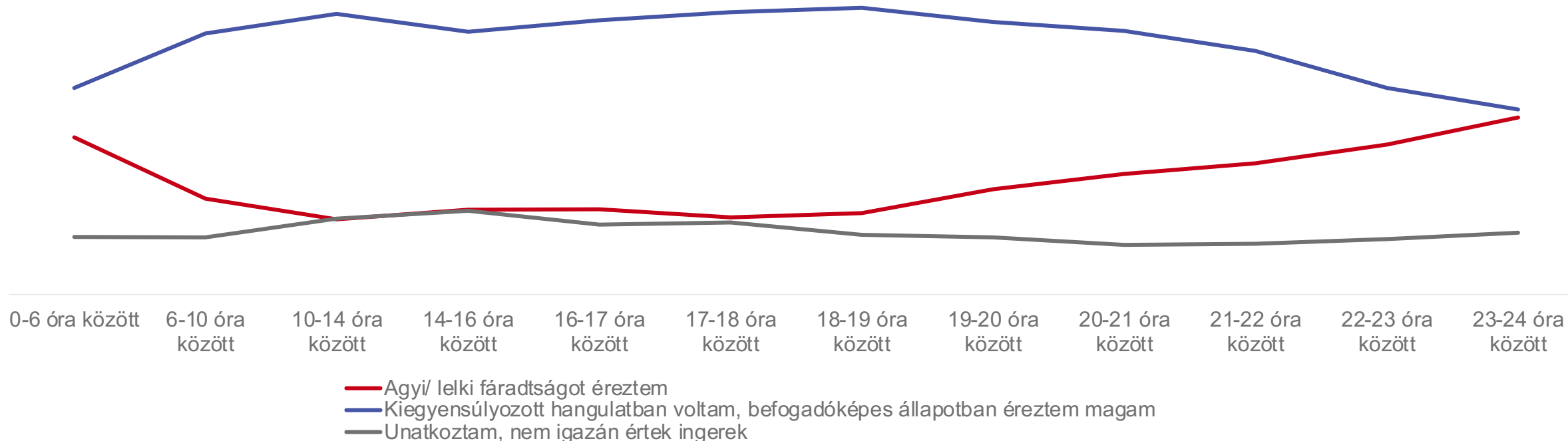


Aktivitás, fáradtság a videótartalmakat fogyasztók körében

Adott intervallumban videótartalmat fogyasztók

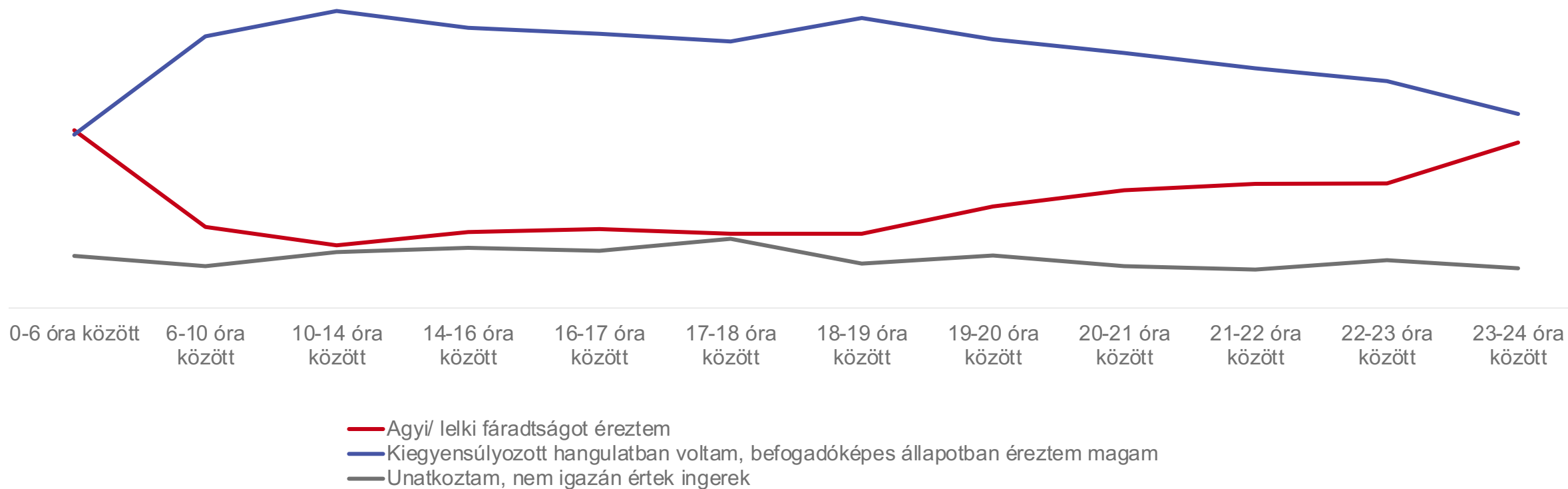
Az unalom miatti, vagy unatkozás állapotában történő tartalomfogyasztás az éppen valamely videótartalmat fogyasztók körében egyik napszakban sem jelentős – leginkább a délelőtti, kora délutáni időpontokban nő meg az arányuk. A fáradtság inkább a reggeli időpontokban jellemző, valamint a kora esti időszakokban indul újra növekedésnek. Általánosan azonban elmondható, hogy a videótartalom fogyasztása kiegyensúlyozott, befogadóképes állapotban találja a nézőket.

Nincs döntő különbség platformválasztás terén sem téren sem, inkább árnyalatnyi eltérések: unalom esetén nagyobb valószínűséggel fordulnak a streaming, míg kiegyensúlyozott, befogadóképes állapotban inkább a tévé felé. Fáradtan pedig többször választják a videómegosztók nyújtotta lehetőségeket.



Aktivitás, fáradtság a tévénézők körében

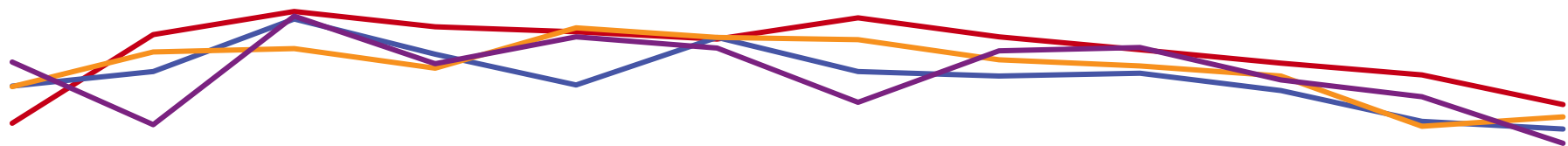
Adott intervallumban tévét nézők



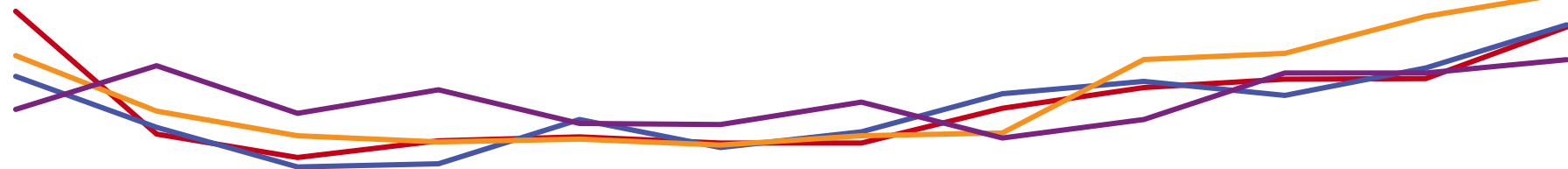
Aktivitás, fáradtság különböző platformokon videótartalmakat fogyasztók körében

Adott intervallumban adott típusú videótartalmat fogyasztók

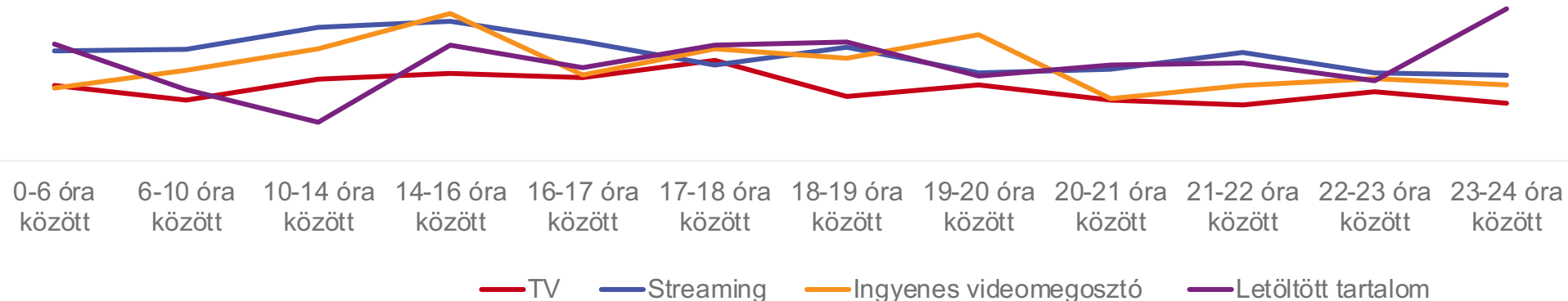
KIEGYEN-
SÚLYOZOTT
HANGULAT



AGYI/LELKI
FÁRADTSÁG



UNALOM



Spontán/ rutinszerű/ tervezett tartalomfogyasztás

A tartalomválasztás alapvető szempontjai, keretei

Spontán:

„Szeretnék valamit nézni!”

- Unatkozom (fiataloknál itt sok esetben a netezés/ gaming a válasz)
- Egyedül érzem magam
- Szeretném, hogy szóljon valami a háttérben → domináns trend, konstans „multitasking” üzemmód és igény az ingergazdag környezetre
- Van egy kis időm leülni, tévézni

Jellemzői:

- Nincs konkrét cél/ kinézett műsor
- Magas képernyő előtt töltött idő, jellemző a háttértévézés is

Jellemző igény – sokféle: **stimuláltság/ eszképipizmus/ kapcsolódás**

„Van úgy, hogy ha kicsit csendes a lakás, bekapcsolom a tv-t, hogy valami zaj legyen, hogy ne érezzem magam egyedül.” – szingli

„Este híradó, aztán nincs konkrét terv, kapcsolgatunk és ami megtetszik, azt fogjuk majd nézni.” – dinki

Szeretnek tévézni, kevésbé érzik a kategóriával kapcsolatos értékvesztettséget.

Rutinszerűen:

„Jön a műsorom!”

- Ez a szokásom/ napi rutinom része, „így szoktam kikapcsolódni, pihenni”
- Jellemzői:
- Sokszor megadja a nap ritmusát
 - Erős lojalitás a műsor/ személyek felé
 - Jellemzően magas képernyő előtt töltött idő
 - Nemcsak műsor alapján, hanem a napi ritmusnak megfelelő rutin, pl. munka után leülök a tévé elé (rituálé)
 - SVOD-ban nem létező műfaj – ugyanakkor a napi rutin ott is megfigyelhető, pl. alvás előtt 1-2 sorozatrész megtekintése

Jellemző igény:

- **Biztonság, stabilitás, egyszerűség**
- **Kapcsolódás, „ismerős” arcok**

Természetesen rutin szerűen a vasárnapi esti műsorok kihagyhatatlanak. Atv és Rtl klub Híradó majd a Napló című műsor, amiket rendszeresen megnézek.” – kisgyermekes néző

Tervezetten:

„Most ezt/ valami ilyet szeretnék nézni!”

- Konkrét műsor, adás, csatorna megtekintése

Jellemzői:

- Tudatosabb, szelektívebb tévézés és műsorválasztás pl. kritikák, ajánlások alapján
- Jellemzően minőség-orientáltabb nézői szegmens → érzik a kategória értékvesztését, többen a SVOD felé orientálódnak
- Kevesebb ideig tévéznek a nap/ hét során (hagyományos módon), így kevésbé találkoznak spontán műsorokkal

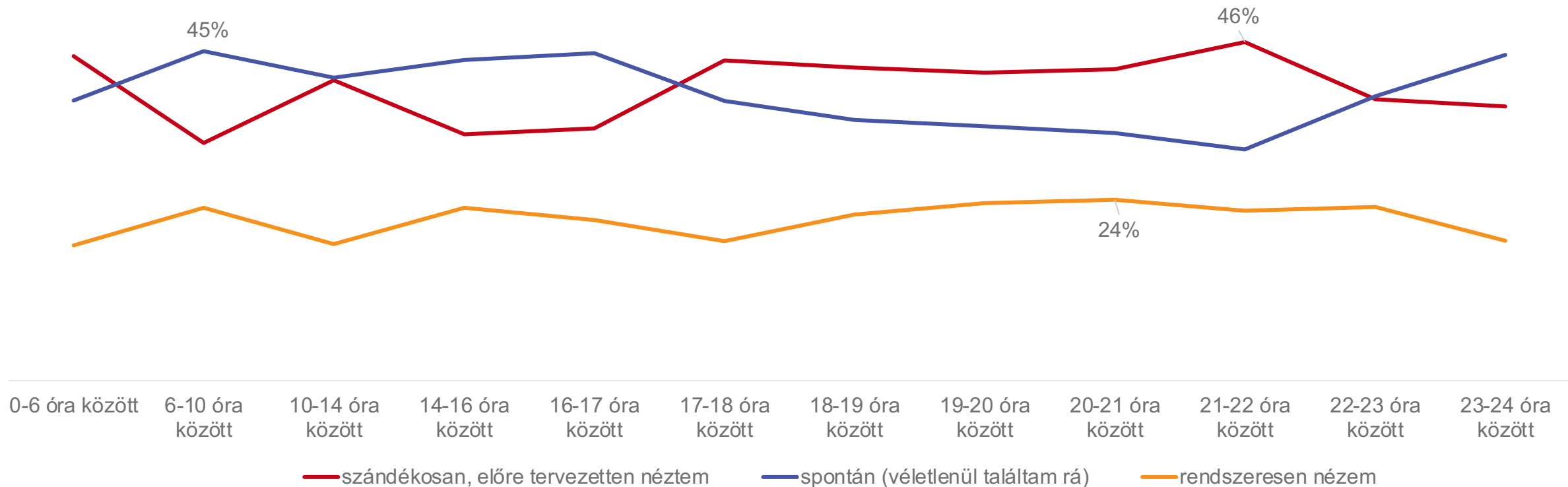
Jellemző igény: **érték/ tartalom „kapása”**

„Nem vagyok a TV rabja, és nem is rendelkezem túl sok szabadidővel sem, ezért általában előre megtervezem, milyen műsorokat szeretnék megnézni aznap. Üresjáratom nem szokott lenni.” – nagyobb gyermekes néző

Tervezettség különböző időszakokban

Adott időszakban tévézők

A spontán műsorválasztás inkább a nap első felében jellemző, 17 óra után inkább a tervezettség dominál. A rendszeresen nézett műsorok aránya minden időszakban 20% körül alakul.



4 Tartalomfogyasztás különböző platformokon



Tartalomfogyasztás különböző platformokon

Továbbra is a tévé legnépszerűbb, a többi platform is egyre jelentősebb szeletet hasít ki az emberek életéből. A streaming vagy ingyenes videómegosztókon történő tartalomfogyasztás napi íve különbözik, jóval egyenletesebb megoszlású a tévében tapasztaltnál – ez természetesen a tartalomválasztási szabadságnak is köszönhető.

TARTALOMVÁLASZTÁS, ZSÁNEREK

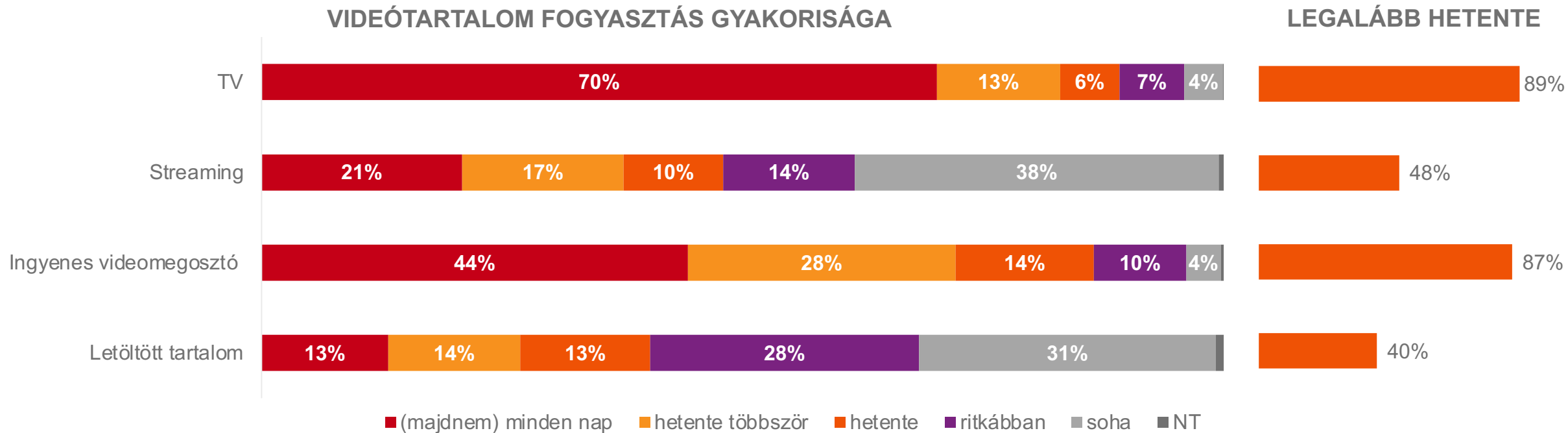
Bár a válaszadók az előző nap során nézett tartalomtípusokat jelölhették, az eredmények az általános tartalomtípusok fogyasztását is tükrözik, ugyanakkor jól visszaadják a jellemző tendenciákat.

A zsánerválasztás során a tévé dominanciája megtestesül a sorrendben is: az alapvetően tévében fogyasztott hírek, híradó, időjárásjelentés a legtöbbször nézett típus. A híreken kívül a filmek és az ismeretterjesztő műsorok a legnépszerűbb tartalmak. Ez előbbi a streaming csatornák, míg az utóbbi az ingyenes videómegosztók húzózsánerének számít.

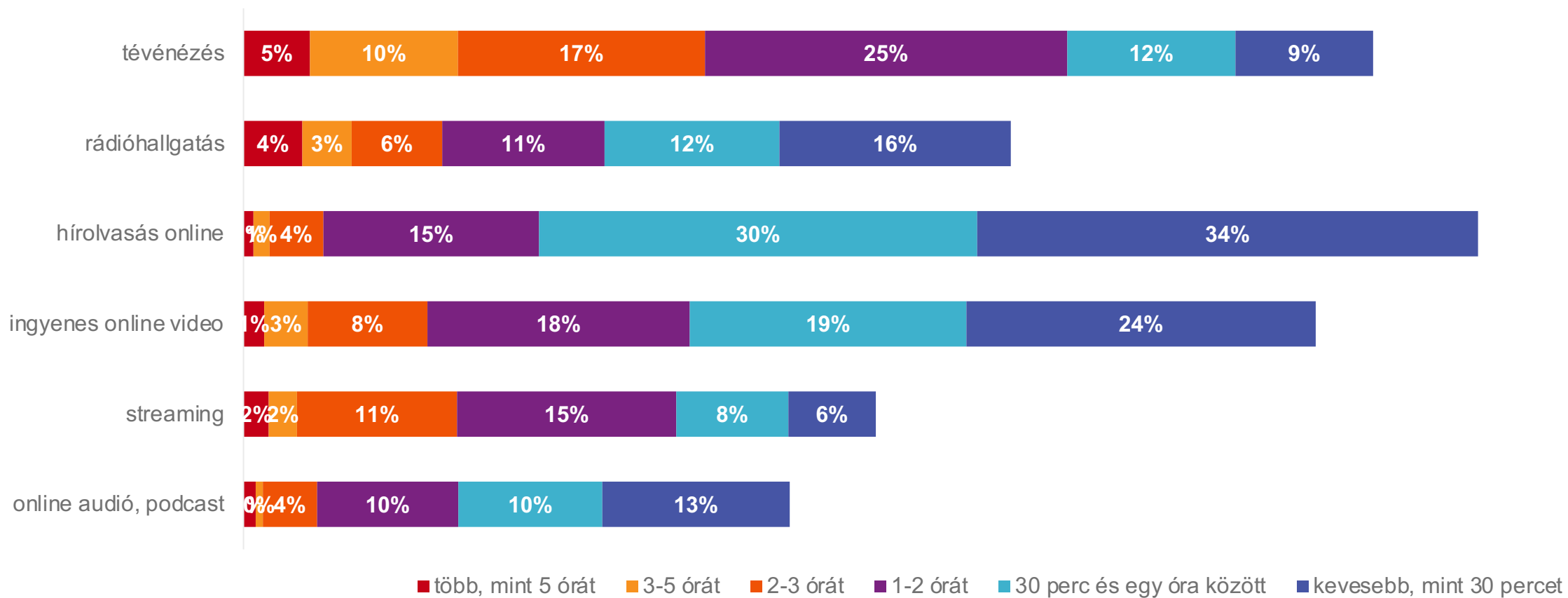
A legtöbb műsortípus esetében a hétköznapiak számítanak a sűrűbbnek, azaz amelyek során többen választják egy-egy zsánert, míg a tipikus hétvégi zsánereknek a showműsorok, a filmek és a sportközvetítések minősülnek.

Videótartalom fogyasztás jellemzői - gyakoriság

Még mindig tízből kilenc 16-64 éves néz tévéműsort legalább hetente, de az ingyenes videómegosztók népszerűsége vetekszik a tévéével. A fizetős streaming tartalmak is sok háztartásban kínálják a szórakozás egy formáját – minden második válaszadó legalább hetente választ streaming tartalmat.

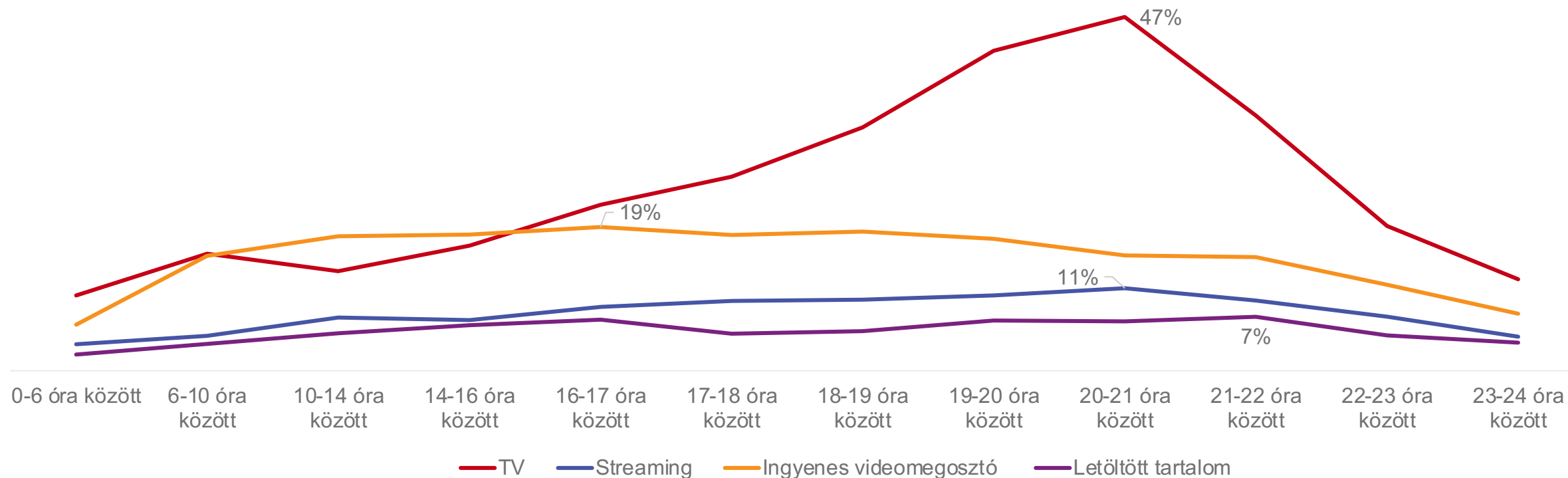


Tegnapra vonatkozó médiafogyasztás



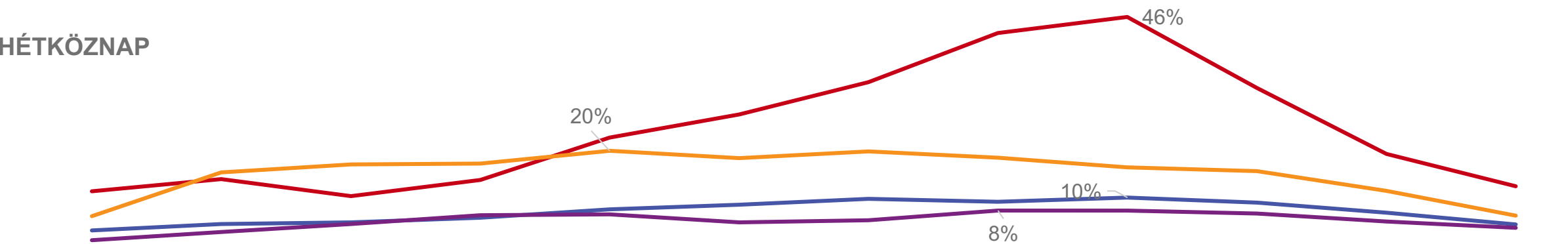
Videótartalom fogyasztás jellemzői – jellemző időszáv

A tévéműsor iránti érdeklődés a klasszikus napi görbét mutatja: a nem túl erős reggeli kezdést követően a délelőtti órákban kissé visszaesik, majd fokozatosan nő a tévénezők száma egészen a főműsoridő közepéig, 20-21 óráig. Hétvégén természetesen kiegyensúlyozottabb a napi tévénézés, és alapvetően magasabb szintet ér el főműsoridőben is. A streaming tartalmak fogyasztása sokkal egyenletesebb, de a főműsoridő itt is a csúcspontot jelenti. Az ingyenes videómegosztók inkább napközben erősek, bár hétvégén az esti órákban sem esik vissza nagy mértékben.

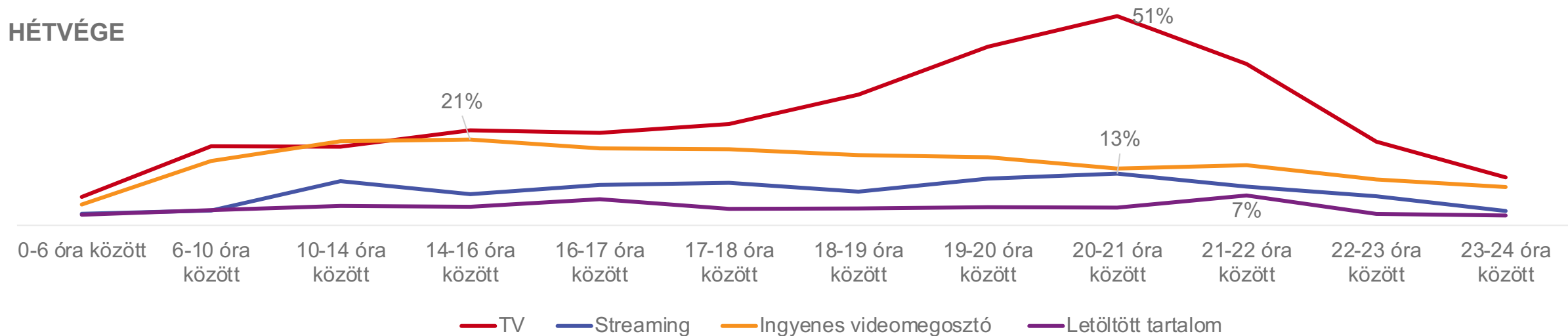


Videó tartalom fogyasztás jellemzői – jellemző időszáv

HÉTKÖZNAP

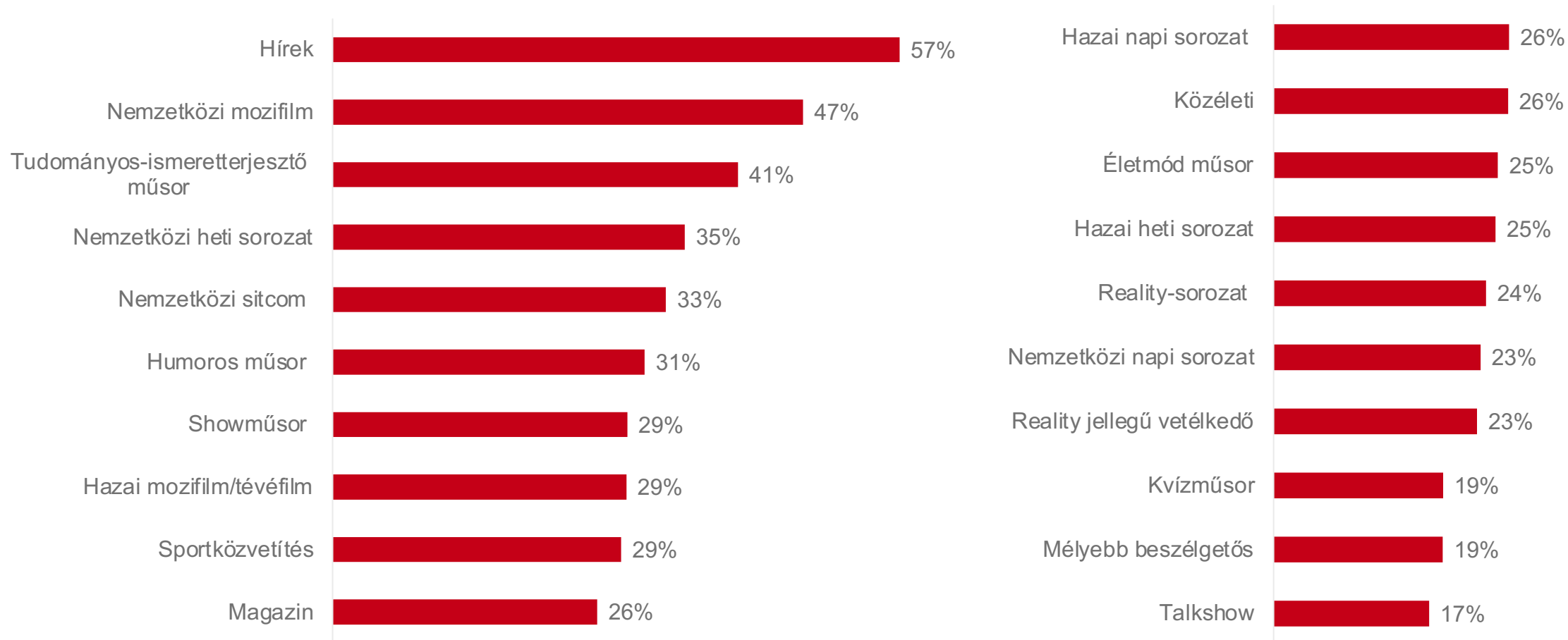


HÉTVÉGE



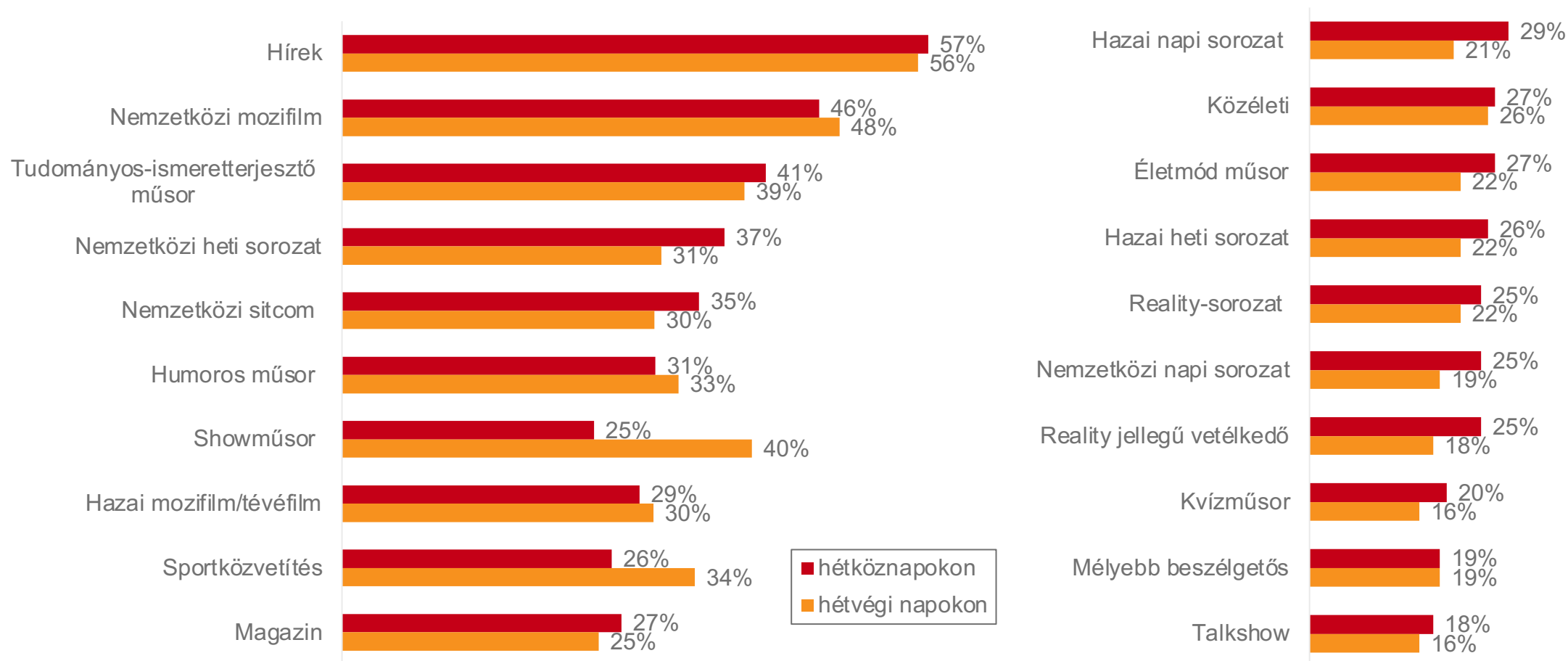
Legnépszerűbb zsánerek platformfüggetlenül

Előző nap nézett zsánerek



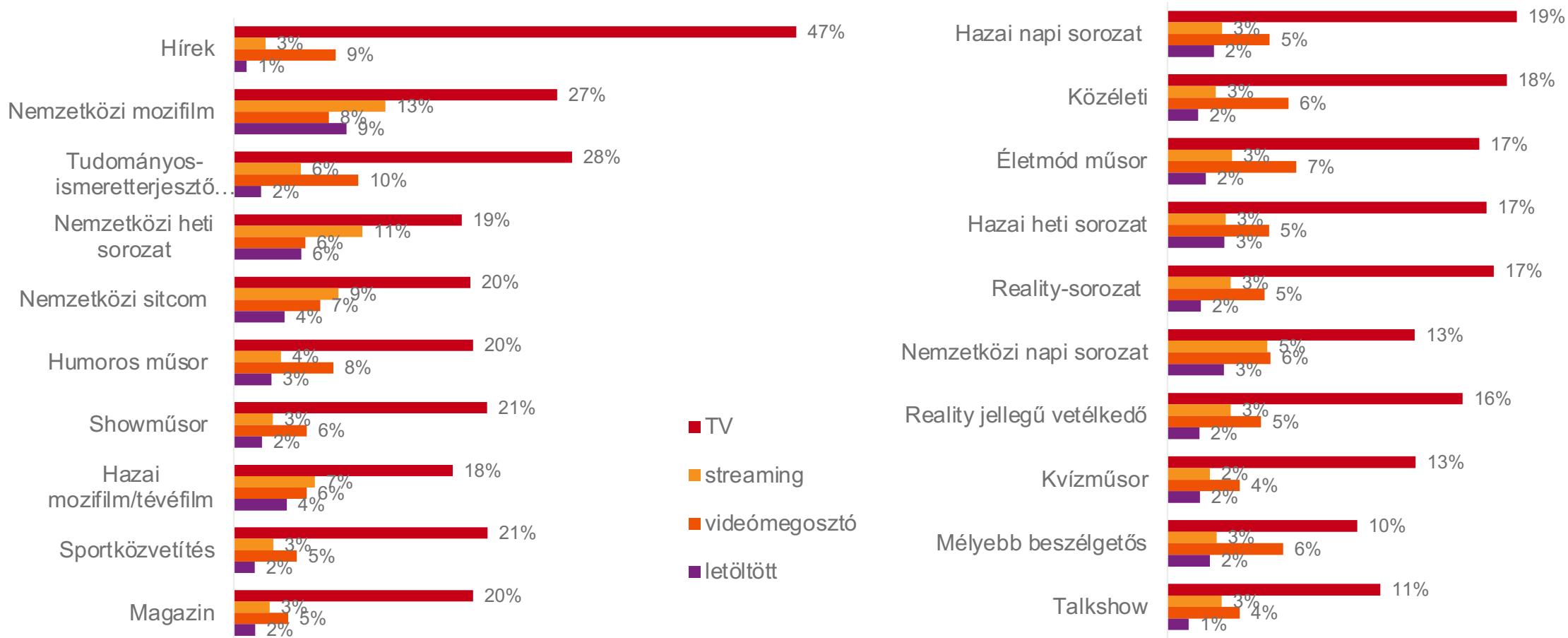
Legnépszerűbb zsánerek platformfüggetlenül – hétköznap/hétvége

Előző nap nézett zsánerek



Zsánerek nézettsége különböző platformokon

Előző nap nézett zsánerek

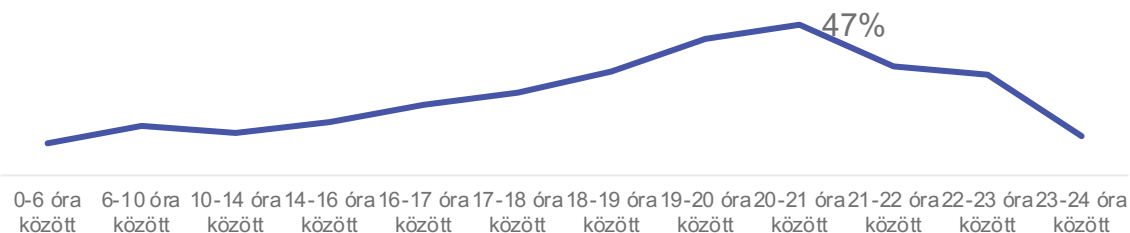


TV vs. streaming

TV

HETI NÉZETTSÉG:
89%

A TV továbbra is legnézett videótartalmat biztosító platform. Napi nézettségében erőteljes ingadozás mutatható ki napjainkban is. Legfontosabb húzózsánerei a hírek és az ismeretterjesztő műsorok.



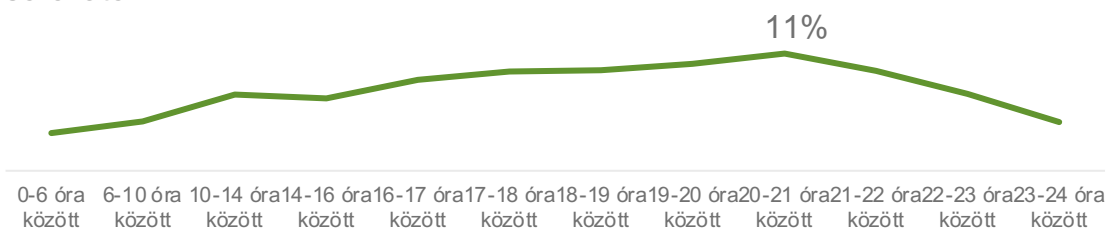
TOP5 ZSÁNER



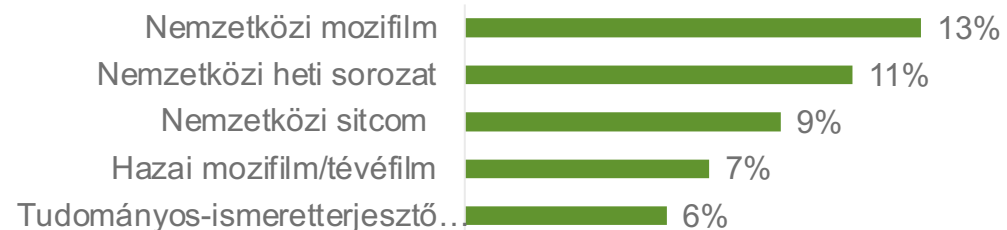
STREAMING

HETI NÉZETTSÉG:
48%

A streaming már minden második internetező mindennapjaiban megtalálható, bár napi szinten jóval kevesebben fogyasztanak róla videótartalmat, mint a tévén keresztül. Napi fogyasztási ciklusa kiegyensúlyozottabb, de esetében is megfigyelhető a klasszikus főműsoridő jelentősége. Húzózsánerei a filmek és sorozatok.



TOP5 ZSÁNER



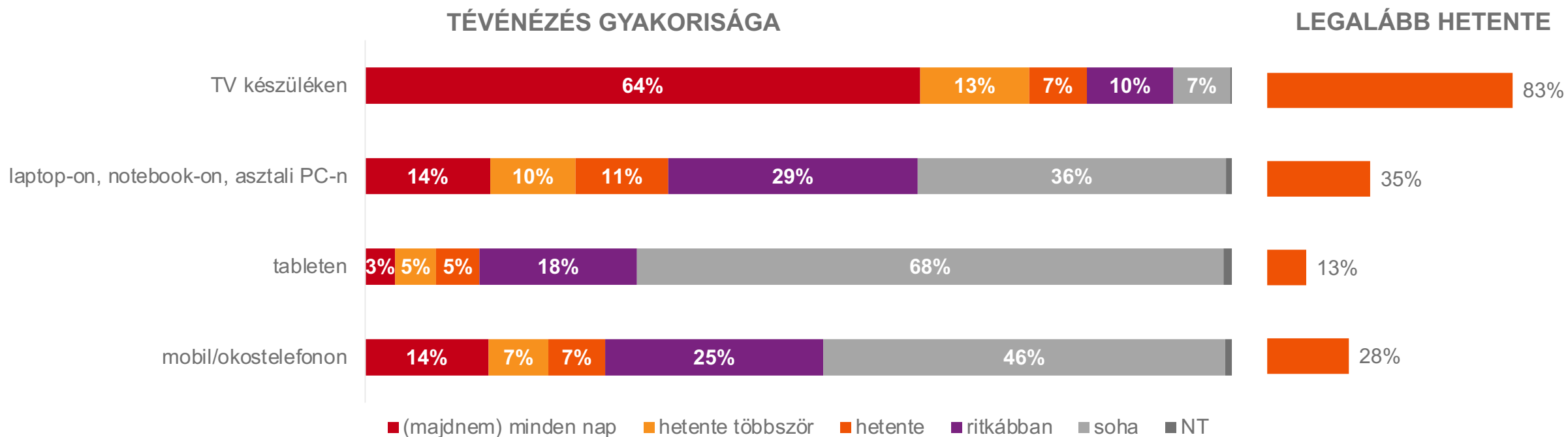
5

Tartalomválasztás, zsánerek a tévében



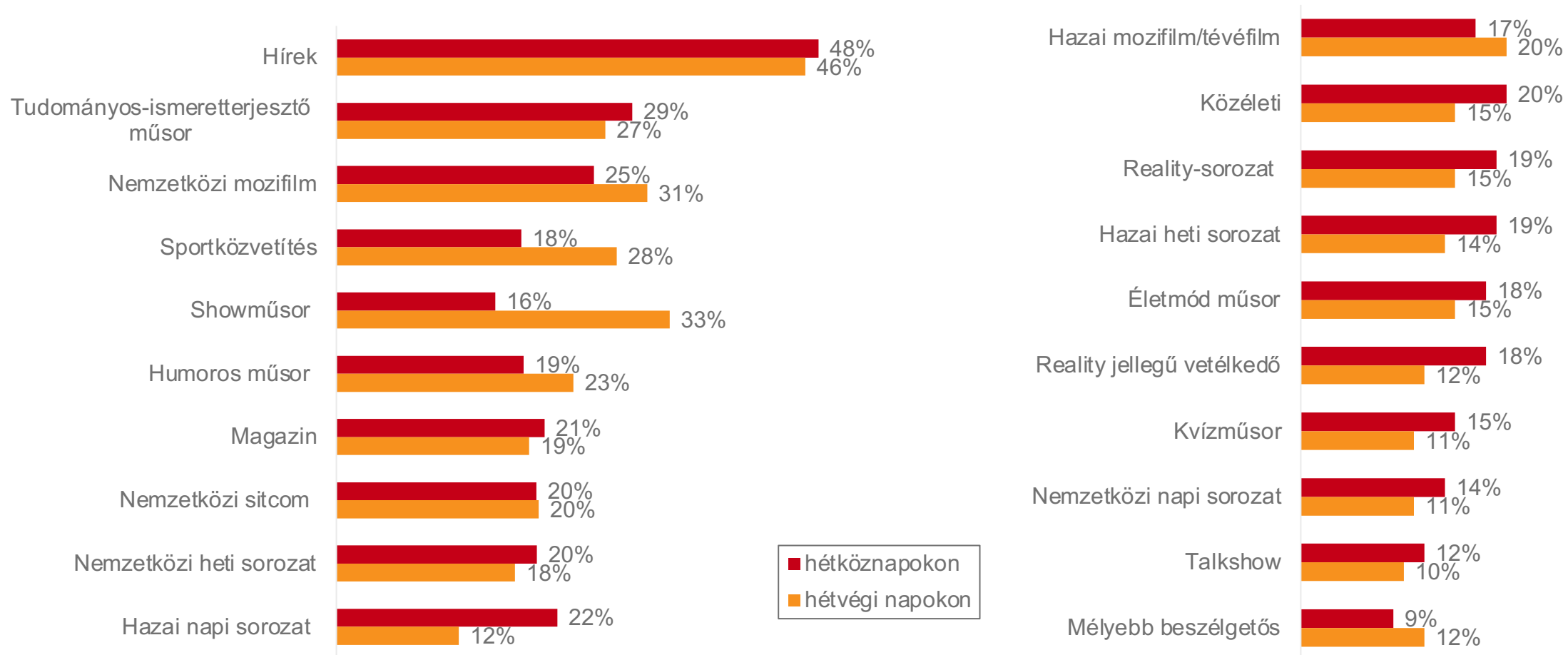
Tévénézés jellemzői - eszközválasztás

Tévé műsort még mindig jobbra tévékészüléken néznek az emberek, de nem ismeretlen számukra a műsorfolyam elérése számítógépen vagy telefonon keresztül sem. Az előbbi a válaszadók harmada, míg az utóbbi platformon keresztül negyedük szokta a tévé műsorokat nézni.



Legnépszerűbb TV műsor zsánerek – hétköznap/hétvége

Előző nap nézett zsánerek



Nézett zsánerek az egyes idő intervallumokban

Adott időintervallumban tévézők

A 19-20 óra között tévézők 26%-a nézett híreket (is) ebben az időszakban

	0-6 óra között	6-10 óra között	10-14 óra között	14-16 óra között	16-17 óra között	17-18 óra között	18-19 óra között	19-20 óra között	20-21 óra között	21-22 óra között	22-23 óra között	23-24 óra között
Hírek	41%	49%	29%	16%	26%	36%	49%	26%	12%	8%	11%	9%
Magazin	12%	11%	4%	4%	3%	7%	10%	13%	2%	1%	2%	2%
Közeleti	11%	12%	9%	4%	5%	8%	8%	8%	7%	4%	3%	5%
Talkshow	7%	4%	5%	2%	2%	3%	3%	2%	1%	3%	3%	4%
Mélyebb beszélgetős	6%	3%	2%	4%	2%	1%	2%	0%	1%	1%	4%	5%
Kvízműsor	5%	2%	2%	1%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	6%	6%
Hazai napi sorozat	8%	5%	8%	6%	4%	3%	4%	6%	13%	5%	4%	3%
Hazai heti sorozat	3%	4%	6%	2%	2%	3%	4%	1%	5%	4%	4%	5%
Nemzetközi napi sorozat	8%	3%	7%	10%	10%	8%	3%	3%	4%	5%	2%	2%
Nemzetközi heti sorozat	13%	7%	7%	10%	11%	9%	6%	8%	6%	10%	8%	14%
Nemzetközi sitcom	8%	10%	11%	11%	7%	8%	6%	7%	7%	5%	8%	12%
Hazai mozifilm/tévéfilm	10%	4%	9%	8%	7%	6%	6%	5%	6%	7%	7%	6%
Nemzetközi mozifilm	6%	11%	16%	16%	17%	14%	14%	16%	17%	22%	27%	20%
Showműsor	6%	4%	5%	4%	2%	3%	5%	12%	15%	14%	14%	5%
Reality jellegű vetélkedő	3%	2%	2%	4%	3%	3%	2%	3%	6%	9%	8%	5%
Humoros műsor	6%	4%	6%	5%	4%	6%	6%	4%	6%	5%	7%	8%
Tudományos-ismeretterjesztő műsor	19%	9%	18%	20%	15%	11%	9%	11%	10%	9%	10%	17%
Reality-sorozat	6%	3%	9%	7%	7%	4%	5%	3%	3%	5%	5%	5%
Életmód műsor	8%	5%	5%	5%	7%	6%	5%	5%	4%	7%	2%	1%
Sportközvetítés	7%	8%	15%	20%	14%	11%	8%	7%	11%	14%	11%	11%
n=	102	158	134	169	224	262	328	432	477	344	195	124

A piros mezők mutatják, hogy az egyes időszakokban melyek a legnépszerűbb zsánerek.

A híradó, hírek zsáner a legnépszerűbb, legtöbbek által követett műsортípust jelenti egészen az esti órákig. Különösen a reggeli időpontokban (összességében alacsony nézőszám miatt) valamint az esti híradó időpontjában jelentős a szerepe.

Az esti órákban leginkább a filmek és a showműsorok dominánsak, míg a sorozatok egész nap hasonló szeletet hasítanak ki a zsánertortából.

Az ismeretterjesztők iránti érdeklődés leginkább délután és késő este jelentkezik.

Preferált intervallumok egyes zsánerek esetén

Adott zsánereket tévén nézők

A híreket tévében követők 31%-a nézett 19-20 óra között (is) híradót, híreket.

	0-6 óra között	6-10 óra között	10-14 óra között	14-16 óra között	16-17 óra között	17-18 óra között	18-19 óra között	19-20 óra között	20-21 óra között	21-22 óra között	22-23 óra között	23-24 óra között	n=
Hírek	11%	21%	11%	7%	16%	26%	45%	31%	15%	8%	6%	3%	362
Magazin	12%	16%	6%	7%	7%	18%	32%	53%	10%	3%	4%	2%	102
Közéleti	11%	19%	13%	8%	12%	22%	27%	38%	33%	14%	7%	6%	95
Talkshow	19%	18%	18%	11%	10%	24%	23%	19%	18%	23%	16%	13%	38
Mélyebb beszélgetős	19%	12%	7%	18%	15%	9%	24%	6%	18%	13%	21%	21%	33
Kvízműsor	10%	8%	7%	2%	12%	14%	18%	27%	29%	19%	23%	15%	50
Hazai napi sorozat	7%	6%	9%	9%	8%	8%	13%	22%	56%	14%	7%	4%	114
Hazai heti sorozat	6%	11%	15%	6%	9%	15%	24%	11%	41%	26%	15%	11%	53
Nemzetközi napi sorozat	10%	5%	12%	22%	30%	25%	12%	19%	26%	24%	6%	4%	79
Nemzetközi heti sorozat	13%	11%	9%	16%	25%	23%	20%	35%	30%	34%	16%	17%	100
Nemzetközi sitcom	7%	15%	13%	17%	14%	19%	18%	28%	30%	16%	15%	13%	109
Hazai mozifilm/tévéfilm	12%	9%	15%	16%	18%	19%	23%	26%	36%	28%	17%	9%	82
Nemzetközi mozifilm	3%	9%	12%	15%	22%	21%	26%	39%	47%	43%	30%	14%	177
Showműsor	5%	5%	5%	6%	4%	8%	15%	44%	60%	41%	24%	5%	117
Reality jellegű vetélkedő	4%	4%	4%	9%	9%	12%	7%	19%	45%	43%	21%	9%	68
Humoros műsor	7%	7%	9%	9%	12%	19%	22%	23%	32%	19%	15%	11%	85
Tudományos-ismeretterjesztő műsor	12%	9%	15%	22%	21%	18%	18%	30%	31%	20%	13%	13%	159
Reality-sorozat	9%	8%	19%	19%	24%	16%	25%	19%	21%	26%	15%	10%	64
Életmód műsor	11%	11%	10%	12%	21%	20%	21%	30%	29%	31%	5%	1%	73
Sportközvetítés	6%	10%	16%	28%	26%	24%	20%	25%	42%	37%	17%	11%	125

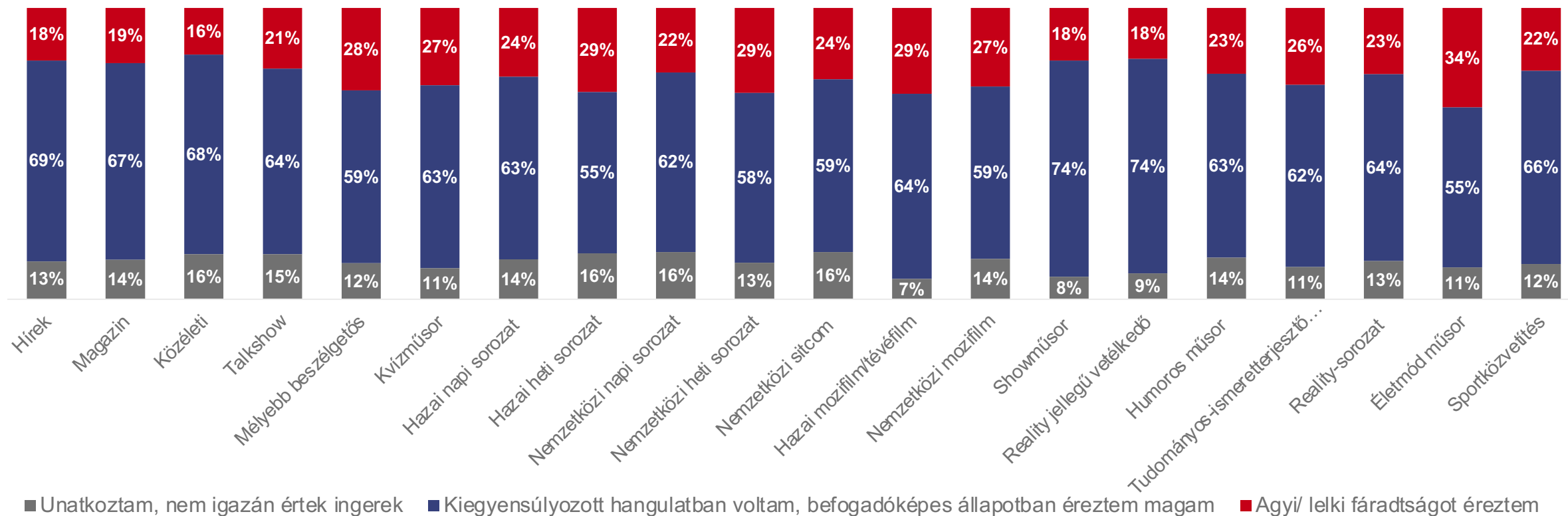
A piros mezők mutatják, hogy az egyes zsánerek esetén melyek azok az időszávok, melyek során a legtöbb választják. A legtöbb zsáner esetén a főműsoridő jelenti a napi peak-et, ám nem az összes típus esetén. Vannak, amelyek kora (pl.tudományos ismeretterjesztő) vagy késő délután (pl. talkshow), esetleg a késő esti (pl. mélyebb beszélgetős műsorok) időszávokban teljesítenek legjobban, vagy a többi zsánerhez képest relatívan jól.

Befogadói állapot zsánerválasztás esetén

Különböző intervallumokban tapasztalt értékek átlaga

A híreket nézők átlagosan 69%-a volt kiegyensúlyozott állapotban, mikor e zsánert választotta, 18% fáradtságot érzett, míg 13% unalmában kapcsolt a műsortípusra.

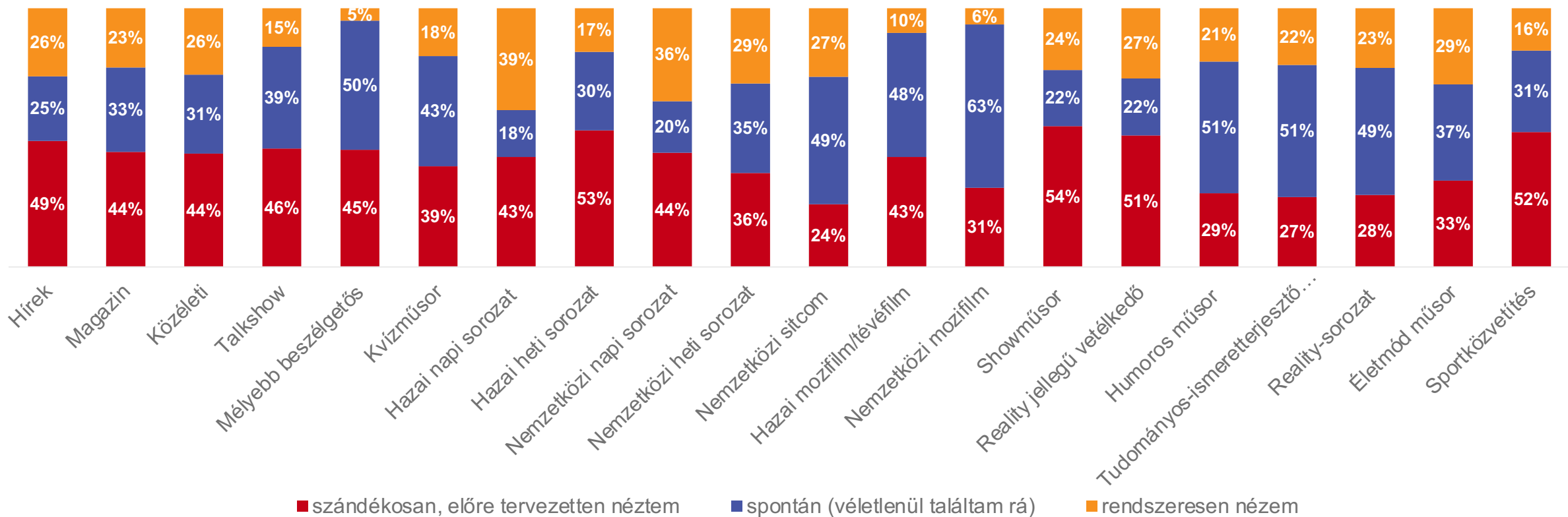
Fáradtan hajlamosabbak pl. az életmód műsorok vagy a heti sorozatok felé fordulni az emberek, míg a közéleti műsorokat, vagy éppen sitcom-okat sokszor unalmukban választják tévénezők.



Tervezettség műsortípusok esetén

Adott zsánert tegnap tévén nézők

A rendszeresség a sorozatok nézésre jellemző leginkább, míg a tudatosság, előre kiválasztottság a hétvégi showműsoroknál, a reality jellegű vetélkedőknél és a sportközvetítéseknél érzékelhető legnagyobb arányban. A filmekbe azonban gyakran spontán botlanak csak bele a nézők, és ugyanígy jellemző a tervezettség alacsony szintje az ismeretterjesztőkre, a mélyebb beszélgetős, de a humoros műsorokra is.



Zsánerek áttekintése

A következő oldalakon összefoglaló oldalakat mutatunk be minden vizsgált zsánerről az ábrán látható módon és témakörök alapján:



NÉZETTSÉG

Bár a „tegnap” nézett műsorokra kérdeztünk rá, konkrét időszáv nélkül összességében jóval többen neveztek meg egy-egy műsортípust. Ez az adat tehát tükrözi az általános nézői szokásokat is. Az adat a teljes minta százalékában mutatja az eredményeket.



PREFERÁLT IDŐSÁV

Adott zsánert valamely időszávban megjelölőket tekintettük a zsánert valóban az előző nap során nézőknek. E válaszadók körében mutatjuk, hogy mely időszávokat preferálják leginkább adott zsáner esetén. Ezen belül látszik az is, hogy adott időszávban mekkora részüket választotta tervezetten vagy rendszeresen adott típusba tartozó műsort.



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

A legtöbbször által megjelölt öt need jól mutatja adott zsáner nézéséhez vezető, a választását magyarázó motivációkat. A műsортípusoknál jelölt összes motiváció jelentőségét bemutató ábrák a mellékletben érhetőek el.



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Az egyes zsánerek rövid szöveges értékelése az oldalon elérhető információk alapján.

Zsánerek áttekintése: Hírek, híradó, időjárás-jelentés



NÉZETTSÉG

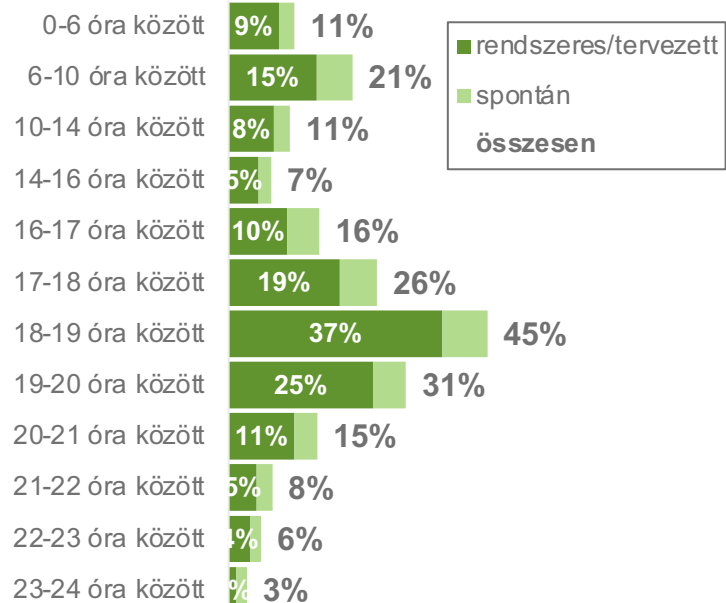
NÉZTE: 57%

TV-N NÉZTE: 47%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretnék naprakész és tájékozott lenni azzal kapcsolatban, mi történik a nagyvilágban, hazánkban, körülöttem **64%**
- Szeretek képben lenni a hétköznapi, ügyes-bajos dolgokkal, történetekkel, kapcsolatban **40%**
- Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból. **22%**
- Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek **18%**
- Fontos, hogy a mindennapi beszélgetések során hozzá tudjak szólni egy-egy aktuális témához **16%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A hírek a legáltalánosabb zsáner, a tévénézők körében a legáltalánosabb műsортípus. A kategórián belül az esti híradók a legnagyobb érdeklődésre számot tartóak, a hírek nézőinek fele (45%) nem hagyja ki, többnyire tudatosan választják (37%). Egyértelműen a naprakészség és tájékozottság iránti igény vonzza a híradó alatt a képernyők elé a nézőket.

Zsánerek áttekintése: Magazinműsor



NÉZETTSÉG

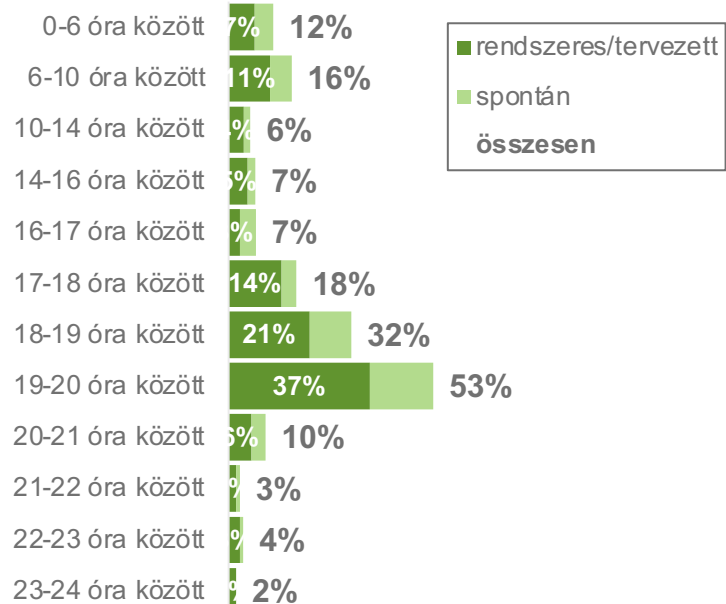
NÉZTE: 26%

TV-N NÉZTE: 20%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretek képben lenni a hétköznapi, ügyes-bajos dolgokkal, történetekkel, kapcsolatban **28%**
- Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek **27%**
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt **26%**
- Szeretem, ha egy műsornak van köze a valósághoz és/ vagy megtörtént esetről szól **25%**
- Szeretem a hazai, magyar témákat, országjárást, recepteket, történelmet, kultúrát, és a kihagyhatatlan sporteseményeket – jó érzés, hogy ezek összekötnek minket **18%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Magazinműsort a tévézők negyede nézett az előző nap során, leginkább a hétköznapi ügyes-bajos dolgok iránti érdeklődés indukálja a műsortípus iránti kíváncsiságot. Ugyanakkor sokan háttérműsorként is használják, jó aláfestést ad az otthoni tevékenységekhez. Bár a figyelem nem feltétlenül száz százalékos a magazinműsorok alatt, mégsem jellemző, hogy véletlenül botlanak bele, jobbra tervezett vagy legalábbis rendszeres a műsortípus fogyasztása.

Zsánerek áttekintése: Közéleti-, háttér- és elemzőműsor, beszélgetés



NÉZETTSÉG

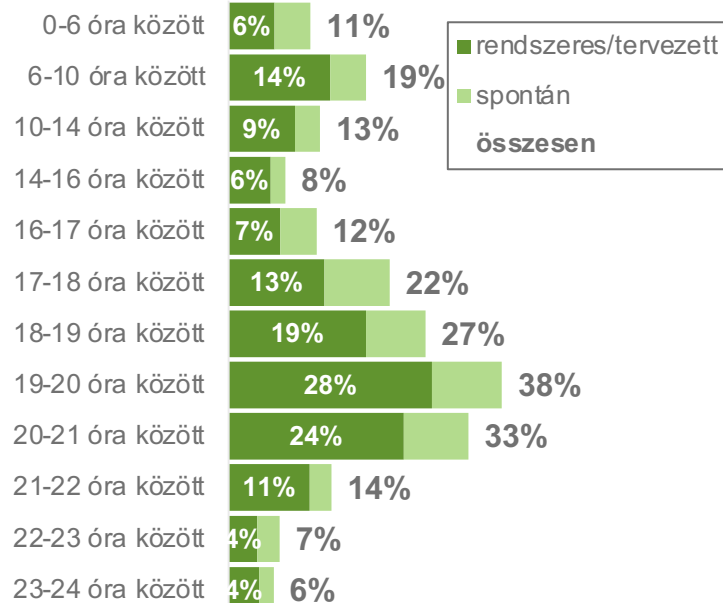
NÉZTE: 26%

TV-N NÉZTE: 18%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretnék naprakész és tájékozott lenni azzal kapcsolatban, mi történik a nagyvilágban, hazánkban, körülöttem **61%**

Mindig keresem a lehetőséget arra, hogy a történések mögé lássak, megértsem a mélyebb összefüggéseket **46%**

Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból **43%**

Fontos, hogy a mindennapi beszélgetések során hozzá tudjak szólni egy-egy aktuális témához **25%**

Úgy érzem, hogy amit nézek, az minősíti azt is, aki vagyok – megválogatom, mi elé ülök le **12%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A legfontosabb a jól informáltság vágya a műsortípust nézők körében, de megjelenik a legfontosabb indokok között a dolgok mélyebb megértése iránti vágy is. Ezáltal a közéleti elemzőműsorok követése a státusz erősítésének egyik fő összetevője a televíziós műsorok nézését alakító motivációk körében.

Zsánerek áttekintése: Talkshow, „kibeszélős műsor”



NÉZETTSÉG

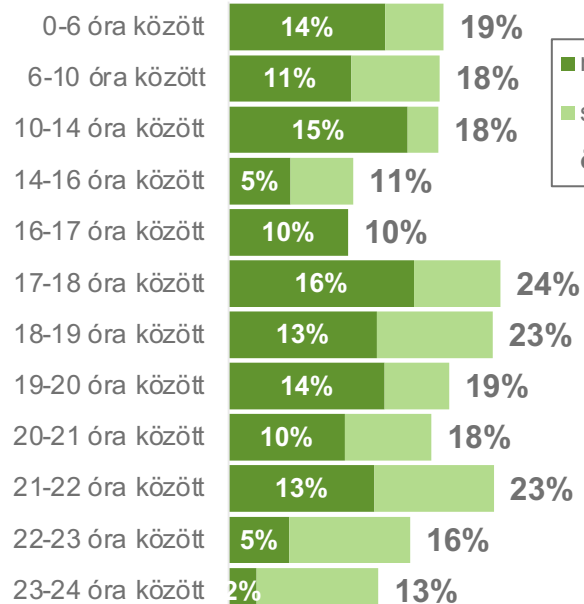
NÉZTE: 17%

TV-N NÉZTE: 11%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



■ rendszeres/tervezett
■ spontán
összesen



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt **46%**
- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam **35%**
- Nagyon inspiráló számomra, ha értelmes, sikeres, tehetséges embereket láthatok és hallhatok **21%**
- Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek **19%**
- Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból **19%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Elsősorban a délelőtt elérhető beszélgetős műsorokra jellemző a tervezettség, a késő délutáni – egyébként a műsortípus szempontjából csúcsidőszaknak számító – időszakban gyakran spontán futnak bele a nézők. A zsáner nézését változatos típusú indokok motiválják, megjelenik a könnyed kikapcsolódás, de a tájékozottság növelése és a státusz megerősítése is.

Zsánerek áttekintése: Mélyebb beszélgetős műsor



NÉZETTSÉG

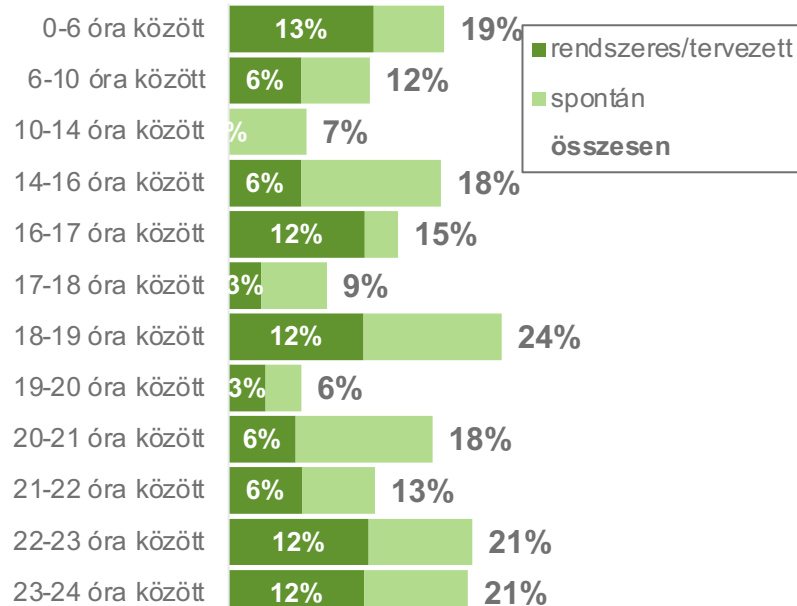
NÉZTE: 19%

TV-N NÉZTE: 10%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretem, ha egy műsornak van köze a valósághoz és/ vagy megtörtént esetről szól 42%

Mindig keresem a lehetőséget arra, hogy a történések mögé lássak, megértsem a mélyebb összefüggéseket 30%

Szeretem azokat a műsorokat, amik szembe mennek a szokásossal, és valami újszerűt, soha nem látottat mutatnak 25%

Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból 24%

Fontos, hogy a mindennapi beszélgetések során hozzá tudjak szólni egy-egy aktuális témához 24%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Alapvetően ez egy az általános tévézésben kevésbé népszerű zsáner, amely nézésben erőteljes szerepet játszik bevallottan is a státusz erősítő jelleg. Ugyanakkor sem a tervezettség, sem a rendszeresség nem jellemzi a műsortípus választását, a többség véletlenül talál rá ezekre a programokra.

Zsánerek áttekintése: Kvízműsor, vetélkedő



NÉZETTSÉG

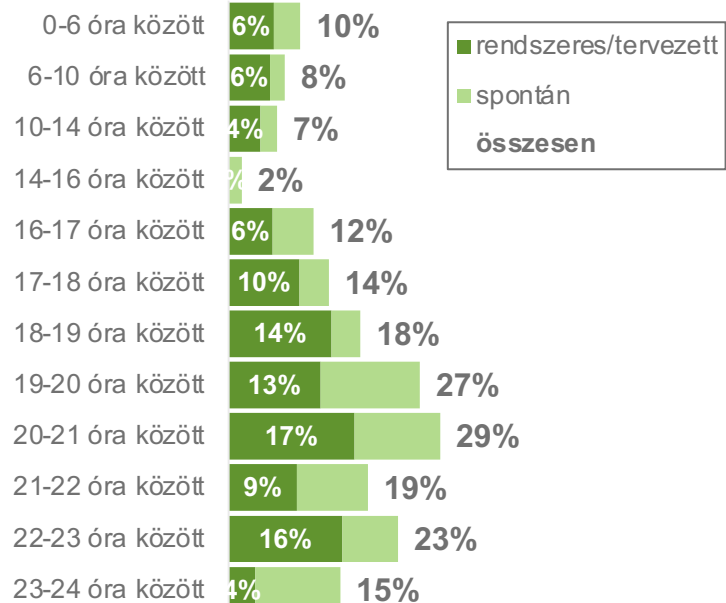
NÉZTE: 19%

TV-N NÉZTE: 13%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	44%
Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad	36%
Nagyon inspiráló számomra, ha értelmes, sikeres, tehetséges embereket láthatok és hallhatok	22%
A kedvenc műsoraim megadják a nap és a hét ritmusát	18%
Szeretem, ha valami izgalmasan, pörgősen van tálalva	16%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Izgalmas kikapcsolódást nyújt, ugyanakkor egyes programok a minőségi tévénézés kategóriát is képeseket kimeríteni. A tervezettség vagy adott műsor rendszeres követése kevésbé jellemzi, magas a spontán érkező nézők aránya.

Zsánerek áttekintése: Hazai napi sorozat



NÉZETTSÉG

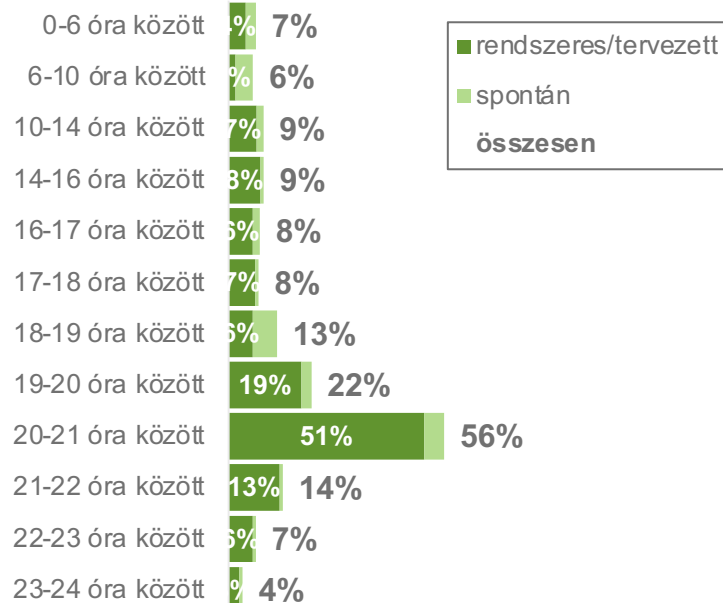
NÉZTE: 26%

TV-N NÉZTE: 19%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

A könnyed humor segít kikapcsolni az agyam	38%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	34%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	33%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	28%
Mindig jó, ismerős érzés a kedvenceimet látni a tévében, hétről hétre és napról napra	27%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A jelenlegi tévés kínálatban elérhető hazai napi sorozatok (Keresztanyu, Mintaapák) jellemzően humoros alkotások, így nem meglepő, hogy ezek nézését a könnyed kikapcsolódás iránti vágy hajtja. A sugárzási időből adódóan a jellemző időszáv is adott, a többség 20-21 óra között nézi az ebbe a zsánerbe tartozó alkotásokat. Az elkötelezettség mértékét mutatja, hogy tízből nyolcan tudatosan kapcsolnak ezekre a sorozatokra.

Zsánerek áttekintése: Hazai heti sorozat



NÉZETTSÉG

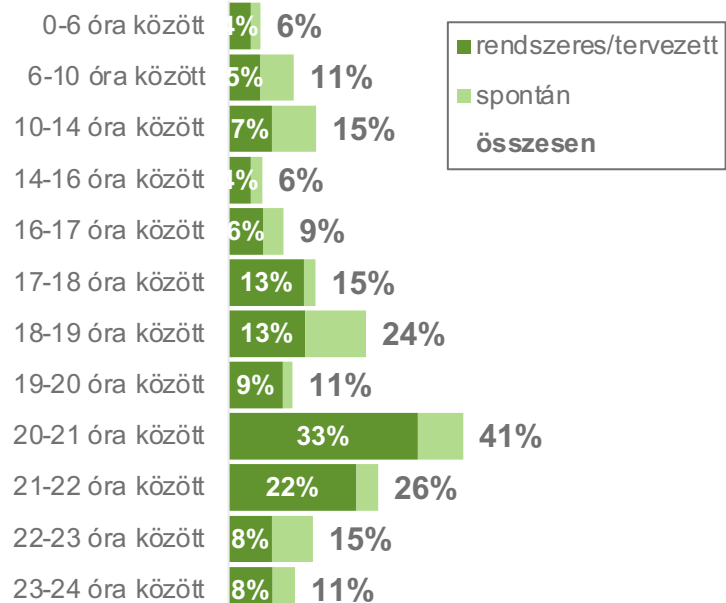
NÉZTE: 25%

TV-N NÉZTE: 17%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

A könnyed humor segít kikapcsolni az agyam	39%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	34%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	31%
A kedvenc műsoraim megadják a nap és a hét ritmusát	31%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	26%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A hazai heti sorozatok választási motivációi között a könnyed kikapcsolódás mellett megjelenik az eszkepizmus is. A Jellemzően a nézők rutinjába betervezett műsortípusról van szó, kevesen nézik e sorozatokat úgy, hogy csak véletlenül keverednek az adott csatornára.

Zsánerek áttekintése: Nemzetközi gyártású napi sorozat, szappanopera



NÉZETTSÉG

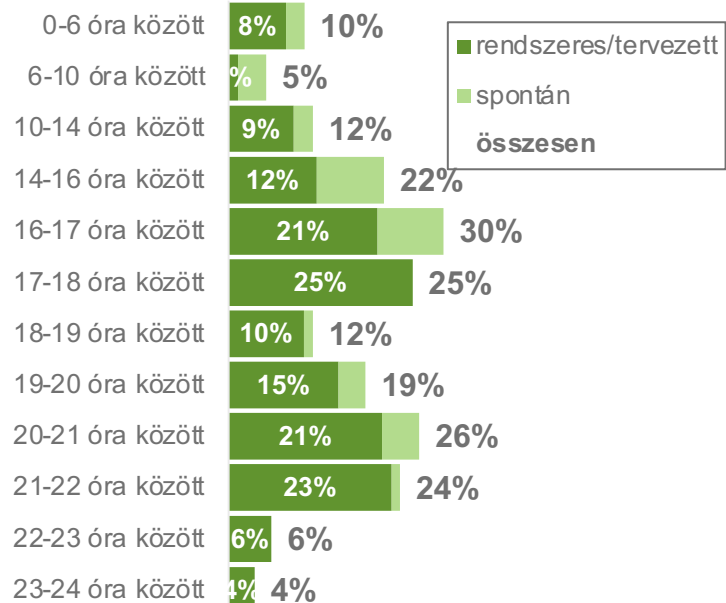
NÉZTE: 23%

TV-N NÉZTE: 13%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	35%
A kedvenc műsoraim megadják a nap és a hét ritmusát	26%
Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad	24%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	23%
Szeretem, ha összegyűlik a család, és együtt nézzük a tévét	20%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A napi stresszből való kiszakadást, a rendszeres nyugodt pillanatokot jelentik ezek a sorozatok. A belefeledkezést könnyítik az izgalmas cselekményszálak. Napi jellege miatt főként a rendszeresség jellemzi követésüket, kevesen vannak akik megnéznék egy epizódot úgy, hogy csupán véletlenül kapcsoltak a műsorra.

Zsánerek áttekintése: Nemzetközi gyártású heti sorozat



NÉZETTSÉG

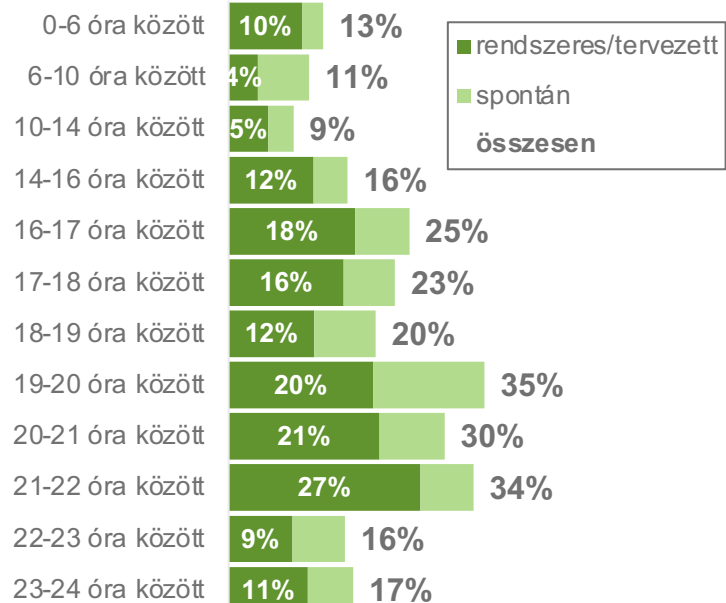
NÉZTE: 35%

TV-N NÉZTE: 19%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam **38%**
- Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad **29%**
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt **27%**
- Szeretek kiszakadni a mindennapokból, és elrepülni képzeletben messzire, egy-egy távoli, akár egzotikus tájra **21%**
- Mindig jó, ismerős érzés a kedvenceimet látni a tévében, hétről hétre és napról napra **17%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A nemzetközi sorozatok sokféleségük mellett is egyértelműen az eszképzizmus, a „kivonulás” egyik legfontosabb zsánerét jelentik. Az alapmotivációk közül megjelenik az elmélyülés, megnyugvás, az izgalom és a könnyed kikapcsolódás is, ugyanakkor az alapvetően a valóságból kiszakadni kívánó formában.

Zsánerek áttekintése: Nemzetközi gyártású, jellemzően humoros, rövid részeket tartalmazó sorozat, sitcom



NÉZETTSÉG

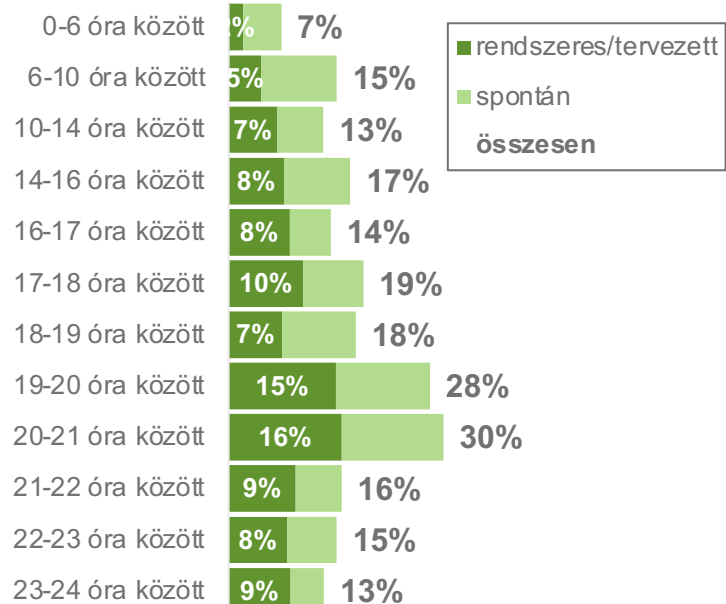
NÉZTE: 33%

TV-N NÉZTE: 20%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

A könnyed humor segít kikapcsolni az agyam	36%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	31%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	30%
Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek	25%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	22%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A sitcom-ok nézését egyértelműen a humorhoz kapcsolják, ami egyben a komfortérzet növelését is jelenti a tévézők számára. Alapvetően nem az előre tervezettség jellemzi. A már ismert, korábban látott részeket is szívesen újra néznek, amellyel így ez a zsáner megtestesíti a nosztalgia egy fajtáját is: ha belefutnak a csatornák között szörfözgetve, akkor örömmel kapcsolódnak be ezek nézésébe.

Zsánerek áttekintése: Hazai mozifilm/tévéfilm



NÉZETTSÉG

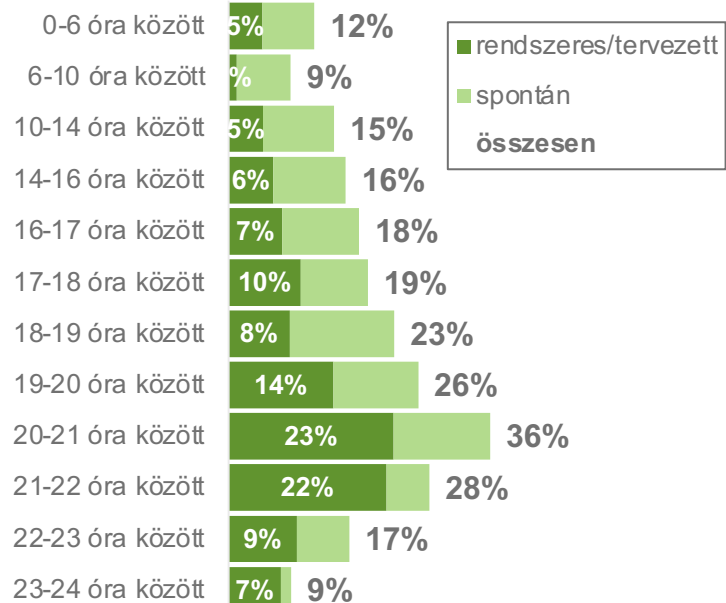
NÉZTE: 29%

TV-N NÉZTE: 18%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	46%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	23%
Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad	23%
Szeretek néha visszarepülni a múltba, nosztalgiázni a gyerekkoromon, fiatalságomon, amikor még minden más volt	18%
Mindig jó, ismerős érzés a kedvenceimet látni a tévében, hétről hétre és napról napra	17%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Talán meglepő lehet, de a kutatás alapján leszögezhető, hogy a hazai filmeket – és úgy általában filmeket – gyakran előzetes tervezettség nélkül, spontán néznek végig az emberek. Választás motivációi között felbukkan az eszéképizmuson túl az önfeledt humor és az izgalom iránti vágy is.

Zsánerek áttekintése: Nemzetközi mozifilm



NÉZETTSÉG

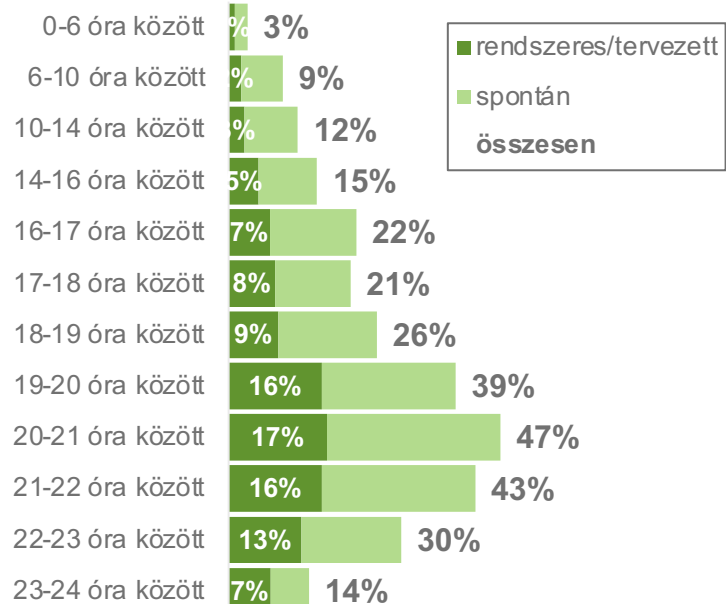
NÉZTE: 47%

TV-N NÉZTE: 27%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad	36%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	36%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	21%
Szeretek kiszakadni a mindennapokból, és elrepülni képzeletben messzire, egy-egy távoli, akár egzotikus tájra	19%
Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek	17%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Ez az egyik legnézettebb mégis legkevésbé tervezetten választott műsortípus. A hazai filmekhez hasonlóan az eszképzizmus-izgalom-humor hármas motiválja, de jóval erősebben jelentkezik az izgalom a magyar filmekhez képest.

Zsánerek áttekintése: Showműsor



NÉZETTSÉG

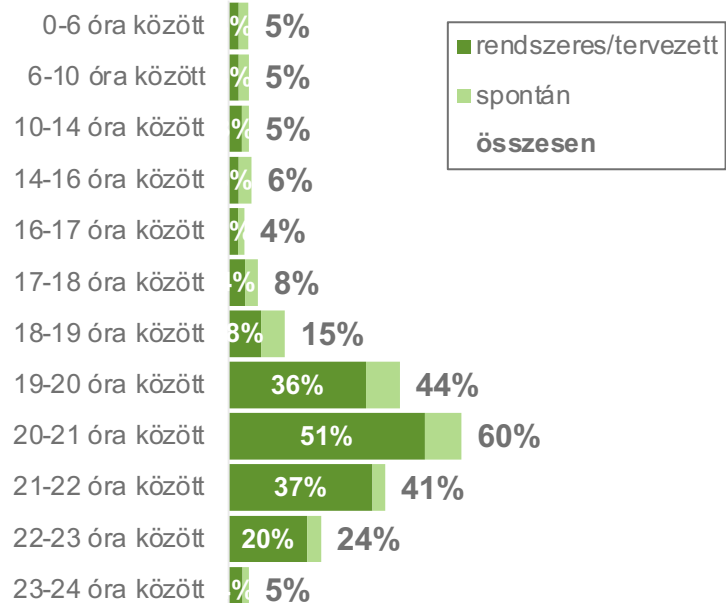
NÉZTE: 29%

TV-N NÉZTE: 21%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

Szeretem a zenét, a táncot, a showt, nagyon szórakoztató ez az egész kavalkád, fesztivál-hangulat!	38%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	35%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	27%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	26%
Szeretem, ha összegyűlik a család, és együtt nézzük a tévét	13%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Az alapvetően hétfői esték várt műsora egyértelműen a könnyed szórakoztatást jelenti az emberek számára. Érdekes módon a közös családi tévézés lehetősége sokkal kevésbé motiválja a zsáner választását.

Zsánerek áttekintése: Reality jellegű vetélkedő, valóságshow, sport-reality



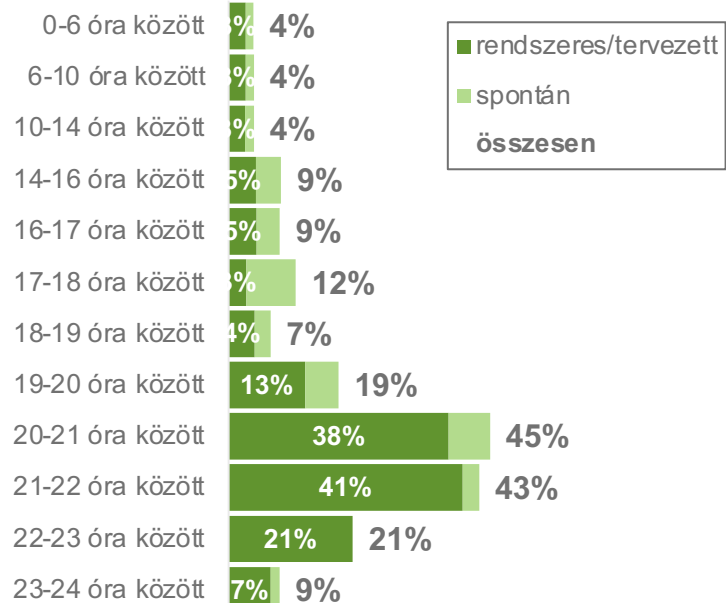
NÉZETTSÉG

NÉZTE: 23%
TV-N NÉZTE: 16%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Nagyon izgalmas számomra, hogy mások hogyan viselkednek kiélezett helyzetekben és/ vagy verseny közben **37%**
- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam **30%**
- Néha jól esik megbotránkoztató, meghökkentő sztorikat, embereket látni – jó, hogy azért én nem itt tartok 😊 **20%**
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt **20%**
- Szeretem, ha összegyűlik a család, és együtt nézzük a tévét **11%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A vetélkedő jelleg, az izgalom a legfontosabb e műsortípus esetén. Egyes műsorok azonban képesek előhozni a az emberek „szörnyülködésre” vágyó énjét is, amely hozzájárul saját vélt vagy valós státuszának megerősítéséhez.

A zsáner nézőinek elkötelezettségét mutatja, hogy döntő többségük előre tervezetten ül le a képernyő elé.

Zsánerek áttekintése: Humoros műsor



NÉZETTSÉG

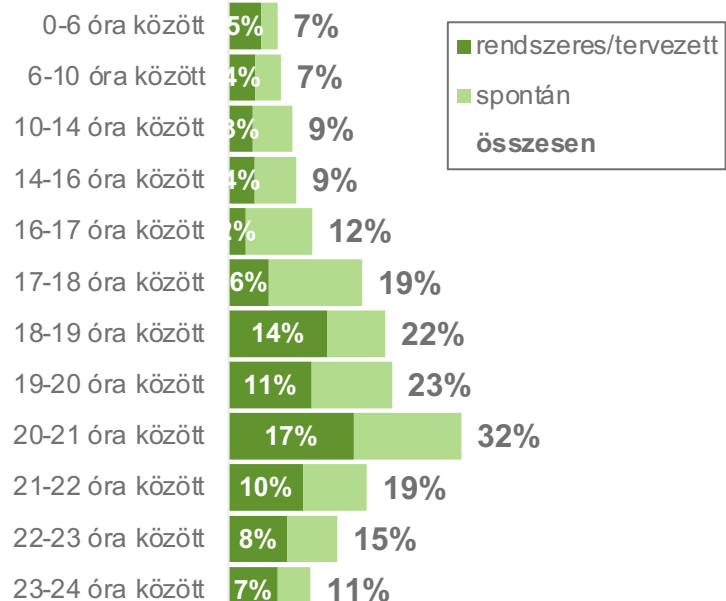
NÉZTE: 31%

TV-N NÉZTE: 20%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

A könnyed humor segít kikapcsolni az agyam	52%
Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	45%
Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	29%
Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	23%
Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek	20%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Megörülnek sokan, ha a csatornák közti szörfölgetés során valamilyen humoros műsorba, stand-up előadásba stb. botlanak, és szívesen is nézik, de tervezetten kevesen választják ezeket a műsorokat.

Zsánerek áttekintése: Tudományos-ismeretterjesztő műsor



NÉZETTSÉG

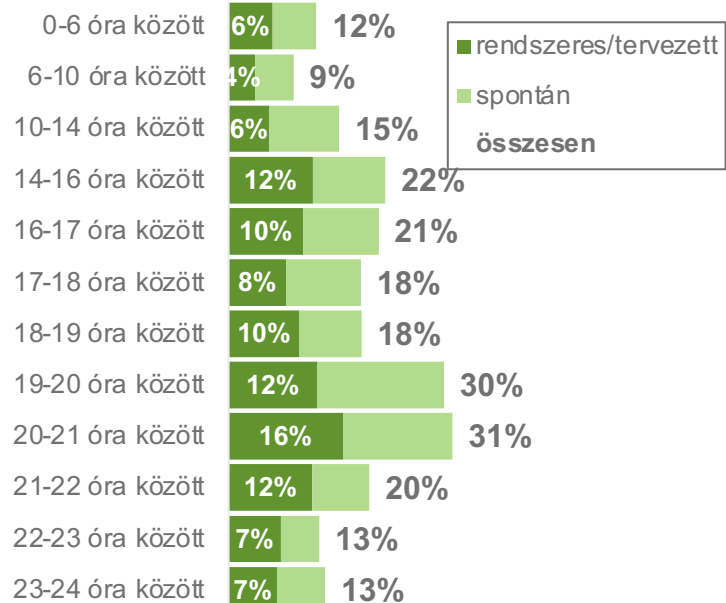
NÉZTE: 41%

TV-N NÉZTE: 28%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból 60%
- Szeretem, ha egy műsornak van köze a valósághoz és/ vagy megtörtént esetről szól 27%
- Szeretek kiszakadni a mindennapokból, és elrepülni képzeletben messzire, egy-egy távoli, akár egzotikus tájra 22%
- Mindig keresem a lehetőséget arra, hogy a történetek mögé lássak, megértsem a mélyebb összefüggéseket 19%
- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam 15%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Bár e zsáner választásának alapvető motivációja az ismeretszerzés, jobban megvizsgálva más szempontokat is megfigyelhetünk. A műsortípushoz vezető need-ek között megjelenhet – alzsánertől függően – a könnyed kikapcsolódás, az eszképzizmus, de még a minőségi televíziózás iránti vágy is. Ez utóbbi azonban nem annyira erős, mint általában feltételezzük a zsánerbe tartozó műsorokra, vagy azokra fókuszáló csatornák nézése során.

Zsánerek áttekintése: Reality-sorozat (pl. Raktárvadász)



NÉZETTSÉG

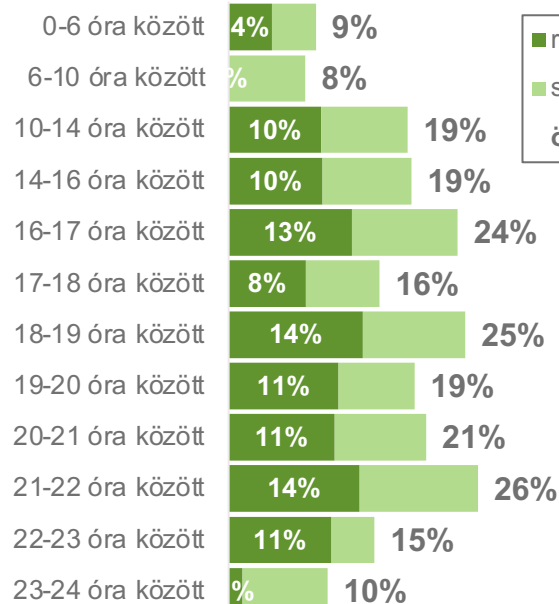
NÉZTE: 24%

TV-N NÉZTE: 17%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek **27%**
- Szeretem, ha egy műsornak van köze a valósághoz és/ vagy megtörtént esetről szól **21%**
- Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból **20%**
- Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad **20%**
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt **19%**



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A reality sorozatok – az ismeretterjesztő műsorokhoz hasonlóan – kedvelt műsorok napközben is – bár korántsem társul hozzájuk akkora nézettség, mint amekkorára a zsáner említettsége miatt előzetesen gondolhatnánk. Ráadásul napközben az alacsonyabb figyelem és a tervezett választás hiánya nem mutat magas elkötelezettséget a műsortípus iránt. Könnyed, nagy figyelmet nem igénylő – háttérműsorként is alkalmazható.

Zsánerek áttekintése: Életmód műsor, otthon-kertszépítés, sütés-főzés



NÉZETTSÉG

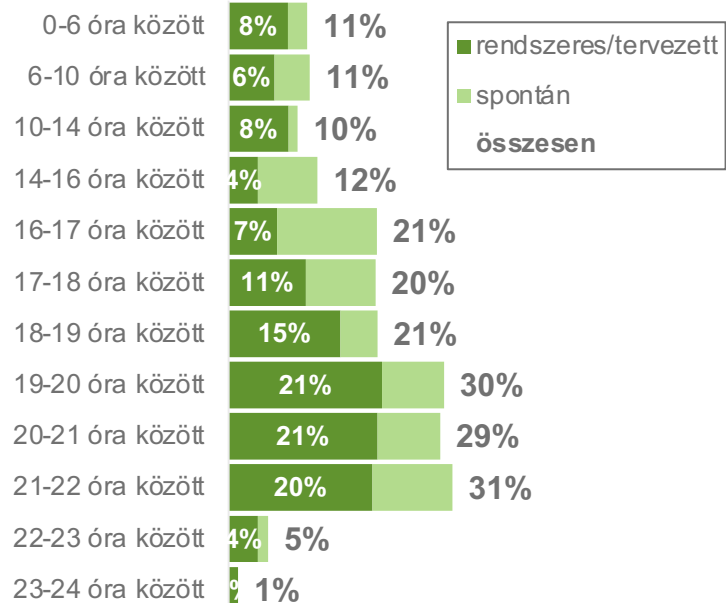
NÉZTE: 25%

TV-N NÉZTE: 17%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretek ötleteket kapni, tájékozódni az engem érdeklő témákban, jó érzés ellesni egy-egy trükköt, megoldást 44%
- Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból 40%
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt 18%
- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam 16%
- Szeretek kiszakadni a mindennapokból, és elrepülni képzeletben messzire, egy-egy távoli, akár egzotikus tájra 14%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

Bár közvetlenül az ismeretszerzési szándékot nevezik meg legfontosabb motivációként a zsánerbe tartozó műsorok választása során, mélyebbre ásva megjelenik a könnyed szórakoztatás és az eszközizmus iránti vágy is.

Az ismeretterjesztő műsorokhoz képest magasabb arányban választják előre, tudatosan vagy éppen rendszeresen ezt a típust, amely egy-egy műsor, az általa feldolgozott témakör iránti magasabb elkötelezettséget is mutatja.

Zsánerek áttekintése: Sportközvetítés



NÉZETTSÉG

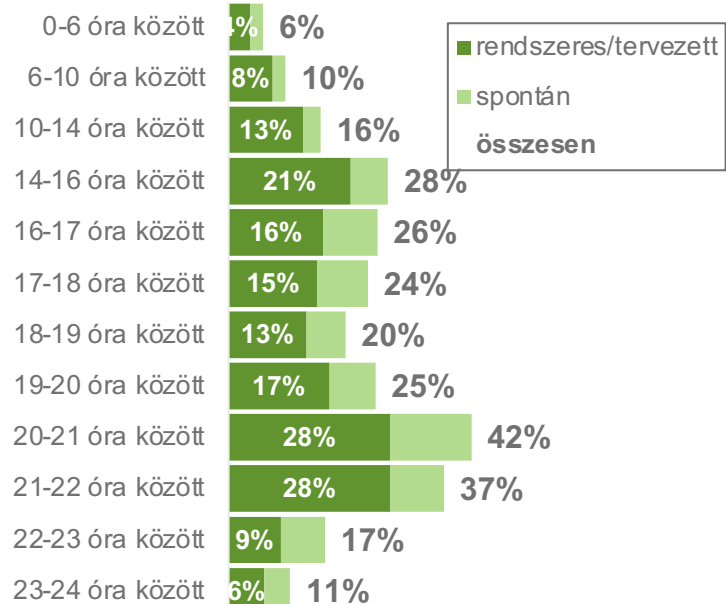
NÉZTE: 29%

TV-N NÉZTE: 21%

n=teljes minta



PREFERÁLT IDŐSÁV



ZSÁNERHEZ RENDELHETŐ NÉZŐI IGÉNYEK TOP5 NEED

- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam 25%
- Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad 20%
- Nagyon izgalmas számomra, hogy mások hogyan viselkednek kiélezett helyzetekben és/ vagy verseny közben 20%
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt 15%
- Mindig jó, ismerős érzés a kedvenceimet látni a tévében, hétről hétre és napról napra 14%



ZSÁNER ÉRTÉKELÉSE

A sportközvetítések nézése miatti motivációk erősen függenek attól, hogy valaki az adott sport iránti kíváncsiság, illetve a sport szeretete miatt nézi-e a közvetítést, vagy pedig érzelmileg is elkötelezett a közvetítés szereplői iránt (szurkol egy versenyzőnek vagy csapatnak). Míg az előbbi esetben a kikapcsolódás, lenyugvás egy formája, az utóbbiban az izgalom jelenti a fő motivációt.

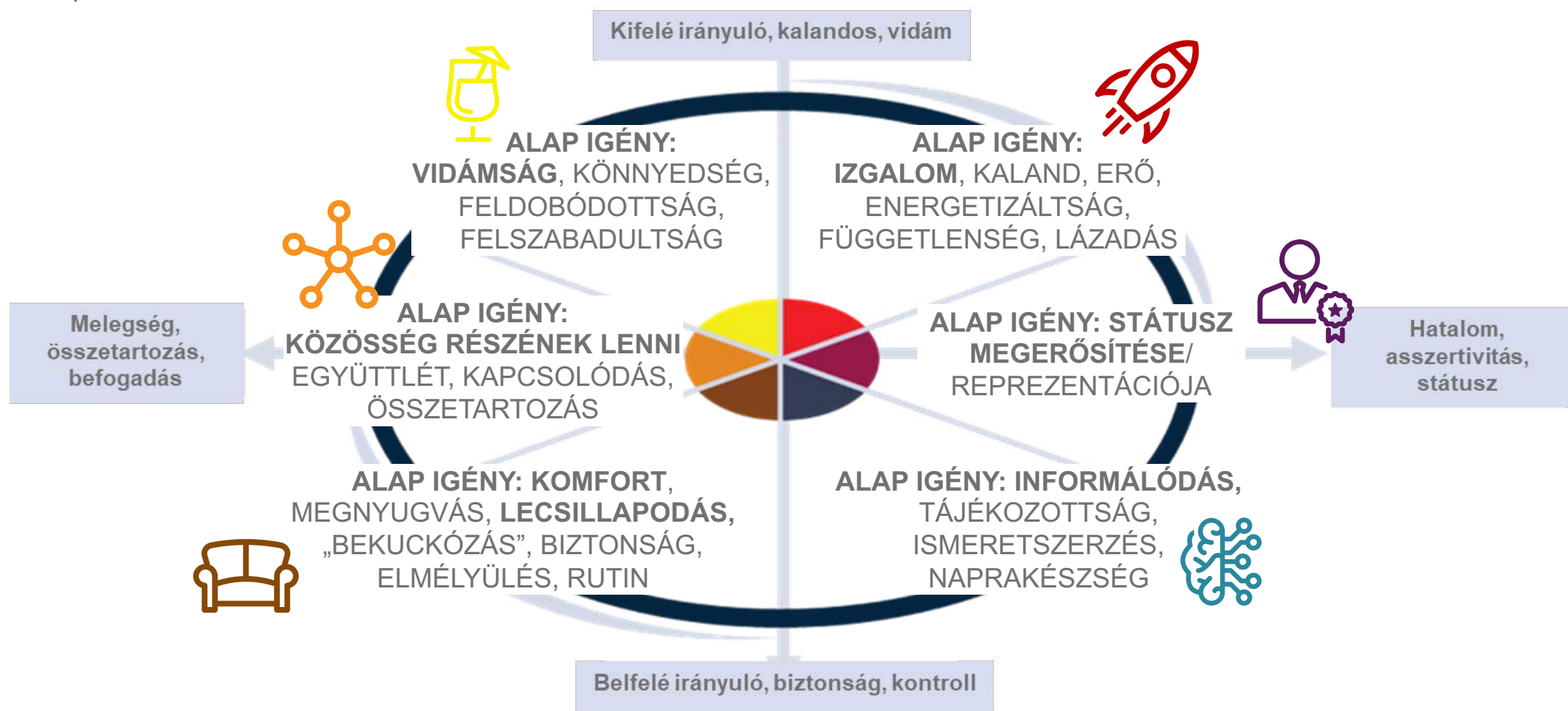
6

Műsorválasztási motivációk



A tévénzés alapvető motivációs rendszere

A Kantar NeedScope térképén az alapvető emberi motivációk adják a tévénzési motivációk keretét: ahogy minden területen, úgy a tévénzés során is alapvető ösztönök vezérelnek minket.



Műsorválasztási motivációk

A kutatás egyik fő kérdése, hogy mely motivációk, mely need-ek vezetnek a különböző tartalomtípusok választásához. Mivel a motivációk nehezebben artikulálhatóak egy átlagember számára különösen egy online önkitöltős kérdőív esetén, megfordítottuk a történetet: minden egyes zsáner esetén, melyet megjelölt, mint a tegnapi napja során fogyasztott tartalomtípust végigvettük, hogyan tudná leírni, megfogalmazni, hogy mely szükségleteit elégítette ki általuk. Természetesen minden esetben segítettük a válaszadást a kvalitatív fázis során kialakult állításszettel, melyek közül az adott zsánerre leginkább megfeleltethető 12-15 állítás közül válogathattak a válaszadók.

A legtöbbek által jelölt need-ek alapján megmutatható, melyek a tévzés fő driverei. Ezek a következők:

- Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam – 44% jelölte valamely zsáner esetén
- Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt – 32%
- Szeretnék naprakész és tájékozott lenni azzal kapcsolatban, mi történik a nagyvilágban, hazánkban, körülöttem – 32%

Tehát alapvetően a tévzés az **eszképizmus – könnyed kikapcsolódás – informálódás** hármasa köré épül. Ezen irányok árnyalása azonban elengedhetetlen a pontos megértés során.

Műsorválasztási motivációk II.

A következőkben megvizsgáljuk az alapneed-ek kibontása során kialakult állításszett hogyan értékelhető a következő mutatószámok alkalmazásával:

- Mekkora jelentőséggel bírnak általában a tévzés során: a válaszadók hány százaléka említette őket bármely zsáner esetén
- Mivel az állítások a kvalitatív fázis során tapasztaltnak megfelelően előszűrésen mentek át, és előzetesen meghatároztuk, hogy mely zsáner esetén merülhetnek fel legnagyobb eséllyel, így fontos információ az is, hogy hány zsáner esetén jelölhették meg a válaszadók. Ez természetesen nagy hatással van az előző mutatószámra. Ennek ellenére is relevánsnak érezzük az első mutatószámot, hiszen a válogatás a kvalitatív eredmények alapján megalapozottan történt
- Átlagosan hány % jelölte egy-egy zsáner esetén. Ez az érték mutatja, hogy mennyire fontos need azoknál a zsánereknél, ahol felmerül, ugyanakkor nem tartalmazza a zsánerek jelentőségét, mely zsánert mekkora tömegek követnek.
- Az egyes need-ek mely zsánerek esetén merültek fel legmagasabb arányban, melyek azok a zsánerek, amelyek választása leginkább adott need-hez köthető.

A vizsgált részletes motivációk, need-ek az alapmotivációk mentén kerülnek bemutatásra

An aerial night photograph of a city, likely Hong Kong, showing a dense urban landscape with numerous skyscrapers and residential buildings. The city lights are visible against a dark sky. A large, semi-transparent blue triangular overlay covers the left side of the image, creating a gradient effect from dark blue to a lighter blue. The text is positioned on the left side, within the blue overlay.

6.1

Informálódás, tájékozottság,
ismeretszerzés, naprakészség



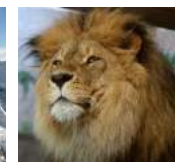
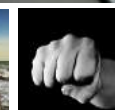
Informálódás, tájékozottság, ismeretszerzés, naprakészség

- Az alapvető motiváció az információk szerzése – azonban ennek **több szintje is van**: nemcsak a híreket jelenti, hanem a hétköznapi, ügyes-bajos dolgokat, hétköznapi kihívásokat érintő információkat, és természetesen az ismeretterjesztő tartalmakat.
- A fő igény: **„képben lenni”** – kinek-kinek az érdeklődése/ igénye alapján:
 - A világ történései is beletartoznak, de a „Hogyan készült” jellegű műsorok is, vagy akár a gasztro – csak adjon valamilyen jellegű plusz tudást
- Erőteljesen összefügg a **„státusz”** igényével: minőségi és szelektívebb tartalomfogyasztás, presztízs-értékkel bíró zsánerek („én Spektrumot nézek”/ „tájékozott vagyok”)
- A **„közösség, összetartozás”** igényével az up-to-date-ség révén találkozunk ez a need, a közös téma a másokhoz való kapcsolódás egyik alapja (hozzá tudjak szólni)
- Alapvetően **nem fáradtan fogyasztott tartalmak** – ugyanakkor bizonyos stílusjegyek könnyebben emészthetővé teszik ezeket a komolyabb zsánereket is → sokkal nyitottabbnak tűnik ez a világ, mint évekkel ezelőtt
- Versenytárs kategóriák: napilapok, internetes hírportálok, rádió és youtube (utóbbi elsősorban ismeretterjesztő tartalmak terén)



GYORSASÁG, FRISSESSÉG, DINAMIZMUS

„A híreket a neten nézem, ott frissebbek, és gyorsabban megtalálom, ami érdekel.” - szingli



A TUDÁS = HATALOM

„A híradó naprakész tudást ad, az ismeretterjesztő hosszútávút.” – Nagy gyermekes szülő



TUDÁS A VILÁGRÓL ÉS A MÚLTRÓL



ÖSSZEFÜGGÉSEK, KAPCSOLATOK, A DOLGOK MÖGÉ NÉZÉS

VALÓSÁG

Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Hírek, aktuális történésekről beszámoló műsorok
- Közéleti műsorok, háttérműsorok
- Ismeretterjesztő műsorok (tudományosabb és szórakoztatóbb egyaránt)
- Talkshowk és magazinműsorok
- Dokumentumfilmek
- Interjúk, mélyinterjúk, beszélgetős műsorok

*„A gyerekek este a barátaikkal töltötték az estét, így a párommal ketten voltunk otthon. A Hír Tv-n megnéztük a "Magyarország élőben" című műsort 19 órától. Én nem ültem le, mert közben a konyhában tettem-vettem, de a párom fel se állt, közben meg szokott vacsorázni. :) Persze műsor közben azért véleményt mondunk, hozzászólunk. **Beszélgetést indító témák vannak.**” – nagyobb gyermekes anyuka*



Informálódás, ismeretszerzés alapmotiváció bemutatása

Alapmotivációt árnyaló need-ek	Szeretnék naprakész és tájékozott lenni azzal kapcsolatban, mi történik a nagyvilágban, hazánkban, körülöttem	Szeretem bővíteni az ismereteimet a világról, örülök, ha tanulhatok valamit egy-egy műsorból	Szeretek képben lenni a hétköznapi, ügyes-bajos dolgokkal, történésekkel, kapcsolatban	Szeretem, ha egy műsornak van köze a valósághoz és/ vagy megtörtént esetről szól
Összes említés	32%	28%	18%	17%
Zsánerek száma	4	8	3	9
Átlagos említési arány	38%	30%	25%	19%
TOP3 zsáner	Hírek Közéleti, háttér- vagy elemzőműsor Magazin	Tudományos-ismeretterjesztő műsor Közéleti, háttér- vagy elemzőműsor Életmód műsor	Hírek Magazin	Mélyebb beszélgetős műsor Tudományos-ismeretterjesztő műsor Magazin

6.2

Vidámság, könnyedség,
feldobódottság,
felszabadultság





Vidámság, könnyedség, feldobódottság, felszabadultság

- Az alap igény, a vidámság **mindhárom nézői „aktivitási szintre” válaszol:**
 - Stressz esetén kikapcsol a nevetés
 - Kiegyensúlyozott állapotban fokozódik a hangulat
 - Unalom helyett feldobott állapot
- Ez azt jelenti, hogy a **„kikapcsolás” és a „feltöltődés” végeredménye lehet hasonló jellegű műfaj**, a különbséget elsősorban a minőség adja → az egyszerűbb poénok fáradt agy esetén ideálisak, míg a komplexebbek inkább kiegyensúlyozott állapotban
- A férfiak számára a konkrétabb humor-faktor, míg a nőknek az egzotikum, szerelem, utazás tematika elégíti ki ezt az igényt
- A vidámság miatt sok esetben a gyerekek is bekapcsolódhatnak → **családi tévzés**
- Fontos érték az egyszerűség, könnyedség – még a minőségibb alkotások sem „vesznek ki” a nézőből sokat
- **Vizuális stimuláció (szépség)**



VIDÁMSÁG, NEVETÉS, HUMOR, JÁTÉK

„Alvás előtt mindig nézek egy Family Guy-t, vidáman ér véget a nap.” – szingli férfi

KÖNNYEDSÉG

FELSZABADULTSÁG

„Nem készítem el azokat a sütit, de olyan jó nézni.” – kisgyermekes anya

EGZOTIKUM

„Nekem tengerpart jöhet bármilyen mennyiségben, a Love Island-et is ezért szerettem. Olyan, mintha nyaralnék, ez a Covid alatt még inkább így volt.” – szingli

FESZTVIÁL-HANGULAT, HANGOSSÁG, SZÍNESSÉG, NEMZETKÖZISÉG

„A Sztárban sztár ismételését tudtam csak megnézni, elhatároztam, hogy mostantól élőben nézem!” – nagy gyermekes anya

Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Sitcomok és humoros sorozatok – mind a bugyutábbak, mind a minőségiek – és ugyanígy, minden zsánerből többféle minőségi szintet megkülönböztetnek a nézők
- Standup és vígjáték
- Showműsorok, tehetségkutatók, zenés-táncos műsorok, musical-ek
- Az „egzotikumot/ utazást” tematizáló filmek, sorozatok, egzotikus helyszíneken játszódó műsorok (bármilyen, aminek a kerete egzotikus)
- Szerelmi történetek, erotika
- Reality-k (egzotikusak/ erotikusak)
- Ismeretterjesztő zsánerből különösen az érzékeket, szemet-szájat gyönyörködtető, érzékszervekre ható, vizuálisan vonzó, szép műsorok



Vidámság, könnyedség alapmotiváció bemutatása

Alapmotivációt árnyaló need-ek	Jól esik belefeledkezni néha egy könnyed műsorba, ami nem igényel nagy odafigyelést, mégis leköt	Szeretek felszabadultan nevetni, feltölt az önfeledt vidámság	A könnyed humor segít kikapcsolni az agyam	Szeretek kiszakadni a mindennapokból, és elrepülni képzeletben messzire, egy-egy távoli, akár egzotikus tájra	Szeretem a zenét, a táncot, a showt, nagyon szórakoztató ez az egész kavalkád, fesztivál-hangulat
Összes említés	32%	20%	16%	11%	4%
Zsánerek száma	16	8	6	5	1
Átlagos említési arány	24%	26%	30%	17%	38%
TOP3 zsáner	Talkshow Showműsor Hazai napi sorozat	Humoros műsor Hazai heti sorozat Hazai napi sorozat	Humoros műsor Hazai heti sorozat Hazai napi sorozat	Tudományos-ismeretterjesztő műsor Nemzetközi heti sorozat Nemzetközi mozifilm	Showműsor

6.3

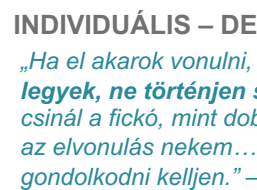
Komfort, megnyugvás,
lecsillapodás, „bekuckózás”,
biztonság, elmélyülés, rutin





Komfort, megnyugvás, lecsillapodás, „bekuckózás”, biztonság, elmélyülés, rutin

- Az alap igény az **eszképizmus**ról szól – a munka utáni időszakra jellemző állapot, az az idő, amíg a néző átlényegül „dolgozóból” civilé/ anyává, stb. → a kulcs a nyugalom, az agy kikapcsolása, „sem mire sem gondolni”
 - Számos esetben ezt nem a televízió, hanem más tevékenység elégíti ki (olvasás, borozás, sportolás, zene)
- Része a **rutin**, és erősen kötődik az otthon fogalmához – viszont a néző lélekben elvágódik
- Nagyon **individuális** need
- Egyfajta „gyermeki” állapot is – felelősségmentes, a napi terhek letevése, elég csak „lenni”
- Fontos, hogy ezt a need-et **rendkívül sokféle zsáner, műfaj, műsor** ki tudja elégíteni
 - A laza, könnyed, odafigyelést nem igénylő tartalmak, melyek nem követelnek semmit a nézőtől (ez a jellemzőbb)
 - A figyelmet magukra irányító, „behúzó” tartalmak – amikor a nézőnek esélye sincs másra gondolni



NYUGALOM, ELVONULÁS, KISZAKADÁS

„Ha TV, akkor az esti program. Szeretek a nap végén odaülni a TV elé. Kikapcsol, lelazít. Kicsit kiszakít az egész napos pörgésből. Minden nap nézzük a sorozatokat, hétvégén a tehetség kutatókat. Mostanában hetente 3-4 alkalommal biztosan nézem a Spektrum Home Álomépítők csapatát.” – kisgyerekes néző

INDIVIDUÁLIS – DE EZ „ME-TIME”, ÉS NEM MAGÁNYI!

„Ha el akarok vonulni, az az, amikor mindenből elegendem van, **egyedül legyek, ne történjen semmi**, ilyenkor Fishing and Hunting. Más se csinál a fickó, mint dobálja a botot, semmi akció, semmi hirtelen, ez az elvonulás nekem... semmi olyan impulzus ne érje az agyam, hogy gondolkodni kelljen.” – dinki nő

OTTHON, BIZTONSÁG –A HAZAÉRKEZÉS, MEGNYUGVÁS

„Kuckozósak vagyunk a kutyusommal. A filmek kikapcsolnak. Egyfajta **szeánsz keretében** történik nálunk: pléd, nasi, popcorn, gyümölcs.” – szingli nő

NOSZTALGIA

„M5: a Noszty fiú esete Tóth Marival - mindig jó érzéssel tölt el, a **régi, becsületes**, őszinte emberek életét mutatja meg, ami sajnos manapság már nem jellemző...” – nagyobb gyerekes néző

Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Vidám és könnyed tartalmak, pl. sitcom, magyar sorozatok
- Témájuknál fogva könnyedebb tartalmak, pl. talkshow, romantikus sorozat/ film, kevésbé akciódús sorozat/ szappanopera
- Az odafigyelést kevésbé igénylő műfajok
- Már ismert, látott sorozatok/ filmek (nem követel sokat tőlünk a befogadásuk)
- Napi rutinnak számító tartalmak (pl. híradó, sorozat)
- Életmód és DIY-jellegű műsorok (home & living)
- Nostalgikus tartalmak



Komfort, megnyugvás alapmotiváció bemutatása

Alapmoti- vációt árnyaló need-ek	Szeretem magam mögött hagyni az egész napi stresszt és kikapcsolni az agyam	Jól esik, ha szól valami a háttérben, miközben teszek-veszek	A kedvenc műsoraim megadják a nap és a hét ritmusát	Néha „kiszállok”, és órákig csak a képernyő előtt ülök, belefeledkezve a tévébe	Szeretek néha visszarepülni a múltba, nosztalgiázni a gyerekkoromon, fiatalságomon, amikor még minden más volt	Szeretek ötleteket kapni, tájékozódni az engem érdeklő témákban, jó érzés ellesni egy- egy trükköt, megoldást
Összes említés	44%	25%	20%	7%	5%	4%
Zsánerek száma	17	13	17	6	5	2
Átlagos említési arány	30%	18%	14%	11%	9%	29%
TOP3 zsáner	Hazai mozifilm Kvízműsor Nemzetközi film	Reality sorozat Magazin Sitcom	Hazai heti sorozat Nemzetközi napi sorozat Nemzetközi heti sorozat	Nemzetközi napi sorozat Nemzetközi heti sorozat Nemzetközi mozifilm	Hazai mozifilm Tudományos- ismeretterjesztő műsor Nemzetközi mozifilm	Életmód műsor Reality sorozat

6.4

Közösség részének lenni,
együttlét, kapcsolódás,
összetartozás





Alap igény: Közösség részének lenni, együttlét, kapcsolódás, összetartozás

- Az alap igényhez tartozó need-ek mindegyikének mélyén az összetartozás, egység iránti szükséglet áll – ily módon kapcsolódik a biztonság igényéhez is.
- **Keretei, szintjei változatosak:**
 - Egyéni, pl. azonosulás a főhőssel vagy épp egy kedvelt karakter viszontlátása, a sorsáért való aggodalom
 - Szociális, pl. különféle, a sorozatokban látott élethelyzetekre történő reflexió
 - A mindennapi témákra való rácsatlakozás (tudjam, miről beszélnek mások)
 - Az ismerőség, közelség élménye
 - A közös családi tévzés élménye
 - A magyarság megélése, a hazai kultúra összekötő eleme
- Az igény értékszettjéhez hozzá tartozik a **könnyedség, elvárásoktól mentesség**, jó értelemben vett egyszerűség – könnyű „rácsatlakozni”, bekapcsolódni.



KAPCSOLÓDÁS, ÖSSZETARTOZÁS

„A showműsorokat mindig együtt nézzük, ez már ritulálé.” – kisebb gyermekes néző



MAGYARSÁG MINT ÖSSZEKÖTŐ ERŐ

„Jó, hogy még látni a tévében, hogy készítették az ételt nagyanyáink a kemencében!” – empty nester



KÖNNYEDSÉG, EGYSZERŰSÉG

„Nekem Colombo jó agy mosás, ha figyelsz ha nem, lemegy!” – empty nester



KÖZÖSSÉG, KÖZÖS TÉMÁK

„Anyu szoktatott rá az Isztambuli menyasszonyra. Most már mi is nézzük, és ha anyu átjön, kibeszéljük...” – kisgyermekes anyja



AZONOSULÁS, EGYÜTTÉRZÉS

„Azért jó látni, hogy a világ másik felén is ugyanazok a problémák vannak, mit itt nálunk, akár egy Szex és New Yorkban is.” - szingli

Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Mainstream műsorok
- Amik az egész családot a tévé elé ültetik: showműsorok/ tehetségkutatók, vígjátékok és kalandfilmek (családi filmek)
- Sport
- Érzelmes műfajok, amik elősegítik az azonosulást (romantika, dráma)
- Ismert arcokat (tévés, színész) felvonultató műsorok
- Aktuálisan népszerű, trendi sorozatok, filmek
- A hazai vonatkozású műsorok, változatos témákban/ műfajokban, és összességében a magyar filmek/ sorozatok bármelyike



Együttlét, kapcsolódás alapmotiváció bemutatása

Alapmoti- vációt árnyaló need- ek	Mindig jó, ismerős érzés a látni a tévében, hétről hétre és napról napra	Fontos, hogy a mindennapi beszélgetések során hozzá tudjak szólni egy-egy aktuális témához	Szeretem, ha összegyűlik a család, és együtt nézzük a tévét	Szeretem a hazai, magyar témákat, országjárást, recepteket, történelmet, kultúrát, és a kihagyhatatlan sporteseményeket	Nagyon szeretem, ha egy-egy műsor kapcsán a főhősökén keresztül a saját helyzetemet, érzéseimet is át tudom gondolni	Ha már fáradtabb vagyok, jobb szeretek valami olyat nézni, amit már láttam
Összes említés	24%	16%	12%	11%	10%	8%
Zsánerek száma	19	15	14	8	11	5
Átlagos említési arány	14%	10%	9%	10%	12%	14%
TOP3 zsáner	Hazai napi sorozat Mélyebb beszélgetős műsor Nemzetközi sitcom	Közeleti háttér-, elemzőműsor Mélyebb beszélgetős műsor Hírek	Nemzetközi napi sorozat Hazai heti sorozat Showműsor	Magazin Életmód műsor Hazai mozifilm	Mélyebb beszélgetős műsor Hazai heti sorozat Hazai mozifilm	Nemzetközi sitcom Hazai mozifilm Nemzetközi mozifilm

6.5

Izgalom, kaland, erő,
energetizáltság, függetlenség,
lázadás





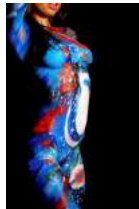
Izgalom, kaland, erő, energetizáltság, függetlenség, lázadás

- A fő motivációnak **sokféle, eltérő gyökere van**:
 - Unalom → stimuláltság
 - Szorongás, egzisztenciális félelmek feloldása
 - Feszültségvezetés
 - Eszképizmus → az izgalmas tartalom bevon, kimenekít a valóságból
 - Kiegyensúlyozottság → emelkedettebb energiaszint
- Jellemzően **spontán tartalomválasztás**: annyi biztos, hogy valami vérpezsdítőbb tartalomra van igény → **rendkívül fontos, hogy megvan-e az a fokú inger az adott műsorban, ami ott tartja a nézőt**
- Az igény a stimuláltság állapota, ami különféle érzésekben testesülhet meg: félelem, izgatottság, szorongás, feszültség, izgalom, megdöbbenés és további árnyalatok
- A SVOD és Youtube igen erős hasonló tartalmakban (izgalmas, pörgős) → **az igényhez tartozik egyfajta stílus-elvárás is**, nem a lassan építkező krimikről van szó
- Hétköznapi estéken többnyire **nem** jelentkezik ez az igény
- A „**valóság**” értékének beemelése fokozza az izgalmat



IZGALOM, KALAND, FESZÜLTÉG, ENERGIA, STIMULÁLTSÁG, DINAMIZMUS

„Ha épp borzongani akarok, akkor horror vagy pszicho, ha fejet üríteni, nem gondolkodni, akkor akció.” – streamer



MÁSSÁG, EGYEDISÉG, LÁZADÁS, FÜGGETLENSÉG



KÜLÖNLEGESSÉG

„Szeretem a Strangers things-t. Szeretek kivenulni néha a jelen helyzetemből és a piac szeretem a különböző szkifi sorozatokat.” – streamer



ERŐ(SZAK)

„Ha erőszakot látok, elkapcsolok, és a gyerekeknek sem engedem, hogy nézzenek ilyet.” – kisgyermekes anya

Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Akciófilmek, kalandfilmek, sci-fi, misztikum, thrillerek és keményebb műfajok is → amin izgulni, sőt, félni is lehet
- „Nyomozós” zsáner, rejtély
- „Lázadó” jellegű tartalmak (tartalom/ forma szintjén), a függetlenség tematizálása, társadalomkritika
- „Másság” – a mainstreamtől eltérő műsorok, tartalmak
- Sport és verseny – különösen az élő sport izgalma
- Trash és extremitás, reality, megdöbbenítő tartalmak
- Különleges és furcsa lények, szuperhősök



Izgalom, kaland alapmotiváció bemutatása

Alapmotivációt árnyaló need-ek	Jól esik néha egy kis izgalom, akció, feszültség – amikor annyira érdekes a műsor, hogy teljesen magával ragad	Szeretem azokat a műsorokat, amik szembe mennek a szokásossal, és valami újszerűt, soha nem látottat mutatnak	Szeretem, ha valami izgalmasan, pörgősen van tálalva	Nagyon izgalmas számomra, hogy mások hogyan viselkednek kiélezett helyzetekben és/ vagy verseny közben
Összes említés	22%	9%	9%	7%
Zsánerek száma	10	8	7	5
Átlagos említési arány	22%	13%	12%	18%
TOP3 zsáner	Nemzetközi mozifilm Kvízműsor Nemzetközi heti sorozat	Mélyebb beszélgetős műsor Nemzetközi heti sorozat Nemzetközi sitcom	Kvízműsor Magazin Sportközvetítés	Reality jellegű vetélkedő Sportközvetítés Reality sorozat

6.6

Státusz megerősítése/ reprezentációja





Státusz megerősítése/ reprezentációja

Az alapvető motiváció jelentése és értékei, jellemző zsánerek és műsortípusok

- **Nehezebben artikulálható need-ek** – erről nem illik/ nehezen tudunk beszélni, különösen az a szegmens, akiben a legerősebb a minőség iránti igény (értelmiségi, magasabb iskolai végzettséggel rendelkező nézők)
 - Alapvető kihívás, hogy számukra **maga a tévzés kicsit outdated**, nem elég „menő”
- **Ezt kompenzálja** a rájuk jellemző...
 - **Szelektív** tartalomfogyasztás
 - **Minőségi tartalmak és műfajok preferenciája**
 - Egyfajta tudatosabb és gondolkodóbb tartalomfogyasztási mód, attitűd, **igény a „dolgok mögé látásra”**, a látottak emésztgetésére, továbbgondolására → befogadó állapotban tévznek
 - **Okos humor, szatíra, kikacsintás**
 - **A bulvár elutasítása** („Nem tudom, ki az a Győzike”)
- A tartalomválasztás és a fogyasztás módja egyfajta **identitás-kérdés része: arról szól, ki vagyok én**
- **Leágazása az „ellenpélda”,** azaz a negatív példa megnyugtató ereje iránti igény



STÁTUSZ, IDENTITÁS (MEGERŐSÍTÉSE)

„Az RTL Híradót nézem, és az Egyenes beszédet.” – empty nester



MINŐSÉG

„A reality-k soha nem tartottak számat az érdeklődésemre, az a televíziózás szégyene.” – kisgyermekes apa



SIKER, VEZETÉS

„Több olyan műsor kellene, mint a Cápák között, fiataloknak is a vállalkozásról.” – nagyobb gyermekes apa



ÉLES ELME, TOVAGYŰRÜZŐ GONDOLATOK

„Imádom beszélgetni az emberekkel, oda is tudok figyelni, és nemcsak a felszín érdekel, hanem a mélység is, hogy miért így gondolta? Nemcsak hallgatom, hanem elemzem is magamban a hallottakat.” – kisgyermekes nő



Jellemző műsortípusok, zsánerek

- Végletes:
 - A siker reprezentációja
 - És a kudarcé (trash, reality)
- Portréműsor, interjú, beszélgetés, podcast
- Hírek, közélet, elemzések, háttérműsorok, tényfeltárás
- Dokumentumfilm, művészfilm, igényes, minőségi alkotások
- Ismeretterjesztő tartalmak
- Kritikák



Az igény szempontjából jelentős a **reklámok szerepe** – a műfaj segít meghatározni, hogy hol állunk a társadalmi ranglétrán.



Státusz megerősítése alapmotiváció bemutatása

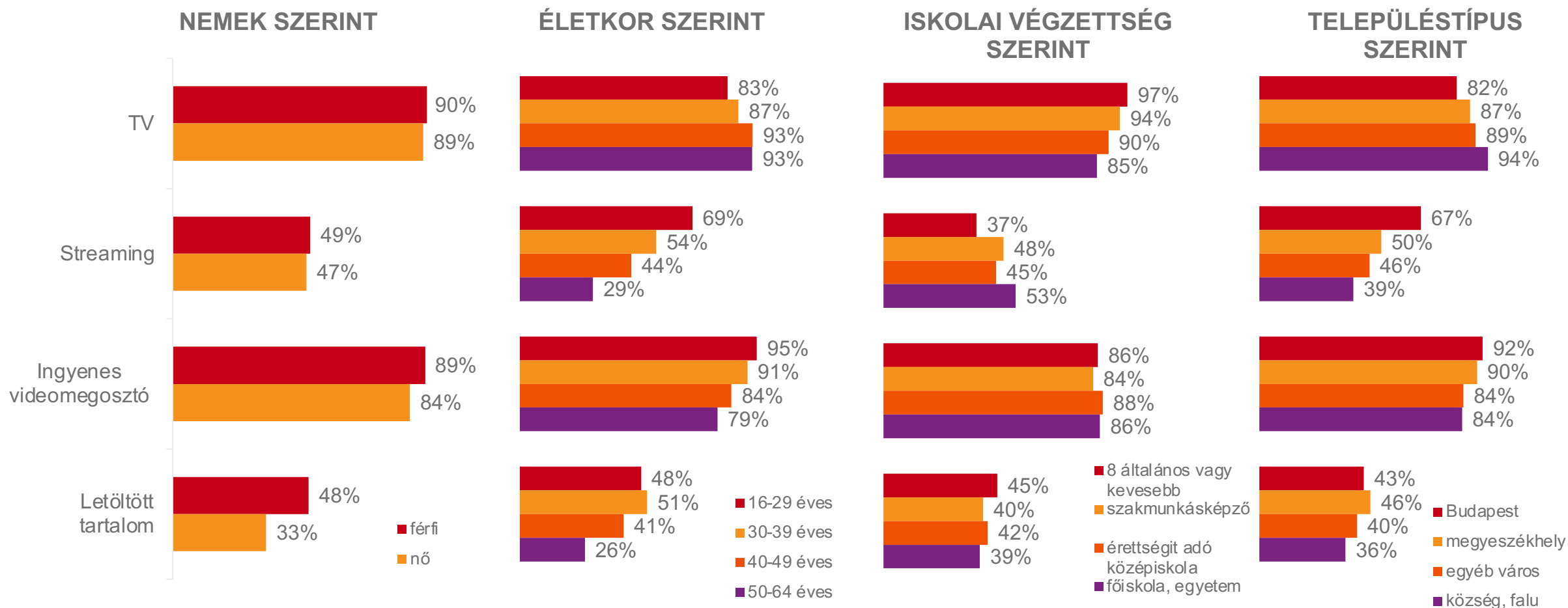
Alapmotivációt árnyaló need-ek	Mindig keresem a lehetőséget arra, hogy a történések mögé lássak, megértsem a mélyebb összefüggéseket	Úgy érzem, hogy amit nézek, az minősíti azt is, aki vagyok – megválogatom, mi elé ülök le	Nagyon inspiráló számomra, ha értelmes, sikeres, tehetséges embereket láthatok és hallhatok	Néha jól esik megbotrányoztató, meglepő sztorikat, embereket látni – jó, hogy azért én nem itt tartok 😊
Összes említés	16%	9%	7%	4%
Zsánerek száma	7	9	6	5
Átlagos említési arány	20%	8%	15%	11%
TOP3 zsáner	Közéleti, háttér- vagy elemzőműsor Mélyebb beszélgetős műsor Tudományos-ismeretterjesztő műsor	Tudományos-ismeretterjesztő műsor Közéleti, háttér- vagy elemzőműsor Hazai mozifilm	Kvízműsor Talkshow Tudományos-ismeretterjesztő műsor	Reality jellegű vetélkedő Nemzetközi napi sorozat, szappanopera



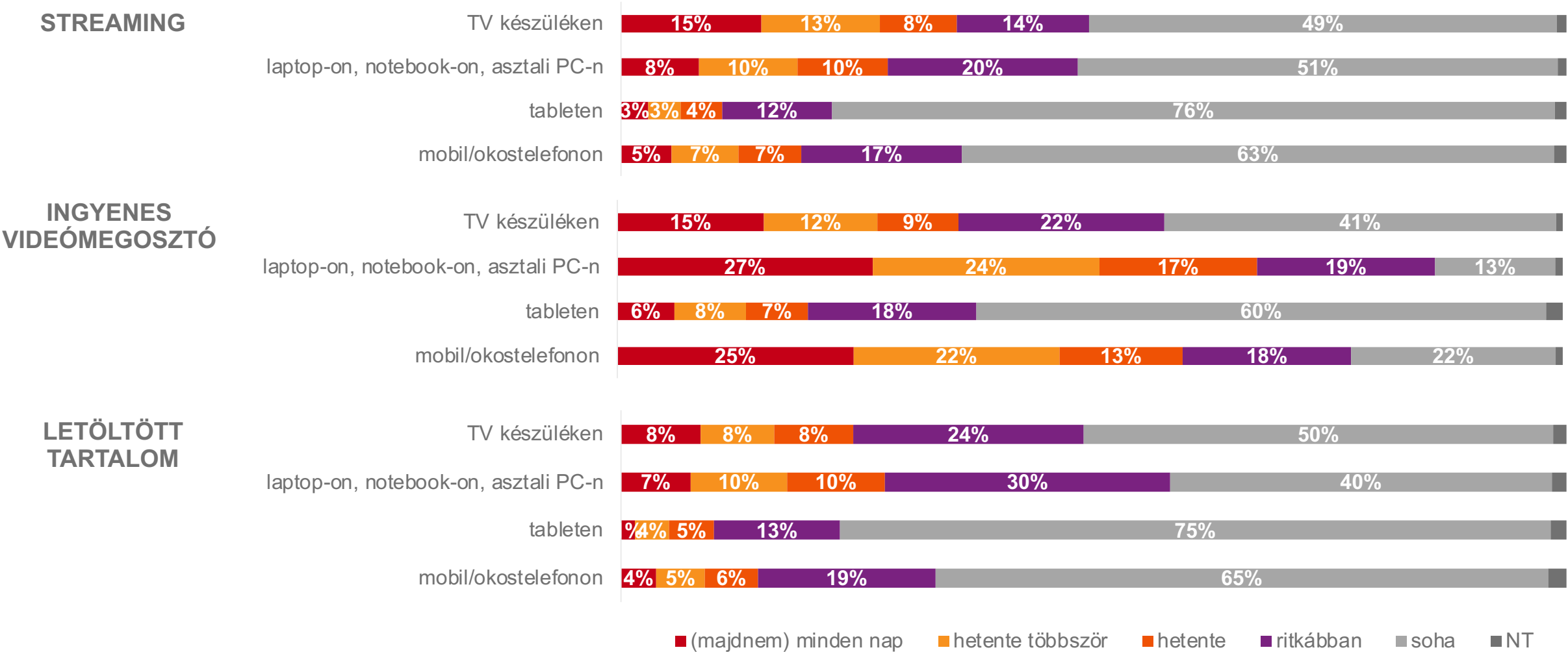
7 Mellékletek

Videótartalom fogyasztás jellemzői

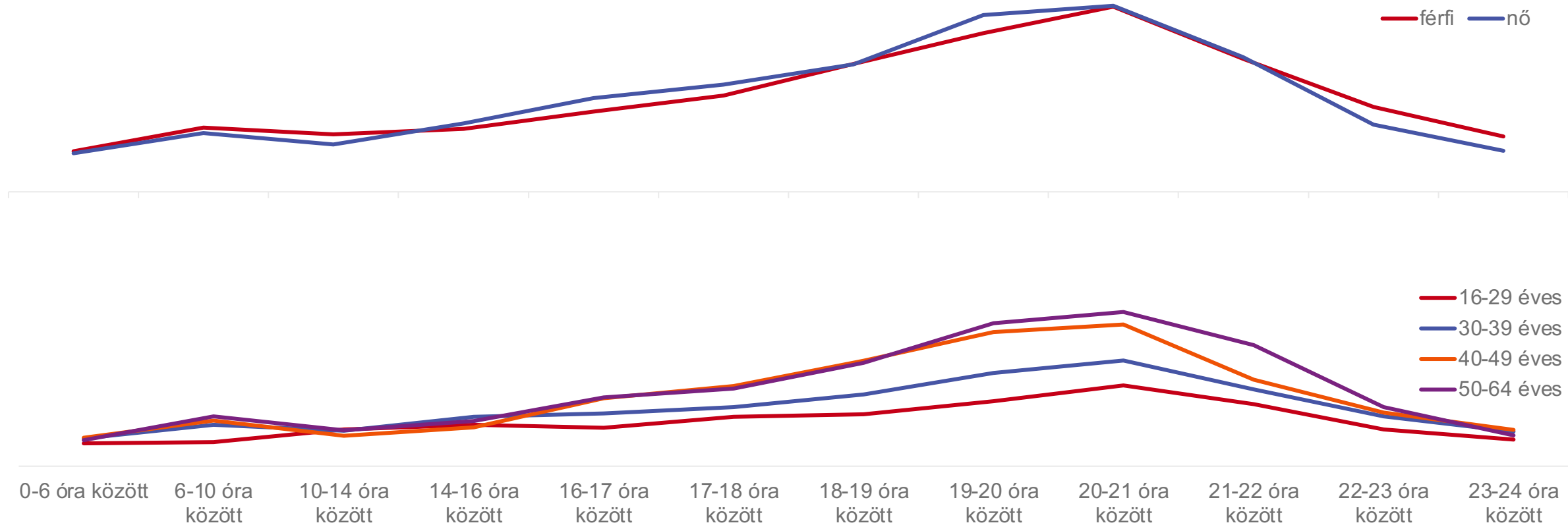
Legalább hetente fogyasztott videótartalom különböző szocio-demográfiai csoportokban



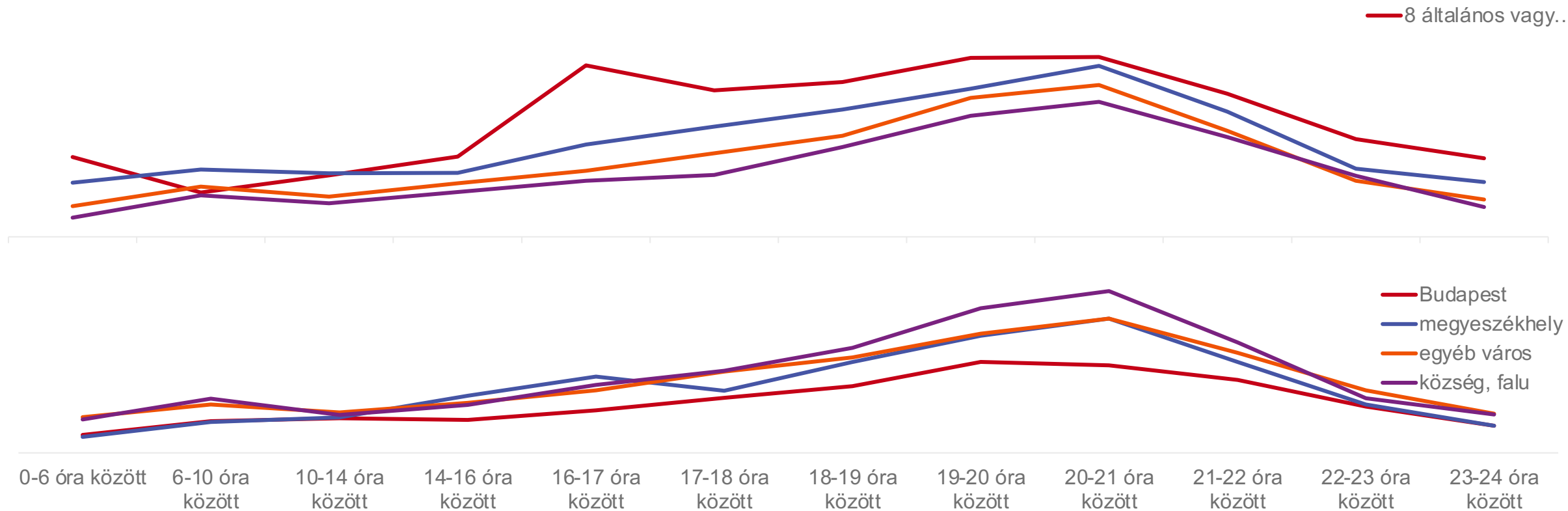
Videó tartalom fogyasztás jellemzői - eszközválasztás



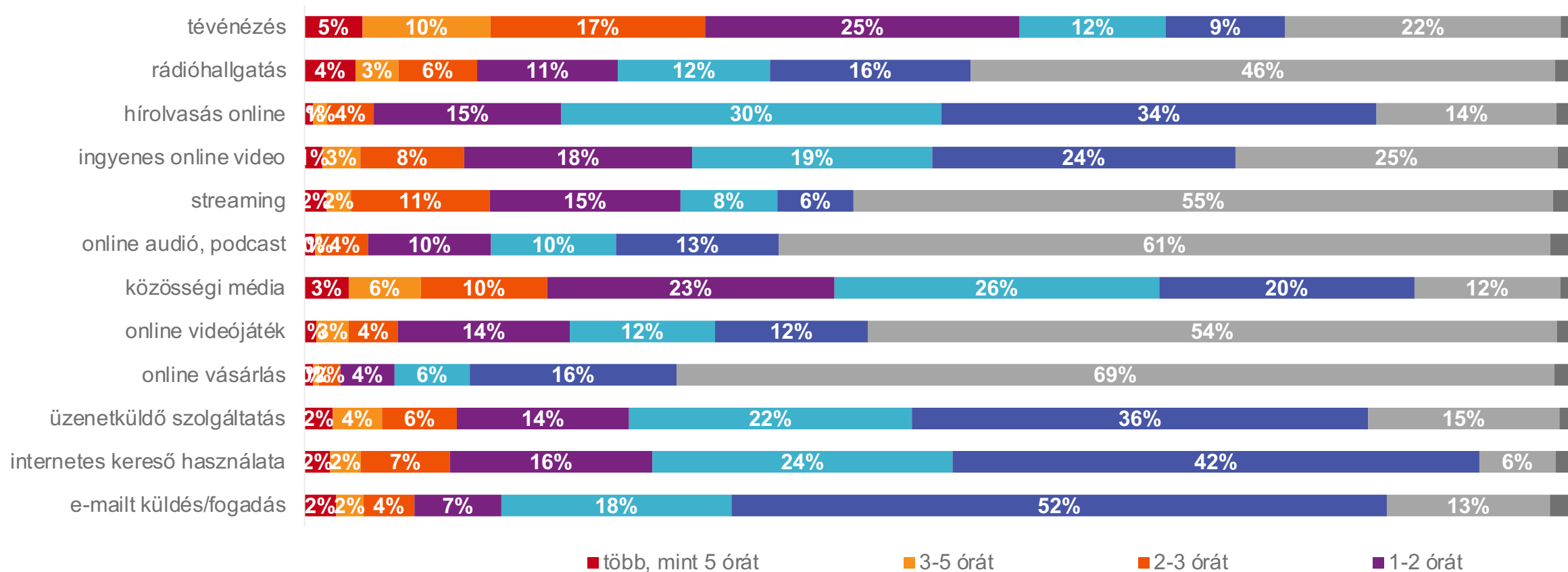
Tévénézés jellemzői – jellemző időszáv különböző szocio-demográfiai csoportok esetén



Tévénézés jellemzői – jellemző időszáv különböző szocio-demográfiai csoportok esetén



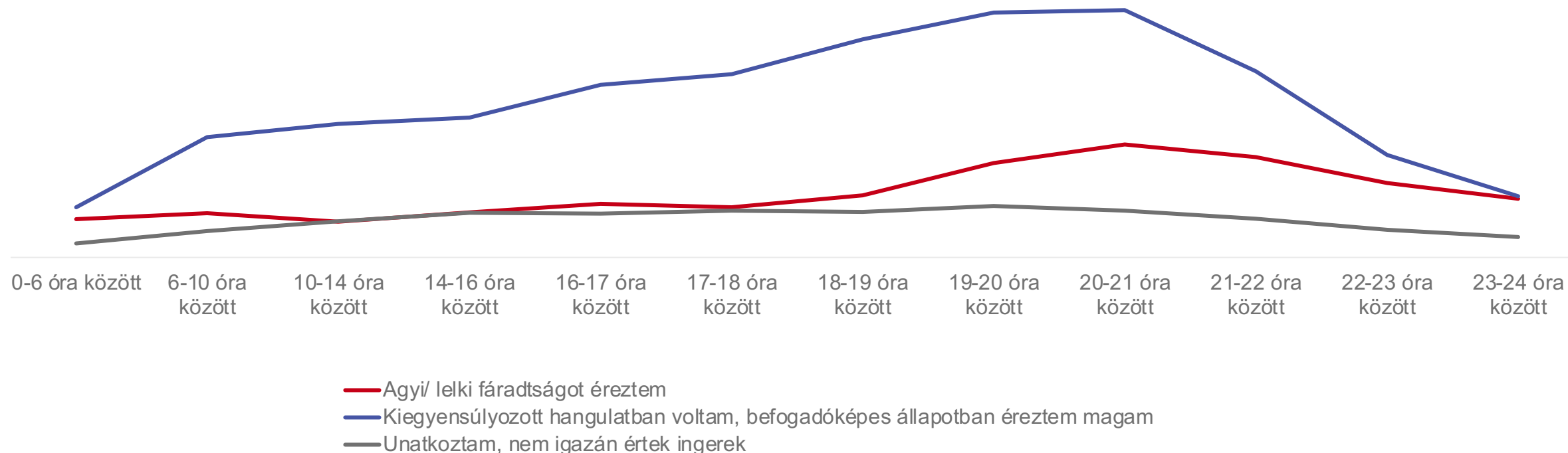
Tegnapra vonatkozó médiafogyasztás



Aktivitás, fáradtság a videótartalmakat fogyasztók körében

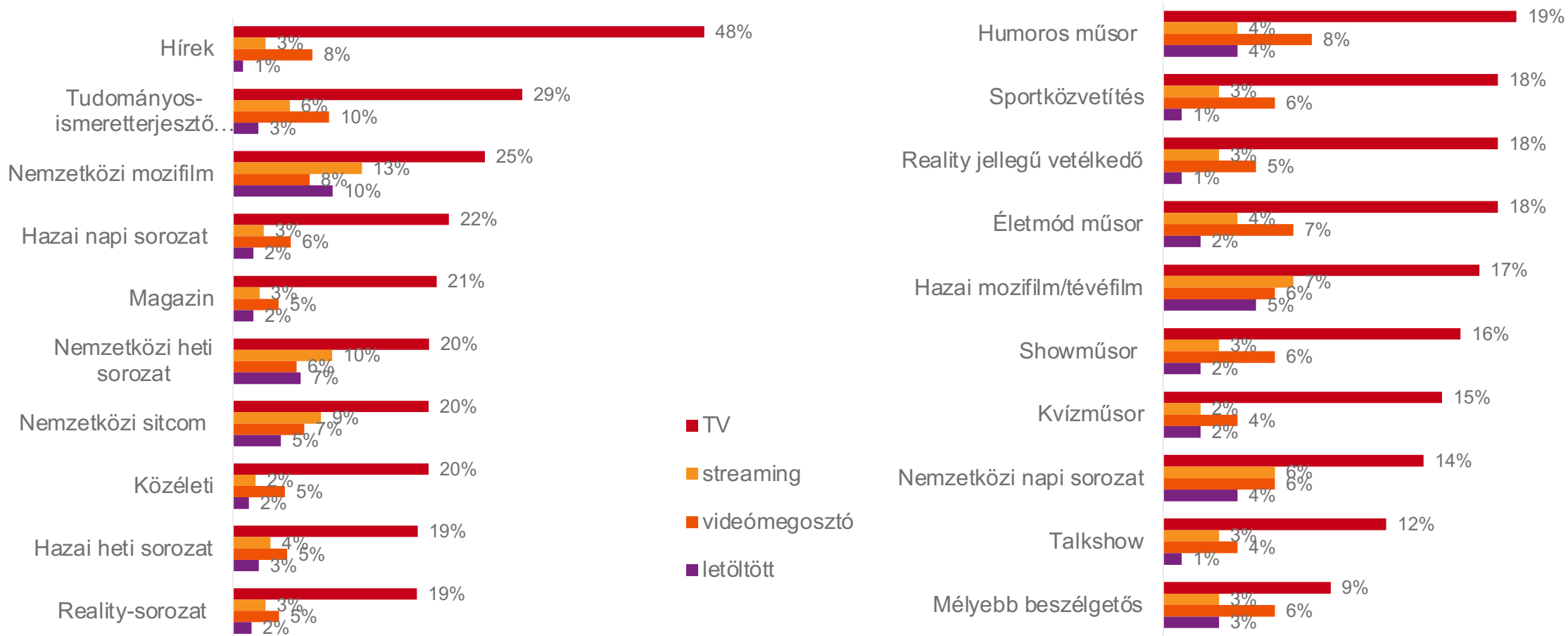
Teljes minta

A teljes mintán tekintve sem jutunk más következtetésre, ugyanakkor ez esetben már jobban nyomon követhető a videótartalom fogyasztásának jellegzetes napi ciklusa. Az agyi, lelki fáradtság állapota abszolútértékben nézve is az esti órákban tetőzik (20-21 óra között), míg az unalmukban tévézők, vagy egyéb videótartalmat fogyasztók száma a kora esti órákra éri el a maximumát.



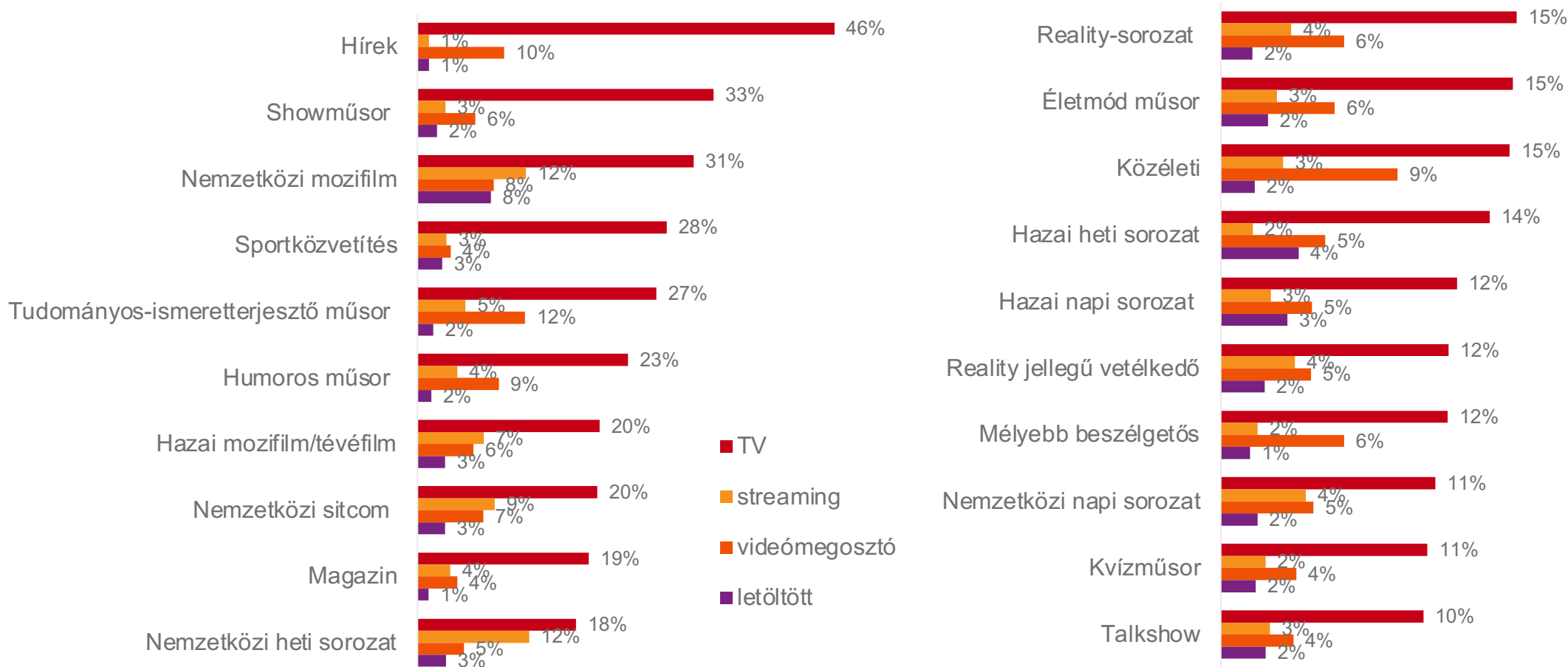
Zsánerek nézettsége különböző platformokon - hétköznapiakon

Előző nap nézett zsánerek



Zsánerek nézettsége különböző platformokon – hétvégi napokon

Előző nap nézett zsánerek



Rendszeresen/tervezetten választott műsorok

Adott időszámban adott zsánert nézők körében

	0-6 óra között	6-10 óra között	10-14 óra között	14-16 óra között	16-17 óra között	17-18 óra között	18-19 óra között	19-20 óra között	20-21 óra között	21-22 óra között	22-23 óra között	23-24 óra között
Hírek	76%	71%	74%	70%	65%	75%	83%	81%	74%	64%	67%	41%
Magazin	59%	65%	68%	71%	41%	78%	66%	69%	62%	67%	76%	100%
Közéleti	56%	74%	72%	74%	59%	60%	70%	74%	73%	79%	56%	67%
Talkshow	73%	58%	85%	50%	100%	68%	56%	71%	57%	55%	34%	19%
Mélyebb beszélgetős	67%	52%	0%	34%	80%	33%	49%	51%	33%	50%	57%	57%
Kvízműsor	63%	74%	65%	0%	52%	71%	78%	48%	59%	49%	67%	24%
Hazai napi sorozat	62%	27%	80%	90%	77%	90%	50%	88%	91%	94%	88%	75%
Hazai heti sorozat	69%	49%	49%	66%	63%	87%	56%	84%	81%	86%	52%	66%
Nemzetközi napi sorozat	76%	25%	77%	57%	69%	100%	89%	80%	81%	95%	100%	100%
Nemzetközi heti sorozat	78%	36%	60%	71%	70%	69%	58%	56%	70%	78%	55%	64%
Nemzetközi sitcom	28%	30%	51%	45%	60%	55%	42%	53%	53%	59%	54%	65%
Hazai mozifilm/tévéfilm	39%	13%	33%	38%	41%	52%	37%	55%	63%	79%	56%	84%
Nemzetközi mozifilm	32%	23%	23%	34%	32%	38%	33%	41%	36%	38%	42%	52%
Showműsor	50%	49%	65%	43%	59%	55%	58%	80%	84%	92%	85%	68%
Reality jellegű vetélkedő	69%	66%	66%	52%	54%	26%	62%	70%	84%	93%	100%	82%
Humoros műsor	67%	50%	38%	38%	20%	30%	63%	51%	54%	54%	54%	60%
Tudományos-ismeretterjesztő műsor	50%	41%	37%	54%	50%	43%	53%	41%	51%	60%	57%	50%
Reality-sorozat	49%	0%	52%	51%	54%	51%	57%	59%	53%	53%	70%	14%
Életmód műsor	75%	56%	87%	33%	33%	53%	75%	71%	70%	64%	74%	100%
Sportközvetítés	63%	78%	81%	77%	64%	64%	67%	69%	67%	75%	54%	58%

Spontán választott műsorok

Adott időszámban adott zsánert nézők körében

	0-6 óra között	6-10 óra között	10-14 óra között	14-16 óra között	16-17 óra között	17-18 óra között	18-19 óra között	19-20 óra között	20-21 óra között	21-22 óra között	22-23 óra között	23-24 óra között
Hírek	24%	29%	26%	30%	35%	25%	17%	19%	26%	36%	33%	59%
Magazin	41%	35%	32%	29%	59%	22%	34%	31%	38%	33%	24%	0%
Közéleti	44%	26%	28%	26%	41%	40%	30%	26%	27%	21%	44%	33%
Talkshow	27%	42%	15%	50%	0%	32%	44%	29%	43%	45%	66%	81%
Mélyebb beszélgetős	33%	48%	100%	66%	20%	67%	51%	49%	67%	50%	43%	43%
Kvízműsor	37%	26%	35%	100%	48%	29%	22%	52%	41%	51%	33%	76%
Hazai napi sorozat	38%	73%	20%	10%	23%	10%	50%	12%	9%	6%	12%	25%
Hazai heti sorozat	31%	51%	51%	34%	37%	13%	44%	16%	19%	14%	48%	34%
Nemzetközi napi sorozat	24%	75%	23%	43%	31%	0%	11%	20%	19%	5%	0%	0%
Nemzetközi heti sorozat	22%	64%	40%	29%	30%	31%	42%	44%	30%	22%	45%	36%
Nemzetközi sitcom	72%	70%	49%	55%	40%	45%	58%	47%	47%	41%	46%	35%
Hazai mozifilm/tévéfilm	61%	87%	67%	62%	59%	48%	63%	45%	37%	21%	44%	16%
Nemzetközi mozifilm	68%	77%	77%	66%	68%	62%	67%	59%	64%	62%	58%	48%
Showműsor	50%	51%	35%	57%	41%	45%	42%	20%	16%	8%	15%	32%
Reality jellegű vetélkedő	31%	34%	34%	48%	46%	74%	38%	30%	16%	7%	0%	18%
Humoros műsor	33%	50%	62%	62%	80%	70%	37%	49%	46%	46%	46%	40%
Tudományos-ismeretterjesztő műsor	50%	59%	63%	46%	50%	57%	47%	59%	49%	40%	43%	50%
Reality-sorozat	51%	100%	48%	49%	46%	49%	43%	41%	47%	47%	30%	86%
Életmód műsor	25%	44%	13%	67%	67%	47%	25%	29%	30%	36%	26%	0%
Sportközvetítés	37%	22%	19%	23%	36%	36%	33%	31%	33%	25%	46%	42%

Zsánerek nézettsége időszávonként

Teljes minta körében

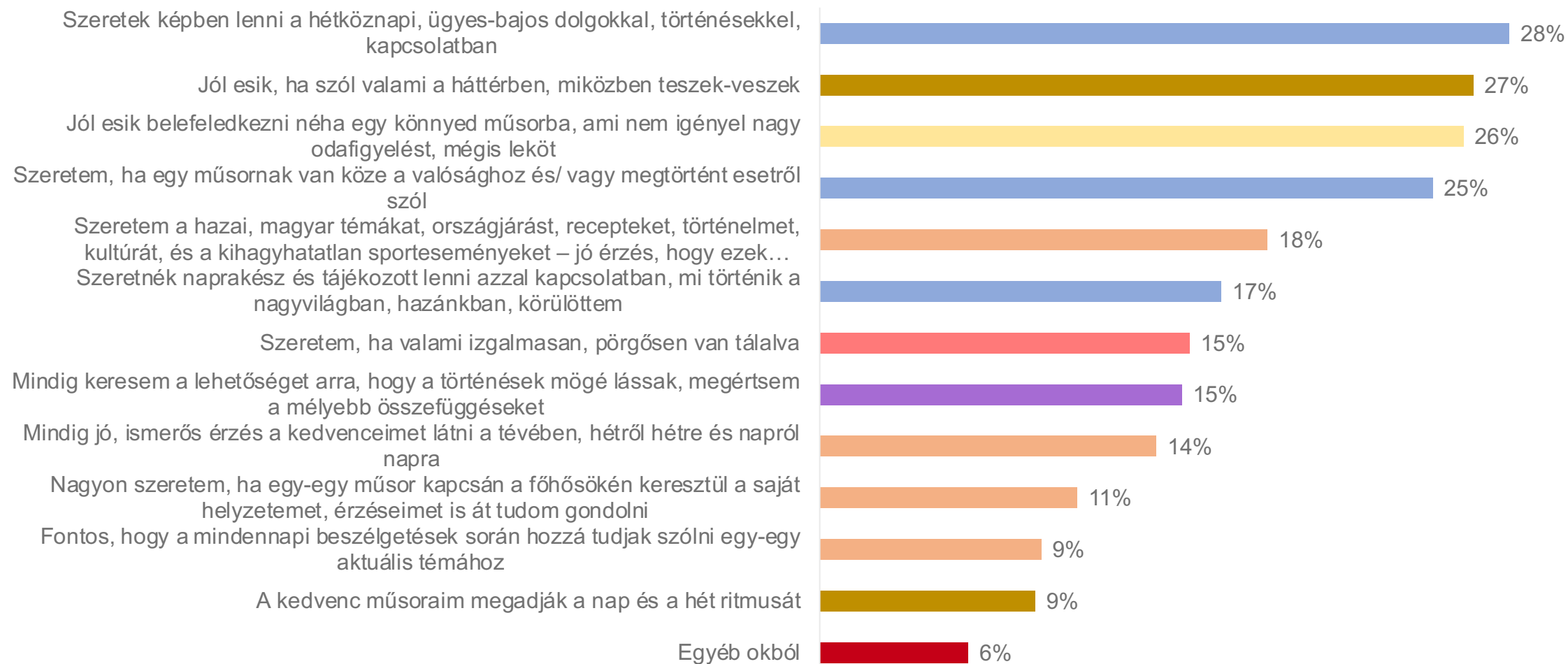
A megkérdezettek 16%-a nézett előző nap híreket 18-19 óra között

	0-6 óra között	6-10 óra között	10-14 óra között	14-16 óra között	16-17 óra között	17-18 óra között	18-19 óra között	19-20 óra között	20-21 óra között	21-22 óra között	22-23 óra között	23-24 óra között
Hírek	4%	8%	4%	3%	6%	9%	16%	11%	6%	3%	2%	1%
Magazin	1%	2%	1%	1%	1%	2%	3%	5%	1%	0%	0%	0%
Közéleti	1%	2%	1%	1%	1%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	1%
Talkshow	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
Mélyebb beszélgetős	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Kvízműsor	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Hazai napi sorozat	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	6%	2%	1%	0%
Hazai heti sorozat	0%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%
Nemzetközi napi sorozat	1%	0%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	0%	0%
Nemzetközi heti sorozat	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	4%	3%	3%	2%	2%
Nemzetközi sitcom	1%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	1%
Hazai mozifilm/tévéfilm	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	1%	1%
Nemzetközi mozifilm	1%	2%	2%	3%	4%	4%	5%	7%	8%	8%	5%	2%
Showműsor	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	5%	7%	5%	3%	1%
Reality jellegű vetélkedő	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	3%	3%	1%	1%
Humoros műsor	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	1%	1%
Tudományos-ismeretterjesztő műsor	2%	1%	2%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	3%	2%	2%
Reality-sorozat	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%
Életmód műsor	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	0%	0%
Sportközvetítés	1%	1%	2%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	2%	1%

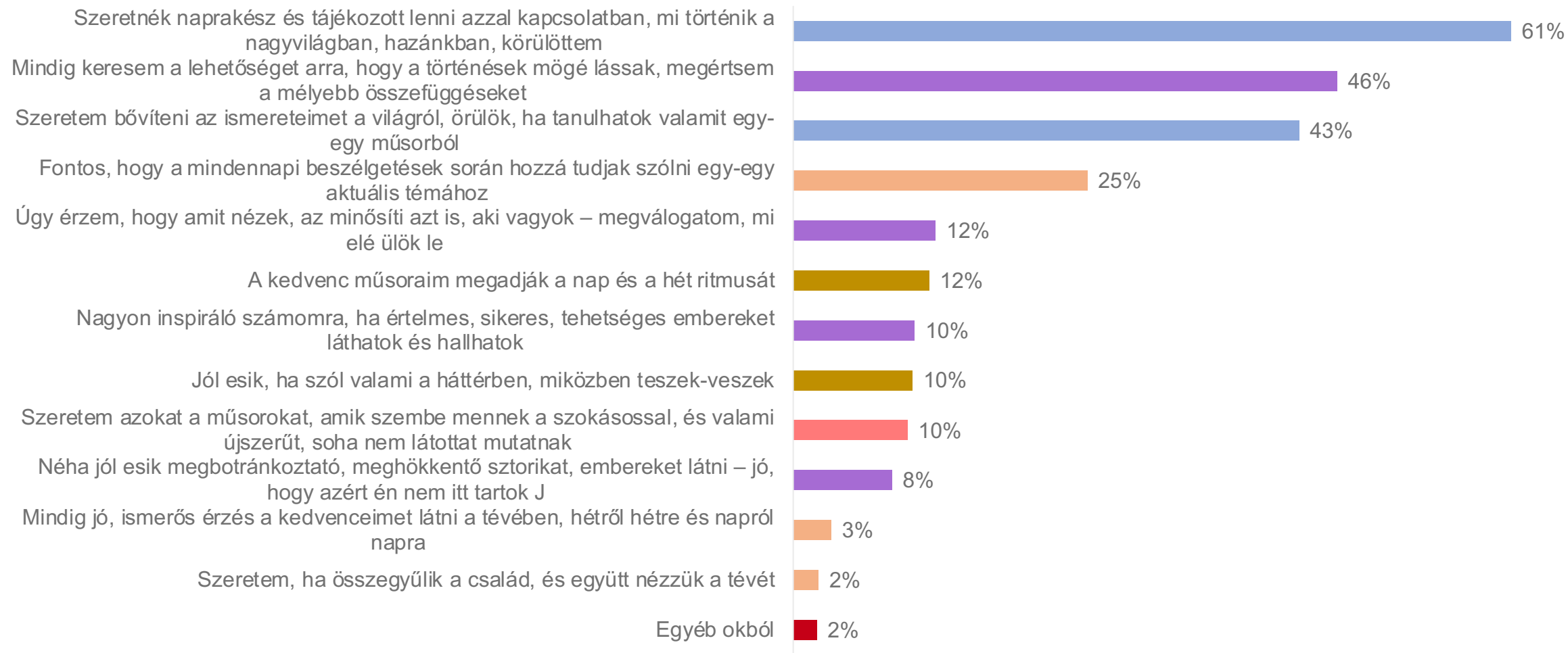
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Hírek, híradó, időjárás-jelentés



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Magazinműsor



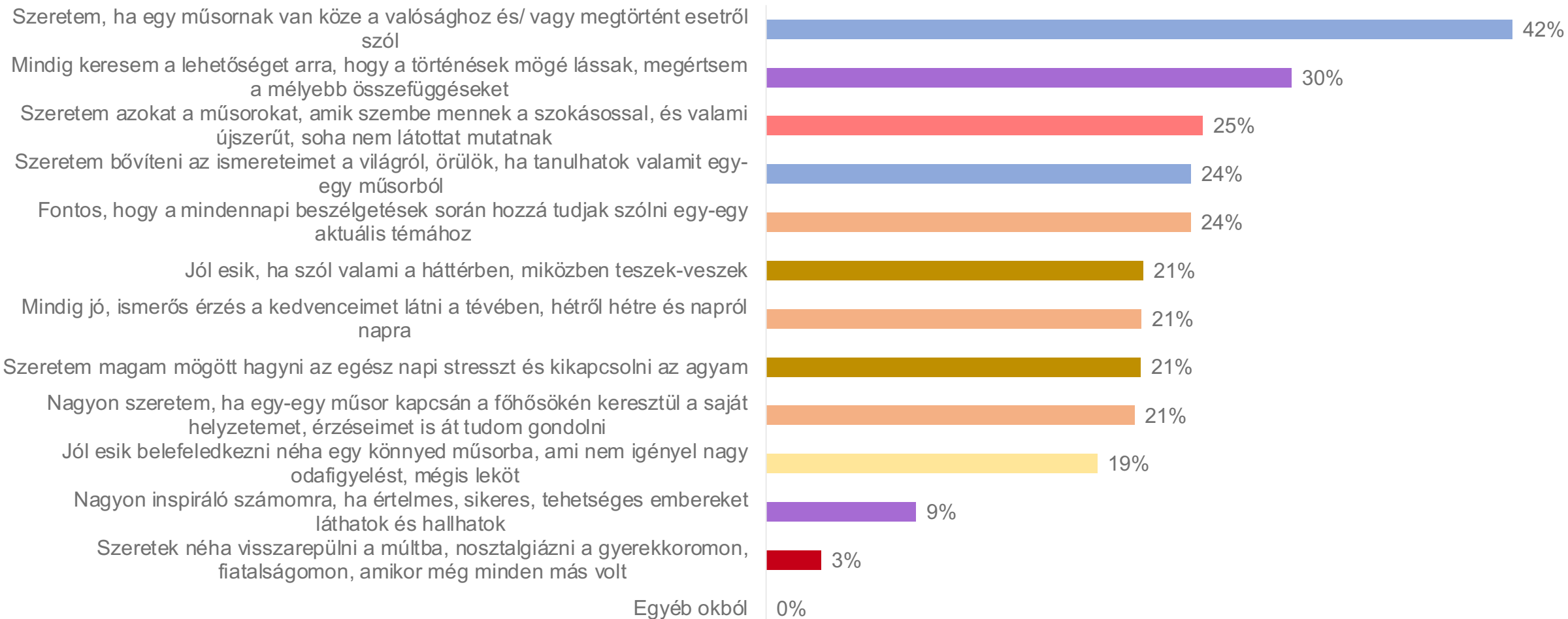
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Közéleti-, háttér- és elemzőműsor, beszélgetés



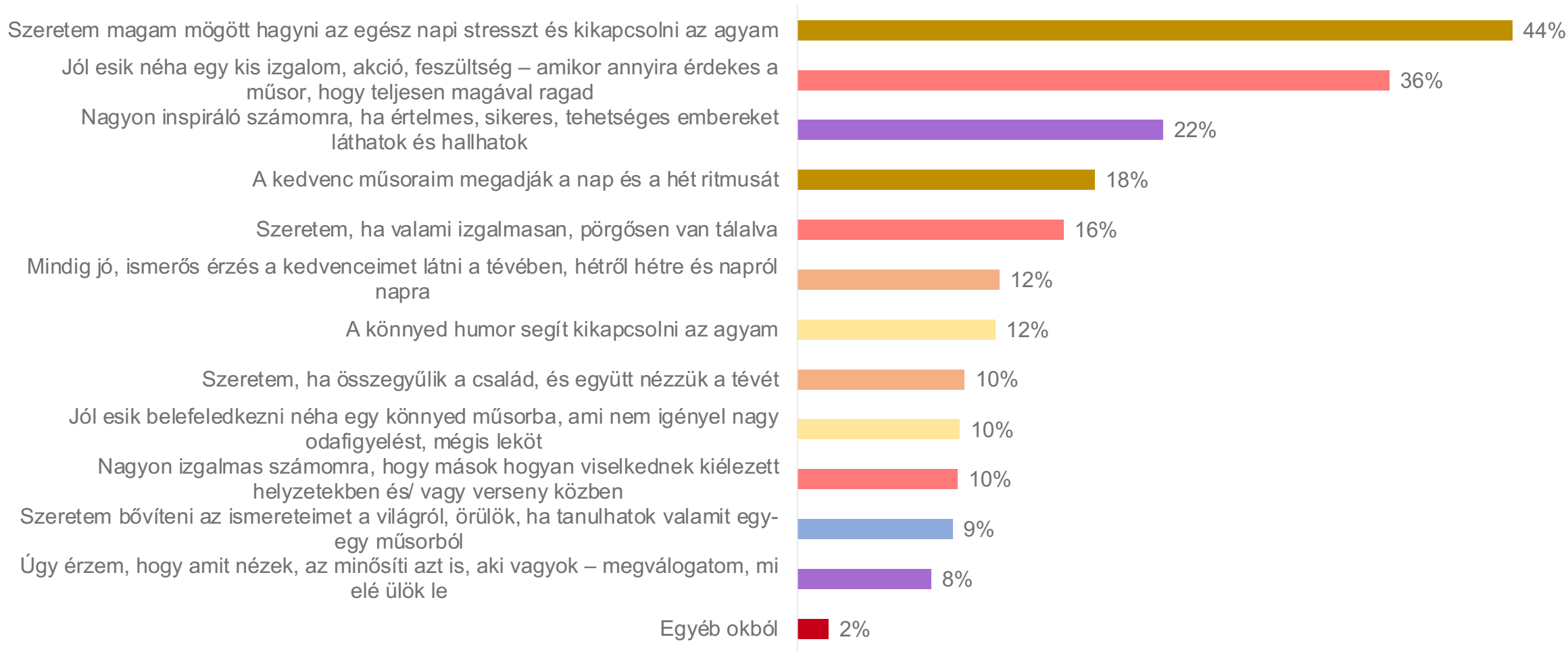
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Talkshow, „kibeszélős műsor”



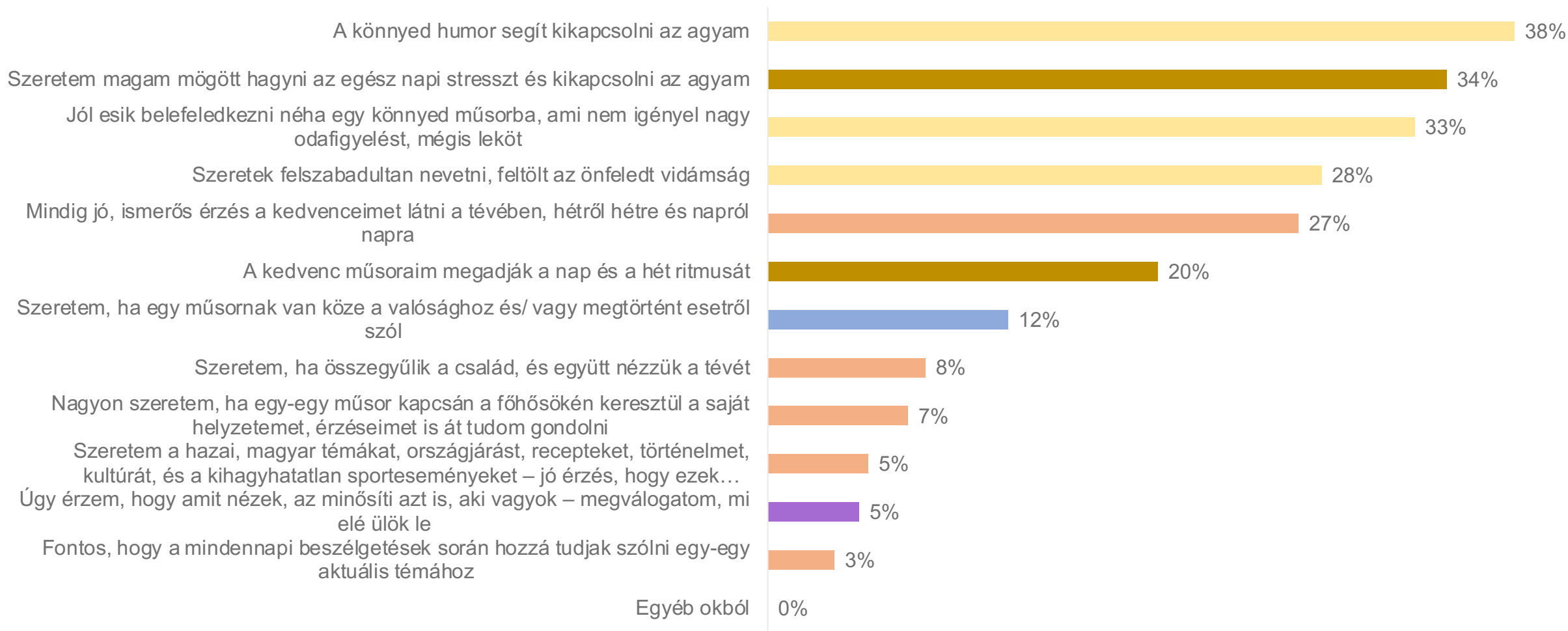
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Mélyebb beszélgetős műsor



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Kvízműsor, vetélkedő



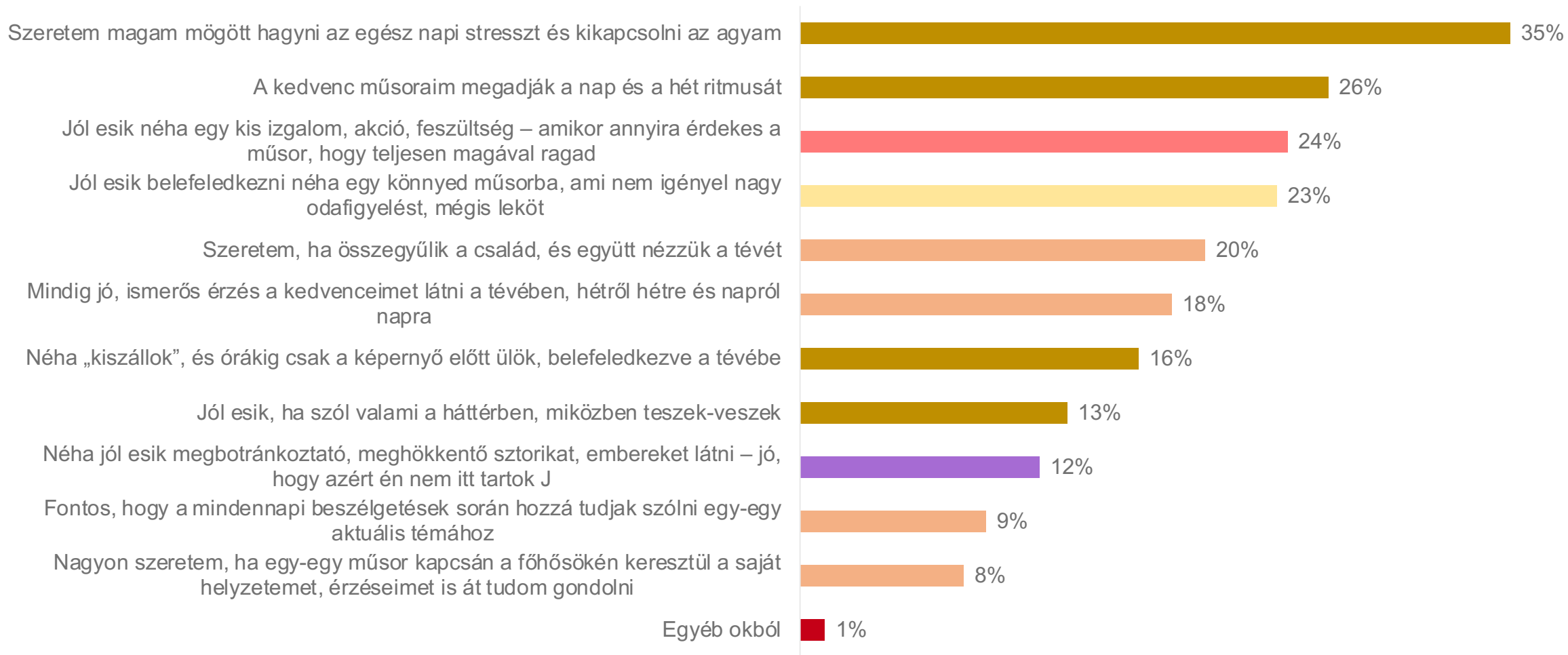
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Hazai napi sorozat



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Hazai heti sorozat



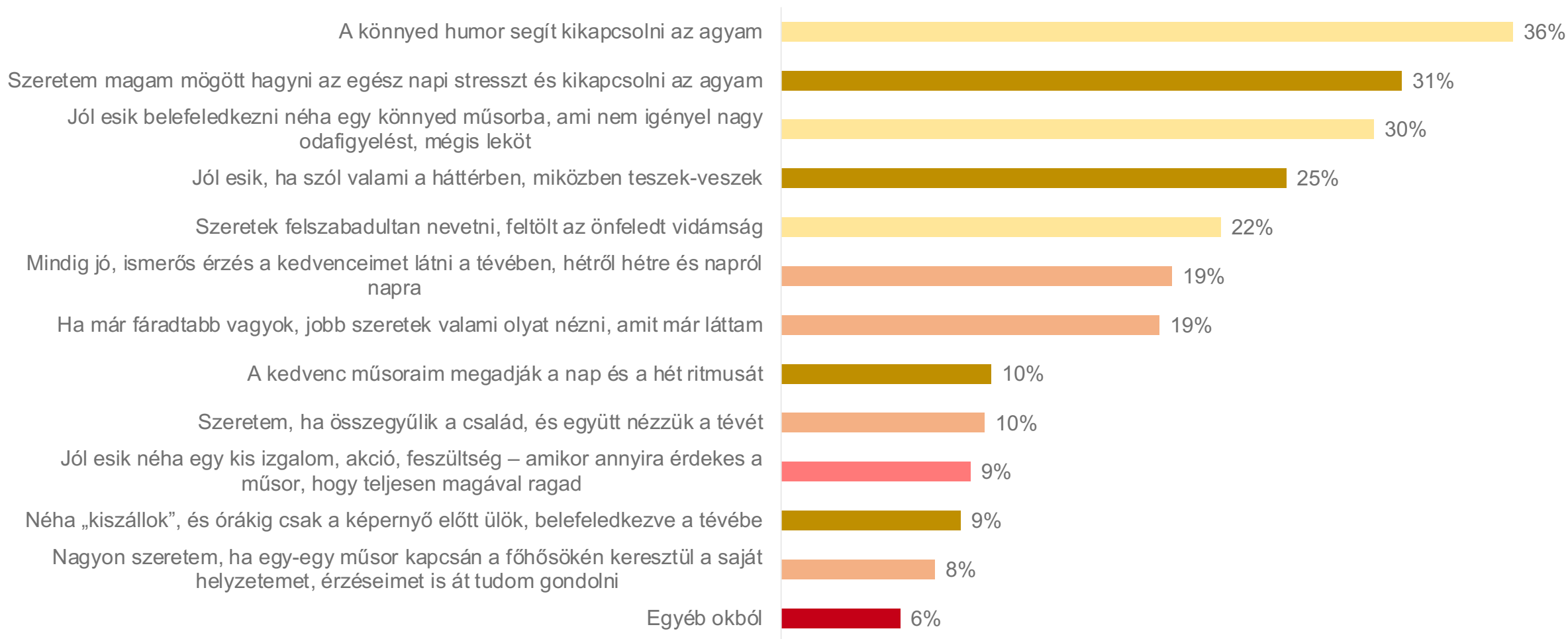
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Nemzetközi gyártású napi sorozat, szappanopera



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Nemzetközi gyártású heti sorozat



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: nemzetközi gyártású, jellemzően humoros, rövid részeket tartalmazó sorozat, sitcom



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Hazai mozifilm/tévéfilm



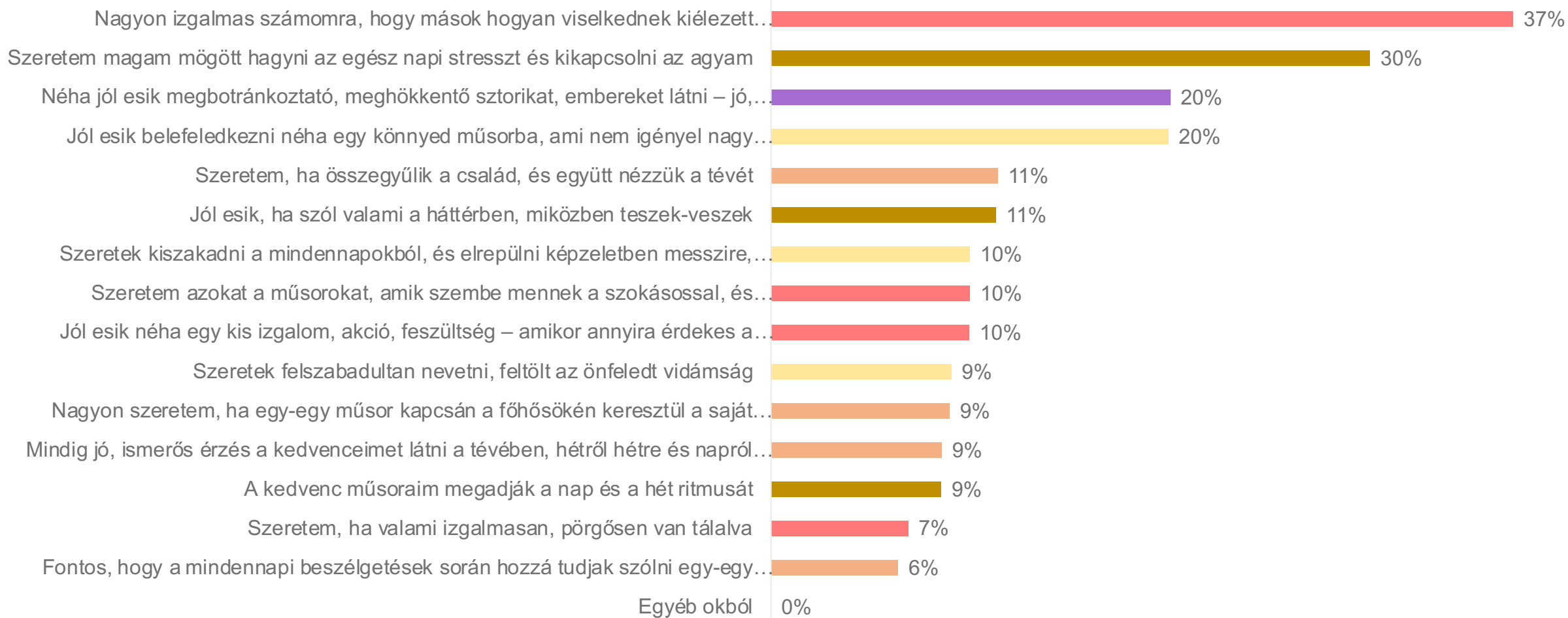
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Nemzetközi mozifilm



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Showműsor (zenés-táncos, tehetségkutató)



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Reality jellegű vetélkedő, valóságshow, sport-reality



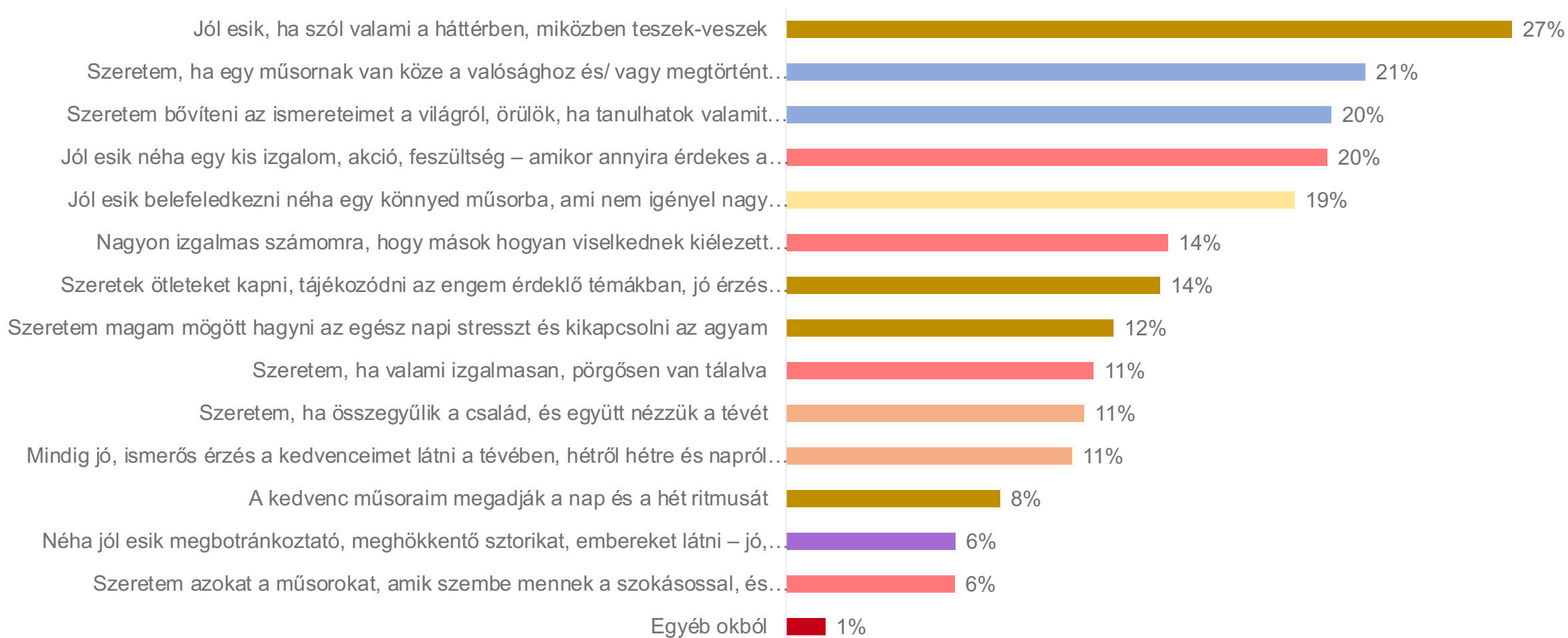
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Humoros műsor (kabaré, stand-up)



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Tudományos-ismeretterjesztő műsor



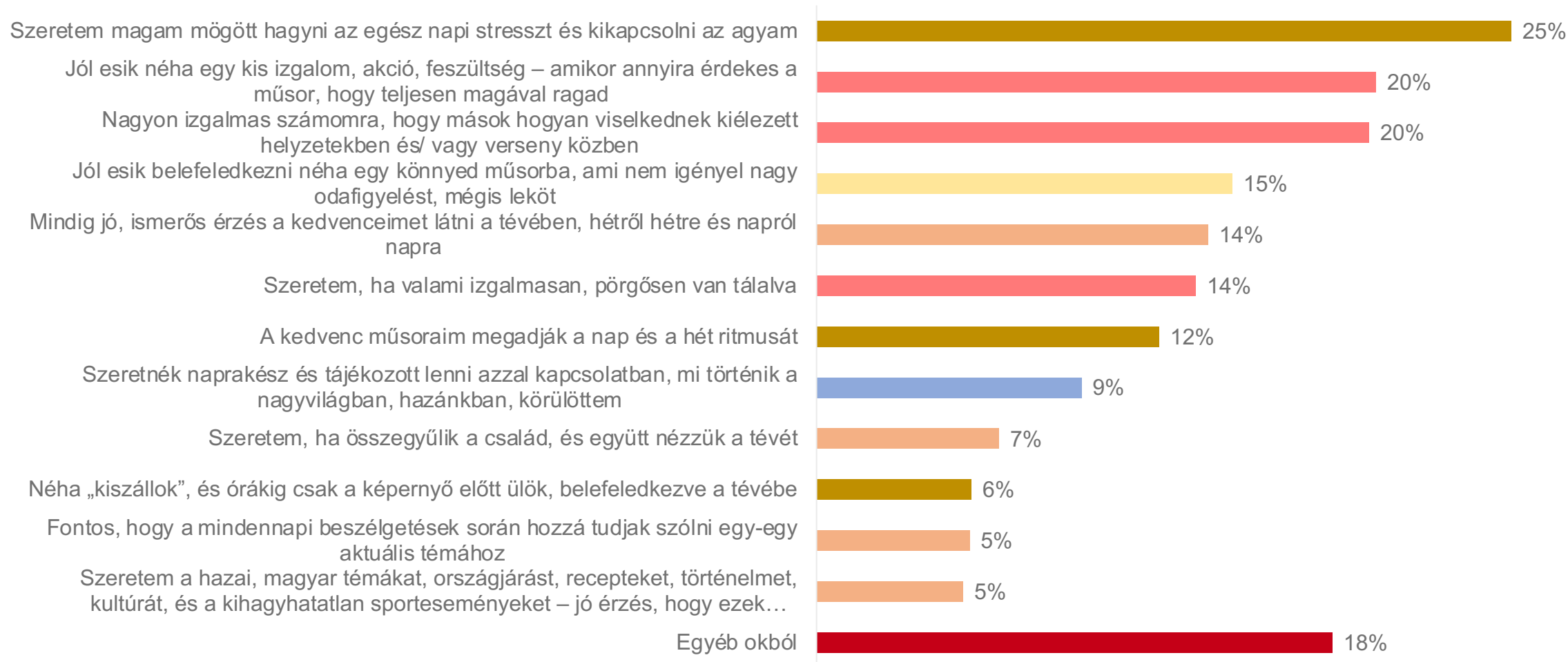
Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Reality-sorozat



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Életmód műsor, otthon-kertszépítés, sütés-főzés



Zsánerekhez rendelhető nézői igények: Sportközvetítés



Köszönjük a figyelmet!