



TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058

Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése

Projektvezető: Dr. Szerb László PTE KTK egyetemi tanár

5. tevékenység: Az ökológiailag fenntartható technológiák társadalmi elfogadottságának vizsgálata

A tevékenység vezetője: Dr. Törőcsik Mária PTE KTK egyetemi tanár

A magyarok tv-sorozatokkal kapcsolatos preferenciái, sorozatnézési szokásai országos megkérdezés eredményei alapján

Készítette: Tóbi István

PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola PhD hallgató

Kiadó: Pécsi Tudományegyetem

ISBN 978-963-642-990-4

Pécs, 2013

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés – Kutatási alapkérdések	2
2. Kutatás relevanciája	3
3. TV-sorozatok fogyasztási szokásai	4
3.1. Sorozatfogyasztás gyakorisága	4
3.2. Sorozatfogyasztás csatornája	7
3.3. Preferált sorozatok	10
3.4. Sorozatnézés nyelve	11
4. Összefoglalás	13
Felhasznált irodalom	14

1. Bevezetés – Kutatási alapkérdések

A TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0058, Energiatermelési, energiafelhasználási és hulladékgazdálkodási technológiák vállalati versenyképességi, városi és regionális hatásainak komplex vizsgálata és modellezése projekt keretében lezajlott 2000 fős személyes megkérdezés(felnőtt lakossági minta) részeredményeit mutatjuk be, mely a sorozatfogyasztási preferenciákkal, attitűdökkel foglalkozik.

Ezen eredményeket a rendelkezésre álló adatok függvényében bizonyos kérdéseknél összevetjük a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 számú „Tudománykommunikáció a Z generációnak” projekt során lezajlott szintén 2000 személyes megkérdezés eredményeivel (fiatal lakossági minta).

Mindkét megkérdezés 2000 fős mintája reprezentatív kor, nem, településtípus és legmagasabb iskolai végzettség szerint (a magyar lakosságot tekintve alapsokaságnak), azonban eltérő kocsportot céloznak meg: az felnőtt lakossági minta a 19-75 évesekre reprezentatív, míg fiatal lakossági minta a 15-24 éves korcsoportra.

A kutatási eredmények bemutatásához SPSS és Microsoft Excel szoftvereket használtunk fel.

A kutatás témakörei közül jelen tanulmány az alábbiakra tér ki:

- a TV-sorozatokhoz kapcsolódó fogyasztási szokások;
- preferált sorozatok a különböző generációk körében;
- sorozatfogyasztás csatornái;
- sorozatfogyasztás nyelve.

Ezeket két fő kutatási hipotézis keretében vizsgáljuk meg:

- 1) A fiatalabb korcsoportok körében népszerűbb sorozatfogyasztási csatorna a számítógépre letöltött vagy online streamelt tartalom, mint a kötött műsoridőben, televízión nézett tartalom.
- 2) A fiatalabb korcsoportok gyakrabban néznek sorozatokat, mint a középkorú és a senior korcsoportok.

2. Kutatás relevanciája

Jelenkorunk domináns szórakoztató csatornája a televízió, a Nielsen közleménye alapján 2013 első negyedévében naponta átlagosan 5 óra 18 percet töltöttünk a televízió előtt (értelemszerűen korcsoportok és egyéb demográfiai tényezők szerint vizsgálva ez jelentősen változik)¹. A televíziós műsorstruktúra egyik leggyakrabban feltűnő szereplője a TV-sorozat, mely mind a kereskedelmi csatornáknak, mind a köztvéken naponta több órányi műsorsávot foglal el.

Emellett kiemelendő az is, hogy jelenkorunkban jelentős változások következnek be a tartalomfogyasztási piacon. Bár a jelenleg vezető tartalomszolgáltatók célja, hogy konzerválják az elmúlt két évtizedben dominánssá váló tartalomfogyasztási struktúrát, több tényező is abba az irányba mutat, hogy ez módosulni fog.

Ilyen tényezők között említhető a szélessávú és a mobilinternet elterjedése, az online tartalmak fogyasztásának növekedése, a szórakoztató tartalmak egyszerűbb elérhetősége és eltérő fogyasztási igényekkel rendelkező generációk megjelenése. A jelenlegi fiatalok körében egyre nagyobb az a csoport, akik a televíziót csak háttérzörejként követik, a kezükben lévő okostelefon vagy tablet köti le a figyelmüket.

Ezek együttesen azt eredményezik, hogy a következő generációk körében egyre kisebb súlyt kap a lineáris fogyasztás, nem fogadják el a kínált tartalmat. Ehelyett maguk választják meg a fogyasztani kívánt tartalmat, saját preferenciájuk szerint.

Ezen változások megismerésére, előrejelzésére alkalmasak a TV-sorozatok, mert tömegesen fogyasztják ezeket televízióban (lineáris fogyasztás) és ezzel egyidejűleg több fogyasztói csoport is követi a sorozatokat internetről letöltve, YouTube csatornán keresztül (on-demand fogyasztás). A TV-sorozatok elemzéséből megszülető eredményekből jobban értelmezhetjük a szórakoztató tartalmak piacának működését, jövőbeli tendenciáit.

¹ <http://www.piacutatasok.hu/2013/05/nielsen-atlagosan-tobb-mint-ot-orat.html>, letöltés ideje: 2013-09-29

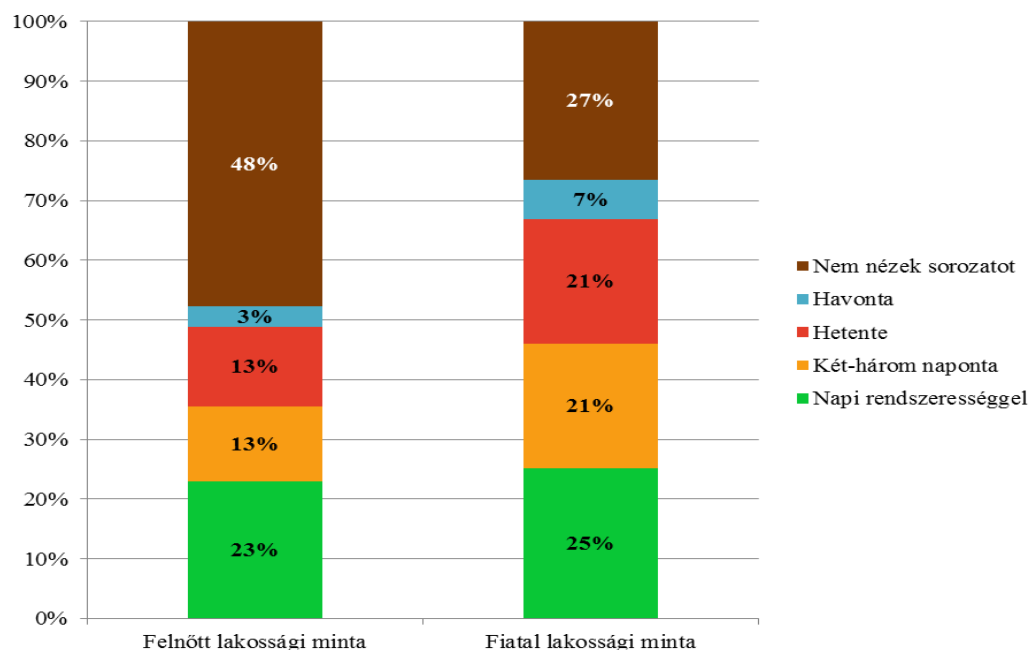
3. TV-sorozatok fogyasztási szokásai

3.1. Sorozatfogyasztás gyakorisága

Az alfejezetben az kerül bemutatásra, hogy bizonyos korcsoportok milyen gyakorisággal követik a sorozatokat. Az 1. ábra jól mutatja, hogy ha a teljes fiatal és a felnőttkorú lakosságot vizsgáljuk, akkor közel a felük nem néz, míg 52%-uk eltérő gyakorisággal néz TV-sorozatokat. A felnőtt lakossági minta több mint egy harmada (36%) napi vagy 2-3 napi rendszerességgel követi a kedvenc részeit. (Érdekesség, hogy van olyan válaszadó, aki a havi rendszerességet jelölte.)

Ez a kép jelentősen eltér, ha a fiatal lakossági minta eredményeit nézzük, a 15-24 éves fiatalok körében sokkal népszerűbb a sorozatnézés, mindössze 27%-uk nem néz TV-sorozatot. Ami érdekes, hogy napi rendszerességgel nézők aránya a két kutatás esetében alig tér el, viszont a fiatalok körében többen vannak, akik két-három naponta vagy hetente néznek sorozatot.

1. ábra: Sorozatnézés a felnőttek (n=2000) és a fiatalok (n=2000) körében: „Milyen gyakran néz sorozatokat?” Forrás: saját szerkesztés

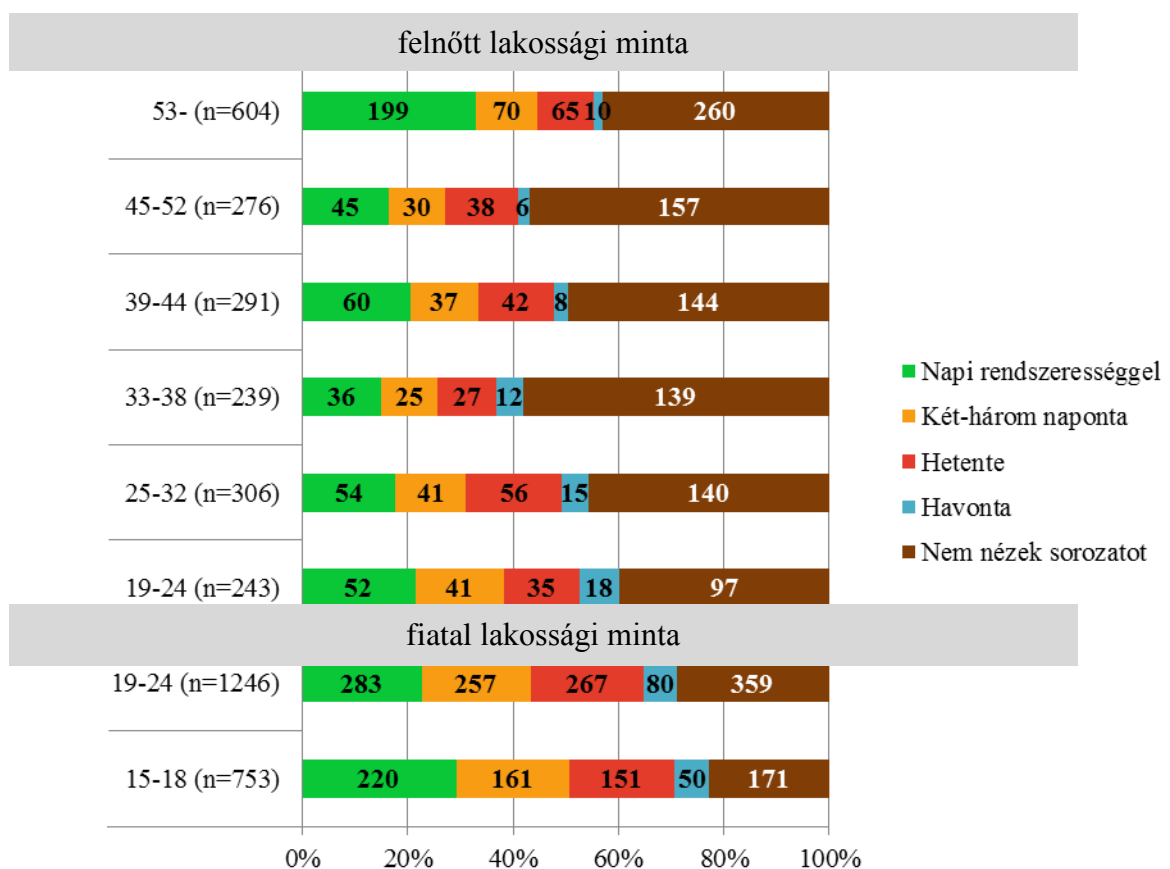


A sorozatnéző korcsoportokat vizsgálva jól látható, hogy a felnőtt lakossági kutatás során megkérdezettek körében leginkább a fiatal (19-24) és a senior (53-) korcsoportok néznek TV-sorozatokat (2. ábra). Napi rendszerességgel az 53 évnél idősebbek körében jellemző a sorozatnézés, összesen 33%-uk jelölte, hogy naponta néznek sorozatokat, míg a teljes minta körében összesen 23% nézi a sorozatokat napi rendszerességgel.

A második fiatal korcsoportra (25-32 évesek) még jellemző az átlagosnál magasabb sorozatfogyasztás, viszont a többi korcsoportban az átlagosnál nagyobb a *Nem nézek sorozatot* válasz aránya.

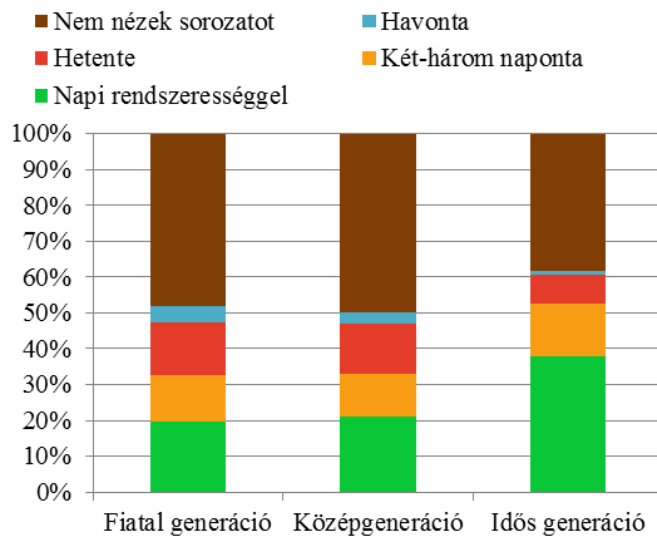
A fiatalok körében végzett kutatás eredményei alapján a fiatalok körében jóval nagyobb arányú a sorozatot nézők csoportja. Érdekeség – két kutatás eredményeit összehasonlítva –, hogy a 19-24 éves korosztály sorozatnézési szokása jelentősen eltér a mintanagyság növekedésével.

2. ábra: A sorozatnézés gyakorisága kocsportonként a felnőtt (n=2000) és a fiatal (n=2000) lakosság körében. Forrás: saját szerkesztés



A harmadik ábrát vizsgálva jól látható, hogy annak függvényében, hogy a válaszadó milyen generációba sorolja be magát, jelentősen eltérő sorozatfogyasztási attitűd jelenik meg – érdekeség, hogy a 2. ábra megjelenő eltérés a fiatalok (19-32) és a középgeneráció (33-52) között nem követhető le a 3. ábra, a két generáció sorozatfogyasztási gyakorisága közel megegyező (kizárólag a felnőtt lakossági minta eredményei alapján).

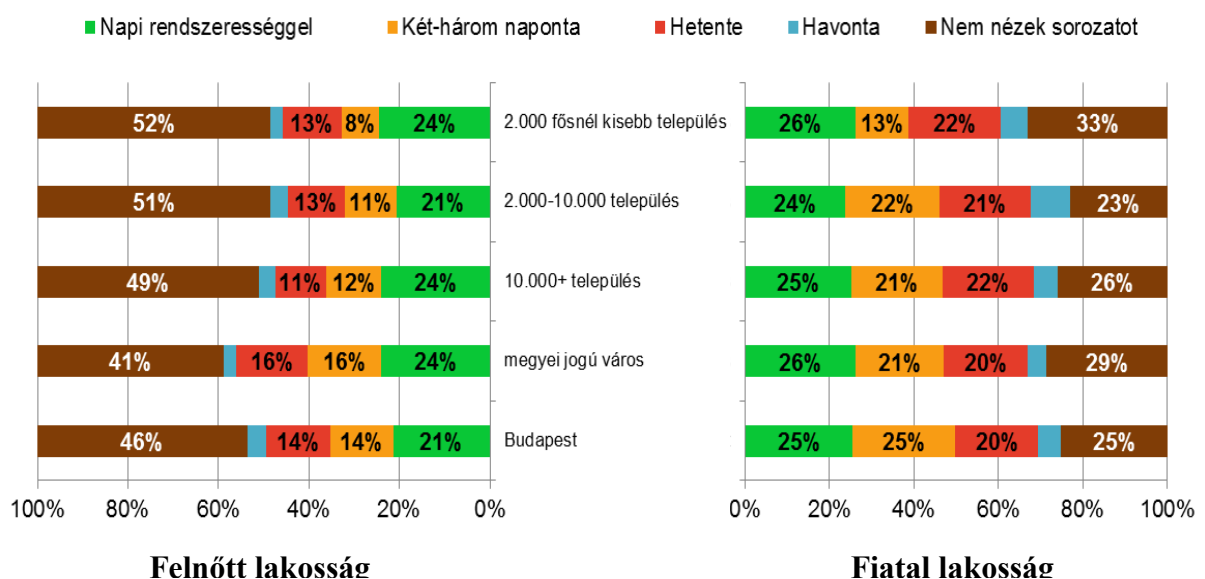
3. ábra: Sorozatnézés gyakorisága a generációs besorolás alapján a felnőtt lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés



A felnőtt lakosság megkérdezésének eredménye alapján a településtípus szerinti összevetéséből az derül ki, hogy a megyei jogú városokban általában többen néznek sorozatot az átlagoshoz képest (4. ábra). Emellett az is látszik, hogy nincsenek jelentős eltérések a *Napi rendszerességgel* sorozatot nézők között településtípus szerint.

A településtípusok szerinti különbségek nem térnek el jelentős mértékben a felnőtt és a fiatal lakosság körében. Viszont itt is kirajzolódik, hogy a megkérdezett fiatalabb korosztály körében jóval magasabb arányú a sorozatok nézése.

4. ábra: Sorozatnézés gyakorisága településtípus szerint a felnőtt és a fiatal mintában. Forrás: saját szerkesztés

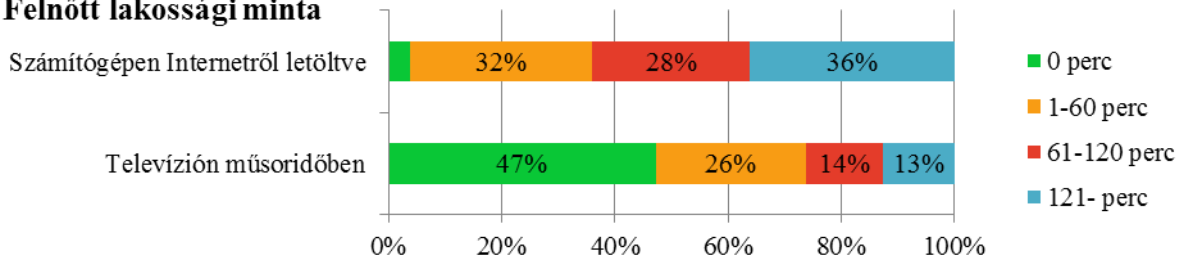


3.2. Sorozatfogyasztás csatornája

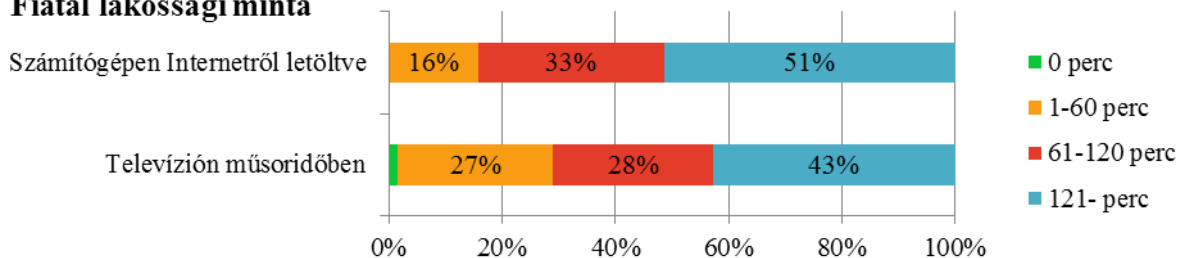
A válaszadók körében rákérdeztünk arra, hogy naponta átlagosan hány percet töltenek az interneten – ez látható rávetítve a két leggyakrabban jelölt sorozatfogyasztási csatornára az ötödik ábrán. Értelemszerűen mindkét kutatás eredményei azt támasztják alá, hogy sorozatokat *Számítógépen internetről letöltve* nézők jellemzően jóval intenzívebb internet-használók (5. ábra). A két kutatás eredményei alapján – ahogy várható volt – jelentős eltérés van a naponta internetezéssel eltöltött percek arányában: a fiatalok körében 1% jelölte, hogy egyáltalán nem internetezik (6. ábra).

5. ábra: Sorozatnézés csatornája és a napi interneten töltött percek összevetése a felnőttek és fiatalok körében. Forrás: saját szerkesztés

Felnőtt lakossági minta



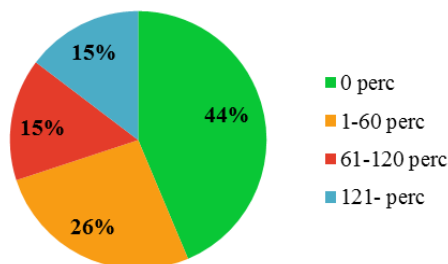
Fiatal lakossági minta



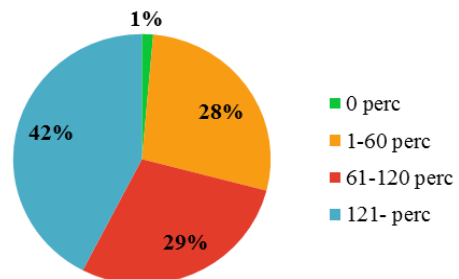
6. ábra: Az internetezéssel töltött idő egy átlagos napon a felnőttek és a fiatalok körében.

Forrás: saját szerkesztés

Felnőtt lakossági minta



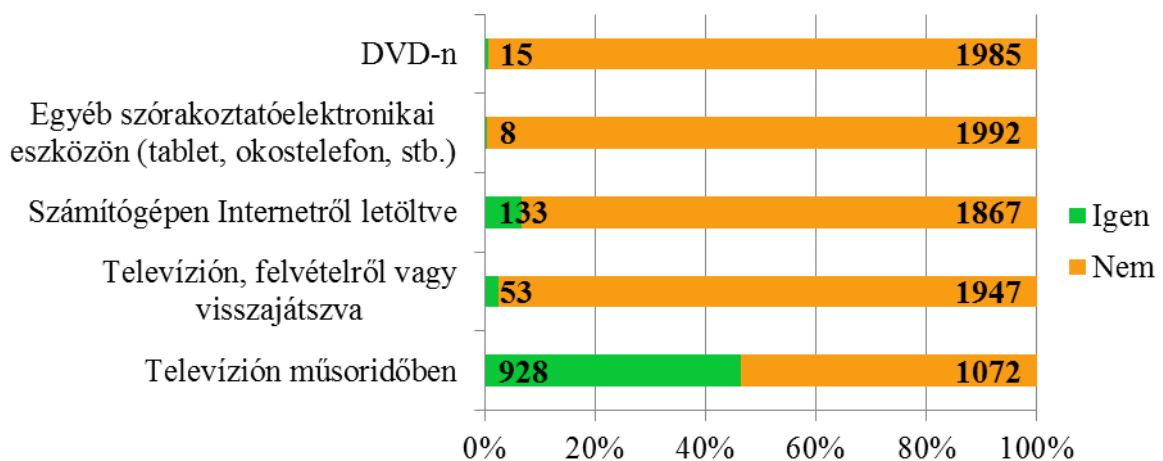
Fiatal lakossági minta



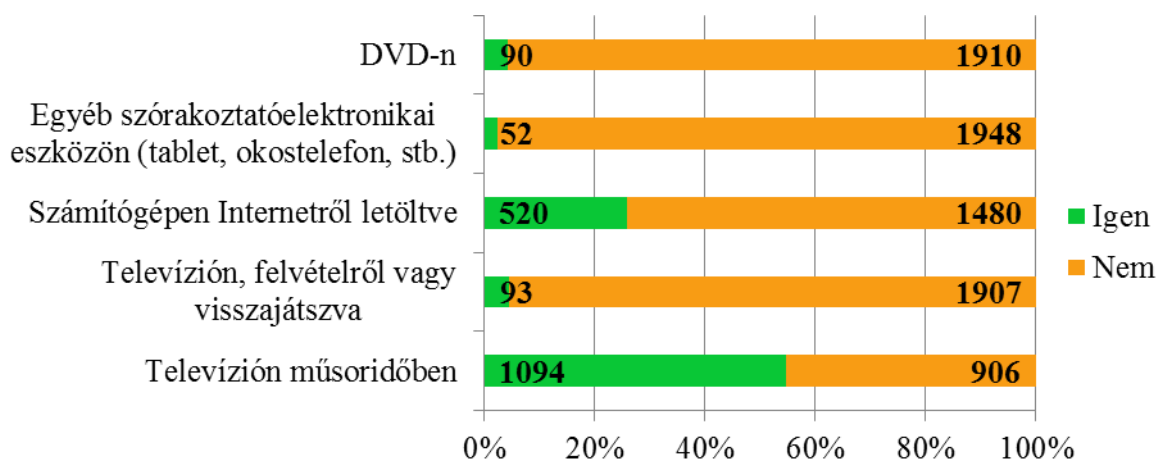
A 19-75 évesek megkérdezésében a domináns fogyasztási csatorna a *Televízió műsoridőben* (46,4%), emellett még igen alacsony arányban jelölték a *Számítógépen internetről letöltve* választ (6,7%) (7. ábra). A többi válaszlehetőséget elenyészően kevesen jelölték. Érdekes, hogy a kérdőívre adott válaszok alapján 133 fő jelölte, hogy számítógépen internetről letöltve néz sorozatot, míg nyílt rákérdezés során közülük összesen 109 fő jelölte, hogy *letölt internetről zenét, filmet*.

Ugyanez a fiatalok körében némileg más képet mutat – a *Televízió műsoridőben* válasz hasonlóan népszerű (54,7%), viszont a *Számítógépen internetről letöltve* választ már jóval magasabb arányban jelölték (26,0%) (8. ábra).

7. ábra: Hogyan nézi leggyakrabban a TV-sorozatokat? (Több válasz is adható.) – a felnőtt lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés

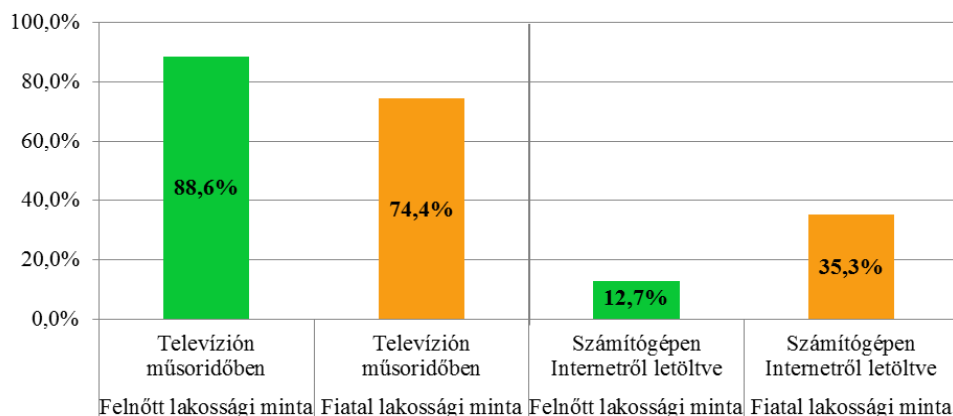


8. ábra: Hogyan nézi leggyakrabban a TV-sorozatokat? (Több válasz is adható.) – a fiatal lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés



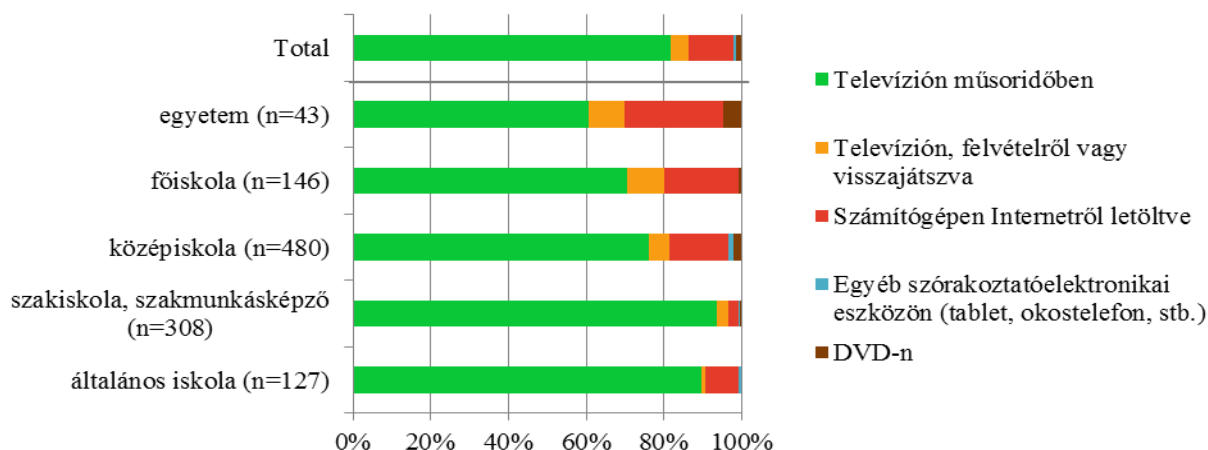
A kilencedik ábrán a fő fogyasztási csatornák kiemelése látható kutatásonként (a sorozatot nézők arányában). Ez alapján mind a 19-75, mind a 15-24 éves korcsoportok körében kiemelkedően népszerű még a sorozatok *televízió műsoridőben* való követése, azonban a fiatalok körében egyre népszerűbb a *számítógépen, internetről letöltve* való sorozatnézés.

9. ábra: TV-sorozatok fő fogyasztási csatornája a felnőtt és a Z-generáció mintája alapján. Forrás: saját szerkesztés



Rendkívül érdekes különbségeket mutat a végzettség szerinti felbontása a sorozatok fogyasztási csatornájának (ld. 10. ábra, a felnőtt lakossági kutatás eredményeit felhasználva). Jól látható, hogy a minél magasabb a végzettsége a megkérdezettnek, annál nagyobb eltérést mutat az átlagos fogyasztási csatornától. (Megjegyzendő, az egyetem végzetek csoport elemszáma alacsony ahhoz, hogy reprezentatívnak legyen tekinthető, azonban az alacsony elemszám ellenére jelentősen eltérő mintát mutat a preferált fogyasztási csatornák megoszlása.)

10. ábra: Sorozatok fogyasztási csatornája a fogyasztó legmagasabb végzettsége szerint – a felnőtt lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés



3.3. Preferált sorozatok

Az 1. számú táblázatban látható a 25 legkedveltebb TV-sorozat a felnőtt lakossági körében. A kereskedelmi csatornák főműsoridőben játszott sorozatai a legnépszerűbbek. Sőt az első három mind magyar gyártású sorozat. Ezeket követik a különböző külföldi gyártású – jellemzően amerikai – sorozatok, viszont ezek körében a legmagasabb említési arány max. 5% az összes válasz közül.

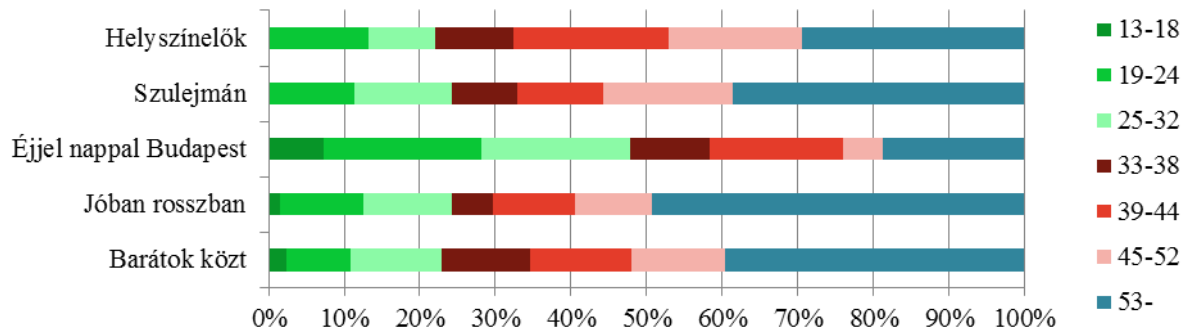
1. számú táblázat: A 25 legkedveltebb sorozat

Sorszám	Kedvenc sorozatad	#	%
1	Barátok közt	306	22%
2	Jóban rosszban	128	9%
3	Éjjel nappal Budapest	96	7%
4	Szulejmán	70	5%
5	Helyszínelők	68	5%
6	Dr. Csont	62	4%
7	Riválisok	36	3%
8	Mentalista	30	2%
9	New Yorki helyszínelők	26	2%
10	Így jártam anyáttal	24	2%
11	Dr House	19	1%
12	Cobra 11	18	1%
13	Gyilkos elmék	17	1%
14	Trónok harca	17	1%
15	Jóbarátok	16	1%
16	Csillagkapu	16	1%
17	krimik	15	1%
18	Zöld íjász	15	1%
19	Családi titkok	15	1%
20	Grace klínika	14	1%
21	Colombo	14	1%
22	Két pasi meg egy kicsi	14	1%
23	Született feleségek	13	1%
24	Dexter	12	1%
25	Dallas	12	1%

Forrás: saját szerkesztés

Az öt legnépszerűbb sorozatnak korcsoport szerint igen eltér a nézőbázisa (11. ábra), a *Jóban rosszban*-nak van a legidősebb nézőközönsége, kb. hasonló korcsoport nézi a *Szulejmán* és a *Barátok közt* sorozatokat. Ezzel szemben az *Éjjel-nappal Budapest*-nek van a legfiatalabb nézőbázisa. (A *krimik* említése a legnépszerűbb kategóriát mutatja be konkrét cím említése nélkül.)

11. ábra: Az 5 kegnépszerűbb sorozat a fogyasztói korcsoportok szerint a felnőtt lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés



lakossági mintában. Forrás: saját szerkesztés

3.4. Sorozatnézés nyelve

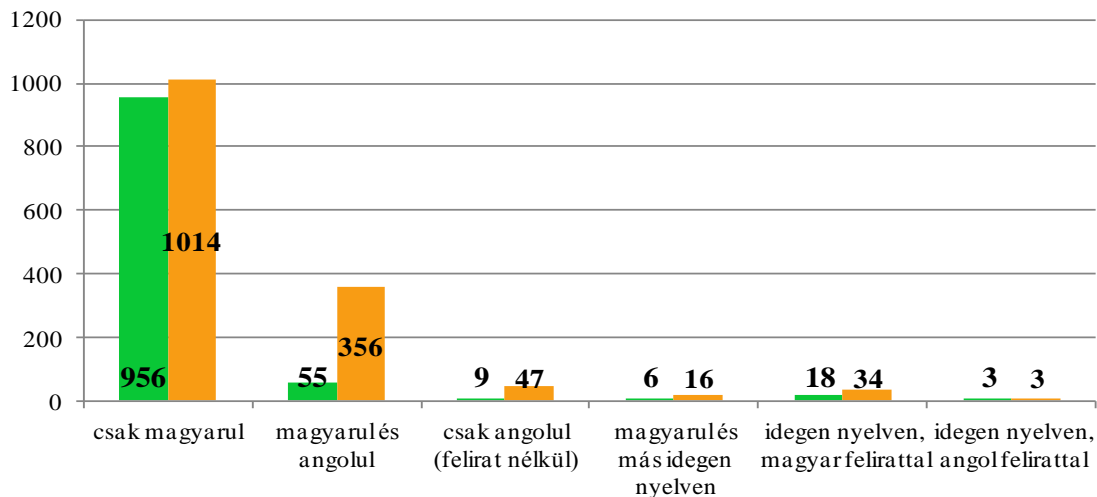
Egy nrc kutatás eredményei alapján² a fiatalok körében egyre elterjedtebb a sorozatok eredeti nyelven követése. Ez alátámasztható az általunk vizsgált két kutatás eredményeivel (

² <http://www.piacutatasok.hu/2013/06/nrc-tevesorozatokat-nezok-49-szazaleka.html>, letöltés ideje: 2013-09-29

12. ábra): a fiatalok körében magasabb arányban néznek sorozatokat idegen nyelven (is), főleg angolul. Összevetve a két kutatás eredményeit (ld. 13. ábra és 14. ábra) megállapítható, hogy a fiatalok gyakrabban követik idegen nyelven a sorozatokat. (Itt mindenképpen figyelembe kell venni azt, hogy az felnőtt lakosságot érintő kutatás során jelölt legnézettebb három sorozat magyar nyelvű.)

12. ábra: A sorozatnézés nyelve: Milyen nyelven követi a sorozatot? – zöld szín: a felnőtt lakossági mintában (n=2000), narancssárga szín: a fiatal lakossági mintában (n=2000).

Forrás: saját szerkesztés



13. ábra: A sorozat nézés nyelve - a felnőtt lakosság körében (n=2000). Forrás: saját szerkesztés

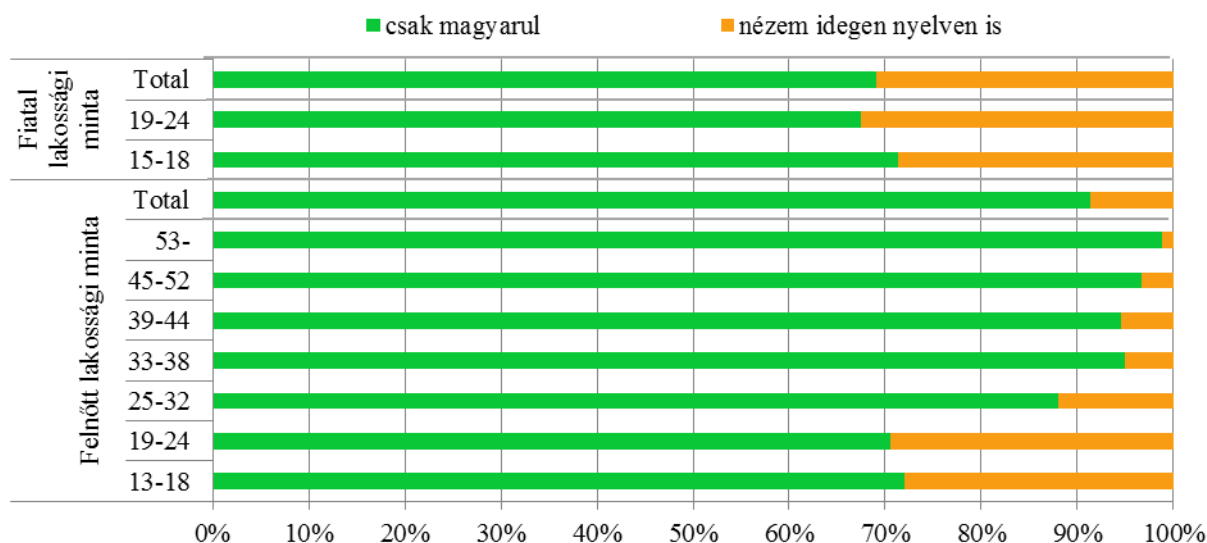


14. ábra: A sorozatnézés nyelve a fiatal lakossági mintában (n=2000). Forrás: saját szerkesztés



Amennyiben ezt korcsoportonként (15. ábra) vizsgáljuk úgy igazolásra kerül, hogy a fiatalabb korosztályra jellemző a sorozatok idegen nyelven nézése – bár a túlnyomó többség még így is magyarul követi.

15. ábra: Sorozatnézés nyelve korcsoportonként. Forrás: saját szerkesztés



4. Összefoglalás

A felállított hipotézisek vizsgálata nem várt eredményeket hozott: 1) A fiatalabb korcsoportok körében nem tekinthető népszerűbb sorozatfogyasztási csatornának a számítógépre letöltött vagy online streamelt tartalom, mint a televízió, kötött műsoridőben nézett sorozat, azonban minél fiatalabb korcsoportot vizsgálunk, úgy látható, hogy egyre nagyobb arányuk használja a számítógépét sorozatnézésre.

Ezt támasztja alá a fiatal lakossági kutatás eredménye is, ahol sokkal nagyobb elemszámú mintán rajzolódik ki az online letöltött tartalmak térnyerése a fiatal korosztályok körében.

2) A fiatalabb korcsoportok valóban gyakrabban néznek sorozatokat, mint a középkorú korcsoportok, azonban a megkérdezés alapján kiderült, hogy fokozott sorozatfogyasztás nemcsak a fiatal (19-24 év között), hanem a senior (52 év fölött) korcsoportokra is jellemző. Általában magyar gyártású sorozatokat néznek magyar nyelven, a televízió keresztül műsoridőben (nem letöltve vagy felvételtől). A fiatalok körében továbbá sokkal magasabb arányú a nem napi rendszerességgel sorozatot nézők aránya, mint az összes többi korosztály körében – vagyis többen néznek sorozatot ritkább gyakorisággal.

Alacsony arányban nézik az internetről letöltve és idegen nyelven a sorozatokat, azonban kiemelendő, hogy a fiatal korcsoportok körében egyre inkább teret nyer az on-demand

tartalmak fogyasztása – vagyis nem akkor és úgy nézik a szórakoztató tartalmakat, ahogy azt kínálják a műsorszolgáltatók, hanem maguk döntése alapján fogyasztják azt, amit akarnak.

Viszont jól látható ennek ellentettje az idősebb korosztály körében, azok a generációk, akik nem az internet korszakában nőttek fel, sokkal kevésbé nyitottak a rugalmas tartalomfogyasztási lehetőségekre. Összességében a tartalomfogyasztási szokásokban változások érzékelhetőek, azonban ezek hatása a megkérdés alapján nem annyira erőteljes, mint azt a kutatási hipotézisekben feltételeztük, ezen változások bekövetkezése hosszabb időtávot vesz igénybe.

Felhasznált irodalom

nrc - A tévésorozatokot nézők 49 százaléka huszonéves, 2013. május, <http://www.piackutatasok.hu/2013/06/nrc-tevesorozatokat-nezok-49-szazaleka.html>, letöltés ideje: 2013-09-29

Nielsen - Átlagosan több mint öt órát tévéznek naponta az emberek, 2013. április, <http://www.piackutatasok.hu/2013/05/nielsen-atlagosan-tobb-mint-ot-orat.html>, letöltés ideje: 2013-09-29